

**PENGUJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MAHASISWA DALAM NIAT MENGGUNAKAN DOMPET
DIGITAL**



SKRIPSI

Oleh :

Nama: Ahmad Rizky Noor Adhidha

No. Mahasiswa : 17312217

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

**PENGUJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MAHASISWA DALAM NIAT MENGGUNAKAN DOMPET
DIGITAL**

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: Ahmad Rizky Noor Adhidha

No. Mahasiswa: 17312217

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2021**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 9 September 2021


(Ahmad Rizky Nur Sa'idha)

**PENGUJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MAHASISWA DALAM NIAT MENGGUNAKAN DOMPET
DIGITAL**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Ahmad Rizky Noor Adhidha

No. Mahasiswa: 17312217

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal... **12/09/2021**

Dosen Pembimbing,



(Dekar Urumisah, Drs., S.Si., M.Com.(SI), Ph.D.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Perceived Easy of Use, Perceived Usefulnes, Perceived Security, Perceived Risk, Design User Interface terhadap Niat Seseorang Menggunakan Dompot Digital

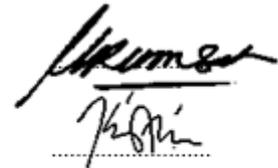
Disusun oleh : AHMAD RIZKY NOOR ADHIDHA

Nomor Mahasiswa : 17312217

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 06 Oktober 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D.,
CFra.

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



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia


Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

Ad Astra Per Aspera.

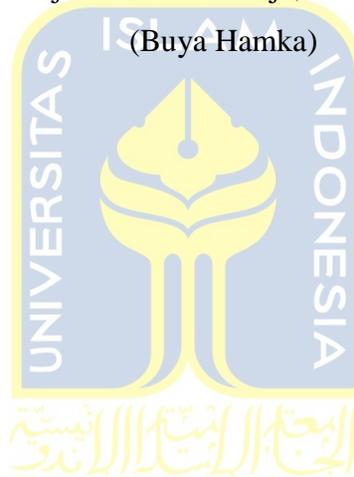
(John James Ingalls)

There Is No Such Thing As A Free Lunch.

(John Ruskin)

Kalau Bekerja Sekadar Bekerja, Kera Juga Bekerja.

(Buya Hamka)



HALAMAN PERSEMBAHAN

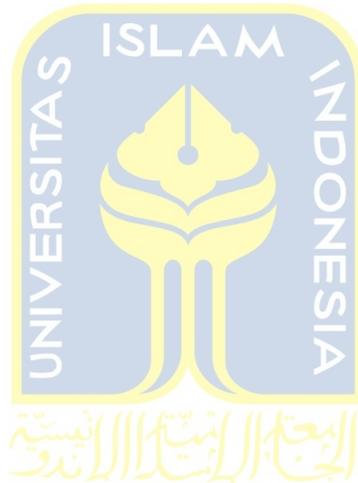
Saya persembahkan karya ini untuk:

Ayah

Bunda

Adik

Teman-teman



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Niat Menggunakan Dompot Digital”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar kesarjanaan strata satu (S-1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rezeki, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga diberikan jalan dalam mengerjakan skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW, sebagai Nabi terakhir dan junjungan semua umat manusia yang membawa cahaya hingga akhir zaman untuk umatnya.
3. Orang tua dan adik tercinta, yang selalu memberikan support dan memberikan yang terbaik serta selalu mendoakan dengan penuh ketulusan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi guru dan selalu menjadi rumah yang hangat. Semoga penulis dapat membalas kebaikan yang telah diberikan serta bisa memenuhi harapan yang ada.
4. Bapak Dekar Urumsah, Drs., S.Si., M.Com.(SI), Ph.D. selaku Kaprodi Magister Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak kepada pak Dekar

karena telah memberikan banyak pelajaran yang luar biasanya banyak dan bermanfaat dalam proses penulisan hingga akhirnya selesai.

5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pemimpin Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Jaka Sriyana, Dr., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Gilang, Ikrar, Taufan, Agung, Madya, Ulit, Deo selaku teman diskusi dan sepejuangan dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih karena telah meluangkan waktu dan membantu bertukar pikiran dalam proses menyelesaikan skripsi.
8. Dika, Huda, Fiqri, Bagas, Ari, Hafizh selaku teman dekat penulis dari semester 1. Terima kasih banyak atas segala kebaikan, cerita suka maupun duka selama perjalanan perkuliahan.
9. Haikal, Fandy, Nadya, Ichak selaku teman dekat penulis. Terima kasih karena telah menjadi teman kehidupan yang memberikan banyak cerita, makna, dan juga perjalanan luar biasa.
10. Iqbal, Hanif, Fariz, Yusuf, Belva selaku teman perantauan penulis. Terima kasih banyak atas bantuan, diskusi perkuliahan, organisasi, dan cerita masa SMA selama merantau di Yogyakarta
11. Terima kasih teman-teman LPM Ekonomika yang telah memberikan kesempatan luar biasa bagi penulis untuk berkembang, berdiskusi, berproses. Terima kasih telah menjadi ruang belajar dan bermanfaat bagi penulis.
12. Kedai kopi yang telah menyediakan paket kopi pagi. Terima kasih telah menyediakan kopi murah sehingga tidak menguras kantong penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Kepada semua responden yang telah membantu dan memberikan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

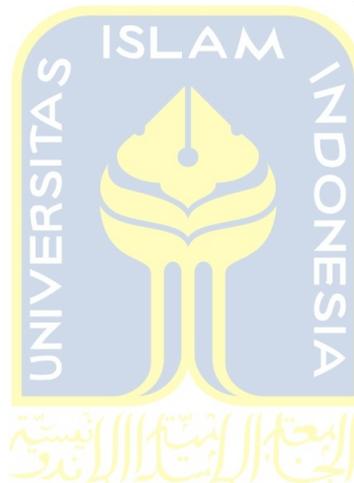
Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu saran dan kritik yang membangun akan membantu untuk menyempurnakan penelitian ini. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan maupun kesalahan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Yogyakarta, 12 September 2021

Penulis,

Ahmad Rizky Noor Adhidha



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Theory Acceptance Model (TAM)	15
2.2 Teknologi Finansial (Financial Technology).....	16
2.3 Dompot Digital.....	18
2.4 Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Dompot Digital	19
2.4.1 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	19
2.4.2 Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Easy to Use</i>)	20
2.4.3 Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>).....	20
2.4.4 Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>)	21
2.4.5 Tata Letak AntarMuka Pengguna (<i>Design User Interface</i>)	24
2.5 Penelitian Terdahulu	25

2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian	32
2.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital.....	32
2.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital	33
2.6.3 Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital	34
2.6.4 Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital.....	36
2.6.5 Pengaruh Tata Letak Antarmuka Pengguna terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital	37
2.7 Kerangka Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.4.1 Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital.....	43
3.4.2 Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital.....	43
3.4.3 Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital	45
3.4.4 Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital.....	46
3.4.5 Pengaruh Tata Letak Antar Muka Pengguna terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital	47
3.4.6 Niat Menggunakan Dompot Digital	48
3.5 Metode Analisa	49
3.5.1 Alat Analisis Data	49
3.5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	49
3.6 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
3.7 Uji Goodness of Fit (GoF)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	53
4.2 Deskripsi Responden	53
4.2.1 Berdasarkan Jurusan	54
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	54

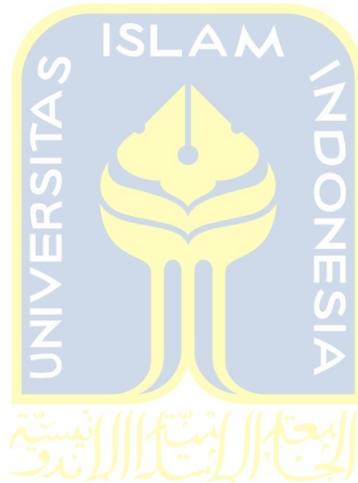
4.2.3 Berdasarkan Jenis Dompet Digital Yang Digunakan.....	55
4.2.4 Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompet Digital.....	55
4.2.5 Berdasarkan Jumlah Penggunaan Dompet Digital Dalam Sebulan	57
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
4.4 Uji Instrumen Penelitian	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	64
4.5 Menilai Model Struktur Hasil Penelitian	65
4.6. Model Hasil Pengujian Hipotesis.....	67
4.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital.....	68
4.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan dompet digital	69
4.6.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan dompet digital.....	70
4.6.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan dompet digital .	72
4.6.5 Pengaruh Tata letak Antarmuka Pengguna terhadap Niat Menggunakan dompet digital	73
4.7 Uji Goodness of Fit (GoF).....	74
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Kontribusi dan Implikasi Penelitian.....	76
5.2.1 Kontribusi Penelitian.....	76
5.2.2 Implikasi Penelitian.....	77
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	79
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.3.2 Saran Penelitian	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Indikator Persepsi Manfaat.....	43
Tabel 3. 2 Indikator Persepsi Kemudahan	45
Tabel 3. 3 Indikator Persepsi Keamanan	46
Tabel 3. 4 Indikator Persepsi Risiko	47
Tabel 3. 5 Indikator Tata letak Antarmuka Pengguna	48
Tabel 3. 6 Indikator Niat Menggunakan	49
Tabel 4. 1 Persentase Jurusan Responden.....	54
Tabel 4. 2 Persentase Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 3 Persentase Jenis Dompot Digital.....	55
Tabel 4. 4 Persentase Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompot Digital.....	56
Tabel 4. 5 Persentase Jumlah Penggunaan Dompot Digital Dalam Sebulan	57
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif	58
Tabel 4. 7 Uji Convergent Validity.....	61
Tabel 4. 8 Cross Loading	63
Tabel 4. 9 Fornell-Larcker Criterion.....	64
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 11 Result of Inner Weights	66
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

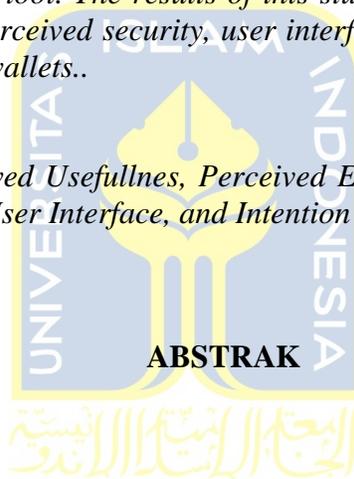
Gambar 1. 1 Model TAM	15
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	39
Gambar 4. 1 Model Struktural Hasil Pengujian	66



ABSTRACT

This study aims to explore TAM theory, security perception, risk perception, user interface design on intentions to use digital wallets. The research sample is students of the Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia. This research uses random sampling method. The data used in this study is primary data with a questionnaire sent by google forms. The number of respondents used in this study was 188 respondents. The data were analyzed using the SEM-PLS method with the SmartPLS 3 analysis tool. The results of this study prove the perceived benefits, perceived ease of use, perceived security, user interface design support positively on intentions to use digital wallets..

Keywords: TAM, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Risk, Design User Interface, and Intention to Use mobile wallet.



Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi teori TAM, persepsi keamanan, persepsi risiko, desain antarmuka pengguna terhadap niat menggunakan dompet digital. Sampel penelitian adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan kuesioner yang dikirimkan oleh google formulir. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 188 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan alat analisis SmartPLS 3. Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dukungan desain antarmuka pengguna secara positif terhadap niat menggunakan dompet digital.

Kata kunci: TAM, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Desain Antarmuka Pengguna, Dan Niat Menggunakan Dompet Digital.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari beberapa tahun ke belakang, perubahan kebiasaan hidup manusia sehari-hari telah berubah seiring berubahnya teknologi yang digunakan untuk menopang kegiatan sehari-hari, mulai dari telepon genggam dengan *keypad* hingga, sekarang dengan *touchscreen*. Bukan hanya perangkat keras nya saja yang berubah, tak mau ketinggalan perangkat lunak di dalam telepon genggam tersebut juga ikut berubah, sekarang ini perubahan perangkat lunak telepon genggam atau yang biasa kita sebut aplikasi. Menurut Shelly et al., (2008) aplikasi adalah seperangkat instruksi khusus dalam komputer yang dirancang agar memudahkan manusia menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Saat ini aplikasi perangkat lunak berkembang lebih pesat dari telepon genggam itu sendiri, bahkan sekarang ini banyak aplikasi yang merubah drastis cara kehidupan di berbagai aspek mulai dari adanya aplikasi jejaring sosial, aplikasi *ride hailing*, aplikasi *e-commerce*, aplikasi pemesanan tiket transportasi, hingga aplikasi dalam bidang keuangan atau yang biasa disebut *Financial Technology*.

Financial Technology atau bisa disingkat *fintech* merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern (Pribadiono, 2016). Menurut Arner et al., (2015) ada tiga gelombang disruption teknologi di bidang keuangan. Gelombang teknologi pertama (*fintech 1.0*) dipicu oleh selesainya kabel telegraf transatlantik pertama pada tahun 1866 dan melihat keuangan secara bertahap bergeser dari analog ke digital. Ini

diikuti oleh gelombang kedua inovasi teknologi di bidang jasa keuangan, dimulai dengan munculnya anjungan tunai mandiri (ATM) pada tahun 1967 (*fintech* 2.0). Sekarang ini sedang berlangsung gelombang ketiga dengan semakin meluasnya teknologi di bidang keuangan, ditambah dengan munculnya penyedia, dan saluran baru untuk penyediaan keuangan (*fintech* 3.0).

Laporan Accenture (2015), *fintech* adalah salah satu sektor ekonomi yang tumbuh paling cepat. Investasi di industri *fintech* meningkat pesat mencapai 12,2 miliar dollar pada tahun 2014, sedangkan pada tahun 2008 hanya 930 juta dolar. Peningkatan tertinggi diamati terjadi di Eropa. Kemudian laporan dari KPMG, (2016) investasi bidang *fintech* di Asia antara tahun 2014-2016 tumbuh dari 3,3 miliar dollar ke 8,6 miliar dollar. Pertumbuhan yang cepat ini karena *fintech* memberikan konsumen layanan yang lebih modern, praktis, efektif untuk konsumen ketika di mana saja, kapan saja.

Di Indonesia sendiri perkembangan teknologi finansial, dimulai sekitar tahun 2015. Di tahun tersebut berdiri organisasi Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI) dengan tujuan awal yakni menyediakan partner bisnis yang mumpuni. Saat ini Perkembangan pengguna *fintech* meroket, dari 7% pada 2006-2007 menjadi 78% pada tahun 2018. Dengan jumlah transaksi sekitar 202 Triliun. Dan jumlah penyedia layanan tercatat sebanyak 135-140 perusahaan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *fintech* di Indonesia ada 2 kategori. Pertama, *fintech* 2.0 untuk layanan keuangan digital yang dioperasikan lembaga keuangan seperti bank. Kedua, *fintech* 3.0 untuk startup teknologi yang punya produk dan jasa inovasi keuangan seperti dompet digital, Gopay,

Ovo, Dana, LinkAja, ShopeePay, T-Cash. Untuk penyedia dompet digital di Indonesia saat ini terdapat 56 dompet digital (*e-wallet*) dengan lisensi resmi (Bank Indonesia, 2020).

Dompet digital adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik melalui penggunaan perangkat seluler, menggantikan dompet fisik, sehingga pembayaran transaksi dapat diselesaikan di lokasi pedagang baik secara luring maupun daring (Shin, 2009). Dompet digital menyediakan cara yang nyaman, cepat, dan aman kepada penggunanya untuk melakukan transaksi secara online di seluruh dunia dari toko manapun dan siapapun (Uddin dan Akhi, 2014). Sistem transaksi dengan dompet digital berbeda dengan dompet fisik, dompet digital tidak mengharuskan melakukan pembayaran bertemu secara langsung dengan pedagang, dengan dompet digital bisa melakukan pembayaran dimana saja, dan kapan saja.

Perkembangan dompet digital di Indonesia diawali oleh operator jaringan. Telkomsel dengan pembayaran seluler berupa T-Cash yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2007, diikuti oleh Indosat dengan Dompetchu tahun 2008 dan XL Tunai tahun 2012. Dibangun di atas USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*) atau Data Layanan Tambahan Tidak Terstruktur, layanan pembayaran seluler terutama digunakan untuk *top-up* telekomunikasi, pembayaran tagihan utilitas, dan layanan pengiriman uang. Baru kemudian dompet digital Gopay diluncurkan tahun 2016 setahun kemudian disusul OVO 2017.

Menurut MDI Ventures, dan Mandiri Sekuritas Research (2020) perkiraan transaksi dengan pembayaran seluler di Indonesia tahun 2016 mencapai 4 triliun rupiah, tahun 2017 mencapai 18 triliun rupiah, tahun 2018 mencapai 72 triliun rupiah, tahun 2019 mencapai 230 triliun. Kemudian menurut dari Redseer, (2019) nilai transaksi dompet digital di Indonesia pada 2023 diperkirakan akan mencapai US\$ 25 miliar, atau sekitar Rp 354,8 triliun. Perkiraan tersebut bukan tanpa alasan mengingat tumbuhnya startup besar di Indonesia mulai dari start up *e-commerce*, *hail-riding* yang dikemudian hari *startup* tersebut membuat dompet digitalnya masing-masing, turut menyumbang pertumbuhan pengguna dompet digital. Seperti Gojek yang meluncurkan Gopay, Grab meluncurkan OVO, dan Shopee yang mengeluarkan Shopeepay.

Kemudian, Laporan dari We Are Social dan Hootsuite, (2020) juga menyebut ada 3,4 persen penduduk Indonesia yang sudah menggunakan mobile payment atau dompet digital. Sedangkan menurut penelitian Redseer, (2019) jumlah pengguna layanan dompet digital secara keseluruhan di Indonesia diperkirakan lebih dari 4 juta. Potensi pertumbuhan pengguna dompet digital sangat terbuka koneksi seluler di Indonesia ada 345,3 juta koneksi seluler di Indonesia pada Januari 2021. Jumlah koneksi seluler di Indonesia pada Januari 2021 setara dengan 125,6% dari total populasi. Sedangkan, pengguna internet di Indonesia ada 202,6 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 (We Are Social dan Hootsuite, 2020). Mengingat cara kerja dompet digital membutuhkan koneksi internet maka semakin besar pengguna koneksi seluler maka semakin besar pula pasar pengguna dompet digital.

Menurut penelitian Ipsos, (2020) sebanyak 71% pengguna dompet digital dimotivasi oleh promo. Namun, seiring berjalannya waktu pengguna terbiasa dengan kenyamanan yang ditawarkan dompet digital, niat mereka menggunakan dompet digital tidak lagi berdasarkan promo. Beberapa hal lain yang membuat konsumen tertarik menggunakan dompet digital adalah kenyamanan, dan keamanan.

Ada beberapa penelitian yang telah meneliti terkait pengadopsian *fintech* dengan Teori TAM. Seperti penelitian yang dilakukan Chuang et al., (2016) pada insinyur industri manufaktur di kawasan khusus industri Taiwan menemukan bahwa *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Easy of Use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap adopsi layanan *fintech*. Kemudian penelitian yang dilakukan Mun et al., (2017) pada generasi *millennial* Malaysia dengan menggunakan TAM terhadap pengadopsian dompet digital, berkesimpulan bahwa *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Easy of Use* memiliki pengaruh yang besar terhadap *Intention to Use Mobile Payment*. Sejalan dengan penelitian sebelum, penelitian yang dilakukan Alaeddin et al., (2018) terhadap staf dari sekolah bisnis di University of Kuala Lumpur dengan model TAM juga berkesimpulan sama, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* menjadi faktor yang signifikan seseorang berubah dari menggunakan dompet fisik ke dompet digital.

Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat) menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang menggunakan dompet digital karena kepercayaan seseorang akan manfaat yang didapat ketika menggunakan suatu teknologi, apabila penggunaan suatu teknologi dipercaya tidak memberikan manfaat maka individu

tersebut tidak akan mau menggunakan teknologi tersebut. Persepsi Manfaat dari layanan pembayaran seluler dapat dijelaskan sejauh mana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan pembayaran seluler dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien dan efektif (Phonthanukitithaworn et al., 2010). Minat seseorang menggunakan perangkat seluler sangat dipengaruhi oleh manfaat perangkat seluler meliputi personalisasi, bisa digunakan dimana-mana, ketepatan waktu, dan stabilitas jaringan (Wong dan Hiew, 2005).

Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan) menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang menggunakan dompet digital karena kepercayaan yang diyakini seseorang bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha yang menyulitkan. Persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Menurut Wan dan Che, (2004) seseorang tidak mau menggunakan pembayaran seluler karena merasa menggunakan pembayaran seluler itu membosankan dan rumit karena kesulitan fitur perangkat seluler seperti layarnya yang kecil atau kesulitan memasukkan informasi dengan menggunakan perangkat seluler.

Perceived Security (Persepsi Keamanan) juga merupakan faktor penting mengingat dompet digital merupakan tempat menyimpan uang sekaligus sarana bertransaksi, maka dalam proses dan penggunaan dompet digital haruslah terjamin keamanannya. Mengingat teknologi tidak bisa terlepas ancaman dari peretas. Di Indonesia masalah peretasan kerap kali terjadi, baik berupa masalah keamanan, data pribadi, saldo, transaksi. Masalah keamanan bisa menjadi pengaruh dalam seseorang

menggunakan teknologi yang ada. Penelitian Tirto.id, (2017) menemukan 50,90% masyarakat khawatir tentang keamanan data *e-money* mereka, 42,91% khawatir tentang privasi transaksi, 34,04% khawatir dijual ke pihak lain, 11,70% khawatir digunakan pemerintah untuk bisnis, dan 11,34% khawatir digunakan pihak bank untuk kepentingan bisnis. Persepsi keamanan dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan data, modifikasi data, penolakan layanan, dan/atau penipuan penyalahgunaan wewenang (Armesh et al., 2010). Selanjutnya, penelitian dari Zhang et al., (2019) dengan mengambil data secara daring di Wenjuanxing, mengungkapkan Persepsi Keamanan memiliki dampak yang kuat pada niat berkelanjutan untuk menggunakan pembayaran seluler. Penelitian Denaputri dan Usman, (2020) mengemukakan hasil serupa bahwa Persepsi Keamanan, berpengaruh signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan pembayaran seluler.

Dengan terjaminnya keamanan dalam bertransaksi maka risiko dalam bertransaksi menjadi semakin kecil, hal ini tentu saja bisa berpengaruh pada minat seseorang menggunakan teknologi. Menurut Cox dan Rich, (1964) persepsi risiko adalah kepercayaan subjektif konsumen ketika melakukan pembelian tidak dapat menjamin hasil tersebut, paling sesuai dengan tujuan yang diinginkan atau ketika hasilnya tidak dapat memenuhi tujuan yang diharapkan setelah membeli, mungkin akan ada hasil yang tidak menguntungkan. Jika konsumen merasakan lebih banyak risiko dalam dompet digital, ia tidak akan cenderung menggunakannya. Begitu pula

sebaliknya, jika persepsi risiko dalam menggunakan dompet digital berkurang akan meningkatkan niat konsumen untuk menggunakannya. sejalan dengan itu penelitian Madan dan Yadav, (2016) pada mahasiswa pascasarjana dan profesional yang di Ibu Kota India, Delhi menemukan semakin rendah persepsi risiko konsumen, maka semakin tinggi niat untuk menggunakan dompet digital. Namun penelitian yang dilakukan Gan dan Wang, (2017) pada pengguna *e-commerce* TMall, China mengemukakan hal yang berbeda, hasilnya persepsi risiko ternyata tidak berpengaruh pada niat beli menggunakan *e-commerce*.

User Interface (antarmuka pengguna) dalam penggunaan sebuah aplikasi, web juga tidak kalah penting. Desain visual pada bagian antarmuka pengguna menjadi penting, mengingat atribut visual pada antarmuka memberikan kesan dan mengkomunikasikan obyek yang ada di layar dengan pengguna. antarmuka pengguna adalah cara program dan pengguna untuk berinteraksi. Pada dasarnya, desain antarmuka pengguna merupakan elemen visual dari sebuah produk. Hal itu termasuk desain layar, tombol, warna, ikon, gambar, teks, dan elemen visual lainnya berperan sebagai jembatan produk dengan pengguna. Dengan memiliki tampilan antarmuka pengguna yang baik maka interaksi dengan pengguna berjalan dengan baik dan pengguna menjadi puas serta, dapat meningkatkan pengguna hingga pada akhirnya bisa meningkatkan jumlah pengguna. Cyr et al., (2006) menjelaskan, bahwa estetika desain dari antarmuka ponsel akan memberi dampak positif bagi pengguna atas segala fungsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sebuah perangkat. Nanda et al., (2008) menjelaskan, bahwa estetika desain pada sebuah produk smartphone memiliki dampak

pada emosional pengguna yang kemudian mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan produk. Penelitian dari Jung dan Yim (2018) berkesimpulan pengaruh antarmuka pengguna secara langsung, dan tidak langsung yang signifikan antara interaksi pengguna dengan aplikasi seluler. Interaksi pengguna dengan aplikasi dapat berubah, tergantung pada bagaimana pengguna memandang atribut desain antarmuka pengguna, yang akhirnya mempengaruhi sikap serta niat pengguna untuk menggunakan aplikasi.

Setelah pemaparan di atas, peneliti tertarik meneliti faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa Universitas Islam Indonesia menggunakan teknologi dompet digital. Dalam penelitian ini menggunakan kerangka TAM, yang kemudian peneliti menambah variabel eksternal persepsi keamanan, persepsi risiko karena isu peretasan kerap terjadi terlepas dari seberapa lama aplikasi tersebut diluncurkan, kemudian dua variabel ini saling berkaitan secara langsung maupun tak langsung juga menurut peneliti dompet digital merupakan teknologi finansial yang berkaitan dengan keuangan, dapat dikatakan setiap orang sangat berhati-hati dalam mengelola keuangannya, terlebih mengadopsi teknologi yang berkaitan dengan keuangan orang tersebut sehingga variabel tadi penting untuk ditambahkan. Model teori TAM merupakan salah satu teori yang sering digunakan untuk mengukur adopsi penggunaan teknologi dan variabel persepsi keamanan, persepsi risiko juga sering digunakan mengukur adopsi penggunaan teknologi finansial seperti penelitian Wong dan Mo, (2019), Patel dan Patel, (2018), George, (2018), Amoroso dan Watanabe, (2012), Shin, (2009). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelum, peneliti menambah variabel tata

letak antarmuka untuk mengetahui pengaruh seseorang menggunakan dompet digital seperti penelitian yang dilakukan Jung dan Yim (2018) tentang faktor desain antarmuka yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi seluler di Korea pada mahasiswa. Zhang et al., (2019) tentang fitur desain antarmuka dalam penggunaan layanan pembayaran seluler secara berkelanjutan. Lin et al., (2016) tentang pengaruh kualitas antarmuka pengguna pada belanja seluler. Menurut peneliti, tata letak antarmuka penting, karena tampilan antarmuka sebuah aplikasi menjadi impresi pertama yang didapatkan konsumen ketika menggunakan aplikasi tersebut, dan sebatas pengetahuan peneliti variabel tata letak antarmuka masih jarang digunakan untuk mengukur minat adopsi dompet digital. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh “Pengujian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Niat Menggunakan Dompet Digital”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?

4. Apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?
5. Apakah terdapat pengaruh tata letak antarmuka pengguna terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas berbagai macam faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital. Untuk mendukung agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai pengertian dan penafsiran, maka diperlukan adanya batasan masalah dalam penelitian ini. Fokus dari penelitian ini membahas tentang berbagai macam faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital. Berupa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, dan Tata Letak Antarmuka.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital?
5. Untuk mengetahui pengaruh tata letak antarmuka pengguna terhadap niat seseorang untuk menggunakan dompet digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain atau yang sejenis dalam meneliti permasalahan faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital di masa yang akan datang.
 - b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih untuk pengembangan akademik dibidang penerimaan teknologi dan informasi di Indonesia. Kemudian bisa menjadi bahan acuan dan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan Penyedia Layanan, diharapkan mampu terus berinovasi guna mengembangkan layanan dompet digital sehingga terus mempermudah kegiatan masyarakat.

- b. Bagi sektor pemerintah diharapkan penelitian ini dapat membantu menambah bahan analisis terhadap pembuatan maupun perbaikan kebijakan tentang dompet digital sehingga dapat melindungi konsumen, dan penyedia layanan

1.6 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini membahas tentang landasan teori, kajian pustaka, uraian hipotesis-hipotesis yang akan diuji, serta kerangka model penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

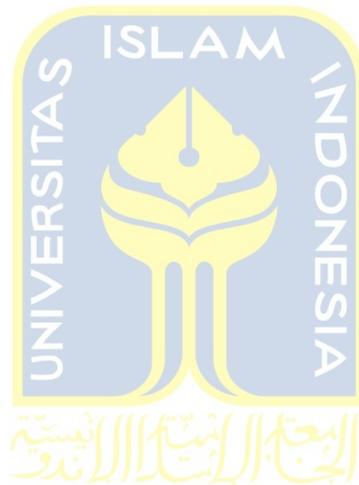
Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukuran variabel, dan metode analisis.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, serta pengujian dan pembahasan penelitian.

BAB V: Penutup

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab-bab sebelumnya, kontribusi dan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian yang dirasakan peneliti, dan saran untuk peneliti selanjutnya.



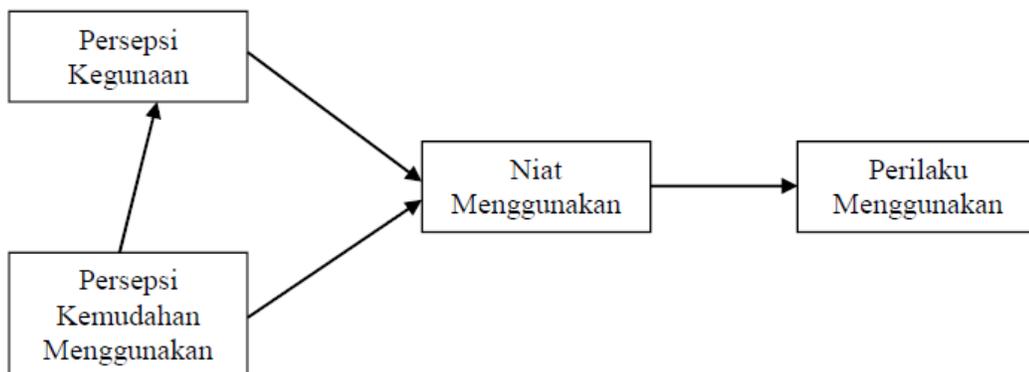
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan landasan teori yang menjadi dasar mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, dan kerangka penelitian.

2.1 Theory Acceptance Model (TAM)

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis, (1989) . TAM adalah pengembangan dari teori yang diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1975, 1980). Davis, (1989) mempublikasikan hasil penelitian disertasinya, sehingga memunculkan teori TAM dengan penekanan hubungan antara *beliefs* dari pengguna dengan sikap, niat menggunakan sistem. Variabel *beliefs* berupa persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan yang memiliki hubungan untuk memprediksi sikap dalam niat menggunakan sistem informasi.



Gambar 1. 1 Model TAM

Persepsi Manfaat berorientasi pada kepercayaan individu akan hasil yang di dapat ketika menggunakan suatu teknologi, sedangkan Persepsi Kemudahan Menggunakan berorientasi pada kepercayaan individu terhadap proses penggunaan suatu teknologi akan mempermudah usaha kerja individu tersebut, yang kemudian persepsi tadi mempengaruhi secara langsung niat individu menggunakan teknologi yang akhirnya membuat individu tersebut menggunakan suatu teknologi.

Dengan Model TAM dapat dipahami bahwa niat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi atas persepsi orang tersebut yaitu persepsi kegunaan dan kemudahan.

2.2 Teknologi Finansial (Financial Technology)

Fintech adalah program komputer yang digunakan untuk mendukung atau mengaktifkan layanan perbankan dan keuangan (European Banking Federation, 2018). Ini termasuk semua teknologi digital, dari perangkat lunak ke perangkat keras, yang mengubah atau meningkatkan proses keuangan tradisional. Menurut Bank Indonesia (2017) teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. *Fintech* adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern di sektor keuangan (Saksonova dan Merlino, 2017). Menurut Pribadiono, (2016) teknologi finansial merupakan perpaduan antara teknologi, dan fitur keuangan dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern.

Menurut Bank CIMB Niaga dan DS Research (2020) ada tujuh kategori jenis *fintech*. yaitu:

1. P2P (Peer-to-Peer) *Lending*

Penyedia jasa keuangan yang bertugas mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam, baik dari individu dan institusi. Pinjaman tersebut disediakan untuk kebutuhan konsumtif atau produktif.

2. *Equity Crowdfunding*

Platform digital yang menjadi perantara antara pemilik bisnis yang ingin mendapatkan modal dari masyarakat. Imbalannya berbentuk saham, dan mendapatkan keuntungan berdasarkan bagi hasil dari pertumbuhan bisnis..

3. Investasi

Platform digital yang membantu orang untuk berinvestasi. Layanan yang diberikan mencakup layanan informasi, pembelian, dan penjualan. Instrumen investasi yang sering ditawarkan berupa emas, reksa dana, dan saham.

4. Inovasi Keuangan Digital

Platform *Fintech* yang terkait dengan proses bisnis, model bisnis, dan keuangan instrumen. Tujuannya adalah untuk memberikan nilai tambah baru bagi sektor jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital. Seperti *Market Aggregator*, *Blockchain-Based*, *Property Investment Management*, dll.

5. *Remittance*

Layanan digital untuk mengirim dan menerima uang dari negara lain. Lalu di konversi mata uang sesuai ke tempat asal atau tujuan pengiriman.

6. *Payment System Digital*

Layanan keuangan untuk membantu penyedia jasa lain mengelola transaksi. Contohnya Payfazz.

7. *E-Wallet*

Layanan dompet digital berbasis server untuk mengatur sejumlah uang berupa non tunai milik pengguna. Digunakan untuk menyimpan, mengirim, dan membayar uang secara langsung melalui aplikasi.

Selama 2019 dompet digital (82,7%) menjadi kategori produk *fintech* yang paling populer, dilanjutkan investasi (62,4%), dan P2P *lending* (40%) (DS Research, 2020).

2.3 **Dompet Digital**

Electronic Wallet atau Dompet Elektronik menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Dompet digital termasuk juga ke dalam jenis uang elektronik dengan media penyimpanan data elektronik berdasar *software based product*. Menurut Hidayati dkk., (2006) dompet digital disebut juga *digital cash*. Produk *e-money* yang masuk dalam kelompok ini pada prinsipnya merupakan suatu aplikasi (*software*) yang kemudian di-*install* ke dalam suatu *Personal Computer* (PC) yang dijalankan dengan *operating*

sistem yang *standard*. Produk ini dikembangkan untuk melakukan transaksi melalui suatu jaringan komputer (internet). Dompot elektronik berbasis *server*, sehingga pada penggunaannya perlu terkoneksi terlebih dahulu dengan internet untuk masuk *server*.

Dompot digital adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik melalui penggunaan perangkat seluler, menggantikan dompet fisik sehingga pembayaran transaksi dapat diselesaikan di lokasi pedagang (Shin, 2009). Dompot digital menyediakan cara yang nyaman, cepat, dan aman kepada penggunanya untuk melakukan transaksi secara daring di seluruh dunia dari toko manapun dan siapapun (Uddin dan Akhi, 2014). Dompot digital sama seperti dompet fisik, digunakan untuk menyimpan informasi seperti total saldo, identitas pemilik, informasi kontak, informasi pengiriman atau penagihan termasuk alamat pelanggan dan informasi lain yang digunakan pada saat pembayaran transaksi (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

Di Indonesia saat ini terdapat 56 penyedia layanan dompet digital dengan izin resmi (Bank Indonesia, 2020). Menurut Survei Sharing Vision, (2020) ada 4 dompet digital yang paling sering digunakan yaitu GoPay sebanyak 81%, OVO sebanyak 71%, ShopeePay 44%, dan Dana 41%.

2.4 Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Dompot Digital

2.4.1 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Davis, (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa manfaat suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan

performa kerja orang tersebut. Persepsi manfaat dari konsumen ketika teknologi yang diadopsi dapat digunakan di mana saja dan kapan saja (Zhihong dan Li, 2016). Turner et al., (2010) juga menjelaskan bahwa persepsi manfaat meningkatkan produktivitas, membuat pekerjaan lebih produktif, dan mempercepat selesainya pekerjaan.

2.4.2 Persepsi Kemudahan (*Perceived Easy to Use*)

Davis, (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan menggunakan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Sedangkan menurut Jogiyanto, (2008) Kemudahan penggunaan adalah sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi akan mengurangi usaha seseorang dan mempermudah dalam memahaminya. Jogiyanto, (2008) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan yaitu; mudah untuk dipelajari, mudah dikendalikan, mudah untuk dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, fleksibel, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi.

2.4.3 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan disebut persepsi pengguna tentang ada atau tidak risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi atau persepsi pengguna bahwa penyedia teknologi yang baru dikembangkan mampu mengambil tindakan yang tepat untuk

menjamin bahwa penggunaannya aman (Mekovec dan Hutinski, 2012; Shin, 2009). Menurut Patel dan Patel, (2018) persepsi keamanan mengacu pada persepsi masyarakat terhadap sistem *internet banking*, dimana bisa transaksi dengan aman dan menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka.

Chellappa, (2002) mendefinisikan persepsi keamanan dalam transaksi *e-commerce* sebagai probabilitas subjektif dimana konsumen percaya bahwa informasi personal mereka yang bersifat privat atau moneter tidak akan dilihat, disimpan, dimanipulasi pada saat perpindahan data dan pada saat disimpan oleh pihak yang tidak berkepentingan sesuai dengan ekspektasi mereka. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan persepsi keamanan adalah kepercayaan seseorang bahwa informasi, dan data mereka tidak disalahgunakan oleh pihak lain baik berupa data yang disimpan atau saat melakukan transaksi. Dengan jaminan keamanan yang didapat ketika menggunakan suatu teknologi, akan mempengaruhi persepsi keamanan yang dimiliki konsumen sehingga mempengaruhi niat penggunaan pada suatu teknologi.

2.4.4 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Forsythe dan Shi, (2003) mendefinisikan risiko yang dirasakan sebagai pembeli ekspektasi subjektif dari kemungkinan kerugian ketika membuat keputusan tentang perbelanjaan daring. Persepsi risiko menunjukkan bahwa pengguna menyadari adanya potensi risiko, seperti pengungkapan informasi pribadi, pembayaran ketidakamanan dan kualitas produk yang tidak terarah (Chiu et al., 2014). Lalu menurut Featherman dan Pavlou, (2003) mendefinisikan persepsi risiko sebagai kemungkinan kerugian saat

mengejar hasil yang diinginkan. Dalam persepsi risiko dalam menggunakan pembayaran seluler ada beberapa pengukuran yaitu:

A. Persepsi Risiko Keuangan.

Persepsi risiko keuangan yang dirasakan mengacu pada persepsi konsumen tentang kemungkinan kerugian moneter yang disebabkan oleh penggunaan *m-payment* (Featherman dan Pavlou, 2003). Transfer uang antar akun dalam *m-payment* mungkin akan meningkat kekhawatiran tentang informasi keuangan, seperti akun dicuri dan risiko kehilangan uang. *M-payment* biasanya menggunakan teknologi nirkabel komunikasi yang berpotensi menjaga informasi keuangan dari calon penyusup.

B. Persepsi Risiko Privasi

Privasi adalah perhatian konsumen utama lainnya adopsi *mobile* pembayaran karena banyak informasi pribadi, seperti nomor telepon, sosial nomor keamanan, kode pin, lokasi konsumsi, catatan belanja, dll., diperlukan dalam proses pembayaran. Informasi semacam itu dapat terungkap atau digunakan secara jahat jika jatuh ke tangan yang salah (Featherman dan Pavlou, 2003). Potensi pelanggaran informasi privasi konsumen termasuk penyedia layanan tanpa sengaja mengumpulkan, mengungkapkan, mentransmisikan, atau menjual data pribadi sepengetahuan atau izin konsumen atau peretas yang mencegat informasi tersebut.

C. Persepsi Risiko Kinerja

Persepsi Risiko kinerja mengacu pada pengguna persepsi tentang kemungkinan malfungsi sistem *m-payment* dan tidak bekerja sebagaimana dimaksud atau diiklankan,

dan dengan demikian tidak dapat memberikan yang diinginkan jasa (Featherman dan Pavlou, 2003). Selanjutnya karena keterbatasan kecepatan dan ketersediaan jaringan nirkabel, kinerja *m-payment* terkadang tidak stabil. Misalnya, kegagalan sistem dapat mengakibatkan transaksi yang tidak lengkap menggunakan aplikasi seluler setelah naik taksi. Selain itu, batasan ukuran layar dan kemampuan pemrosesan ponsel juga dapat meningkatkan kekhawatiran pengguna.

D. Persepsi Risiko Waktu

Persepsi Risiko waktu mengacu pada kemungkinan kehilangan waktu karena penggunaan *m-payment*. Ini mungkin disebabkan oleh ketidakpastian tentang waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari cara mengoperasikan perangkat lunak, prosedur mana yang harus diikuti ketika gagal membayar tagihan, atau cara menghapus aplikasi seluler ketika kinerjanya di bawah ekspektasi (Featherman dan Pavlou, 2003). Hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi konsumen jika membutuhkan waktu lama untuk memproses transaksi.

Telepon Genggam biasanya menyimpan informasi pribadi penting, yang menimbulkan masalah keamanan dan risiko privasi yang terlibat dalam melakukan transaksi apapun melalui dompet seluler (Madan dan Yadav, 2016). Dengan adanya persepsi risiko yang dimiliki konsumen dalam menggunakan dompet digital yang berada di telepon genggam, membuat konsumen akan berpikir dalam mengadopsi dompet digital, apakah dengan menggunakan teknologi tersebut terdapat banyak risiko

dibanding dengan tidak menggunakan teknologi, jika terdapat banyak risiko maka konsumen tentu akan memilih untuk tidak menggunakan teknologi tersebut.

2.4.5 Tata Letak AntarMuka Pengguna (*Design User Interface*)

Menurut Bhandari et al., (2017) Antarmuka pengguna yaitu desain tampilan antarmuka pengguna pada layar perangkat *mobile* seperti *smartphone*, tablet, maupun perangkat elektronik lainnya. Antarmuka pengguna sebagai saluran dimana konsumen dapat berinteraksi dengan penyedia layanan elektronik (Gummerus et al., 2004). Moran, (1981) berpendapat sebuah antarmuka biasanya memiliki beragam komponen desain fisik dan konseptual itu memberikan pengguna sistem interaksi yang lancar. Saracevic, (1997) memasukkan antarmuka pengguna sebagai komponen sentral dalam proses interaktif, dimana antarmuka pengguna yang menghubungkan informasi atau “komputer” dengan pengguna. Estetika antarmuka pengguna adalah faktor utama dalam menarik perhatian dan mencapai tujuan pengguna. Penerapan konsep estetika yang hati-hati dapat membantu akseptabilitas dan memudah kemampuan belajar penggunaan (Schaik dan Ling, 2009). Cyr et al., (2006) menjelaskan bahwa melalui estetika desain dari antarmuka ponsel akan memberi dampak positif bagi pengguna atas segala fungsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sebuah perangkat.

Zamri dan Subhi, (2015) memberikan sebuah panduan untuk menyusun sebuah desain aplikasi agar mudah digunakan dengan, membaginya ke dalam beberapa komponen yang berpengaruh sebagai berikut:

A. Kesederhanaan

Kesederhanaan yaitu berupa pengaturan desain, fitur informasi yang sederhana sehingga membuat aplikasi mudah diingat, memungkinkan fokus pengguna lebih baik, dan pengguna tidak membutuhkan banyak waktu untuk membacanya.

B. Informatif

Informatif yaitu hanya menyampaikan informasi yang diperlukan dan penting. Sehingga informasi yang tersebar luas, akan mudah tersampaikan dan dipahami.

C. Interaktivitas

Interaktivitas yaitu kemudahan komunikasi antara pengguna dan sistem. Contohnya adalah navigasi yang sederhana dan jelas. Sehingga memungkinkan pengguna untuk menggunakan aplikasi dalam situasi apa pun.

D. Berkelanjutan

Berkelanjutan berarti konsisten dalam berinteraksi. Konsistensi akan mempermudah pengguna untuk membentuk persepsi dan interpretasi mereka tentang aplikasi. Contohnya seperti menggunakan warna tema, jenis font, ukuran font yang selalu sama.

2.5 Penelitian Terdahulu

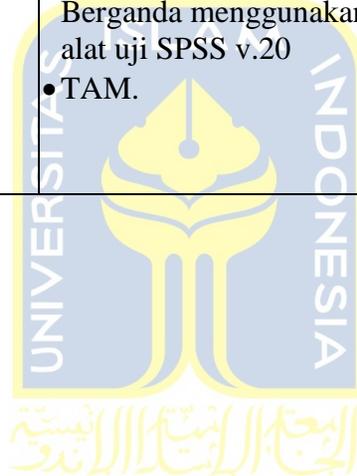
Penelitian terdahulu telah ada yang meneliti mengenai faktor apa saja yang membuat individu menggunakan dompet digital. Peneliti akan menguraikan beberapa studi yang dapat mendukung hipotesis yang sesuai dengan penelitian ini. Seperti yang disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
1	Marafon et al., (2018)	Independen: • Persepsi Risiko Moderasi: • Penerimaan Risiko • Kepercayaan Diri Dependen: • Niat untuk menggunakan	• Kuantitatif • 180 responden nasabah bank di Brazil • Analisis Regresi Linier menggunakan alat uji SPSS v.20	• Persepsi Risiko berpengaruh negatif pada niat menggunakan <i>internet banking</i> , penerimaan risiko tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan <i>internet banking</i> , kepercayaan diri terhadap persepsi risiko tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan <i>internet banking</i> .
2	Gan dan Wang, (2017)	Independen: • Nilai Hedonik • Nilai Sosial • Nilai Utilitarian • Persepsi Risiko Intervening: • Kepuasan Dependen: • Niat Pembelian	• Kuantitatif • 321 responden pengguna <i>e-commerce</i> di China • PLS menggunakan alat uji SmartPLS 2.0	• Persepsi Risiko secara signifikan dan berdampak negatif pada kepuasan, dan tidak berpengaruh pada niat pembelian. Kepuasan secara signifikan dan positif mempengaruhi niat pembelian. Persepsi nilai yaitu Nilai utilitarian, nilai hedonik dan nilai sosial memiliki pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan dan niat pembelian.

Tabel 2.1 Penelitian Lanjutan

No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
3	Mun et al., (2017)	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Kredibilitas • Pengaruh Sosial Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan pembayaran seluler 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif. • 300 Responden pengguna, dan bukan pengguna pembayaran seluler di Malaysia. • Analisis Regresi Berganda menggunakan alat uji SPSS v.20 • TAM. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat ,Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler sedangkan Pengaruh Sosial memiliki hubungan positif dengan niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.



Tabel 2.1 Penelitian Lanjutan

No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
4	Alaeddin et al., (2018)	Independen: • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan Mediasi: • Sikap terhadap Peralihan. • Persepsi Risiko. Dependen: • Sikap untuk mengganti.	• Kuantitatif • 140 Responden staf sekolah bisnis Universitas Kuala Lumpur. • PLS-SEM menggunakan alat uji SmartPLS. • TAM.	• Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan menjadi faktor signifikan yang mempengaruhi sikap mengganti ke dompet seluler, lalu Sikap mengganti berpengaruh terhadap niat untuk beralih ke dompet seluler sedangkan Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap sikap mengganti ke dompet seluler.
5	Wong dan Mo, (2019)	Independen • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Risiko • Persepsi Keamanan • Persepsi Kepercayaan Dependen: • Niat menggunakan	• Kuantitatif • 121 Responden pengguna pembayaran seluler di Hongkong. • Analisis Regresi Berganda menggunakan alat uji SPSS v.26 • TAM	• Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Keamanan berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan pembayaran seluler, sedangkan Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.

Tabel 2.1 Penelitian Lanjutan

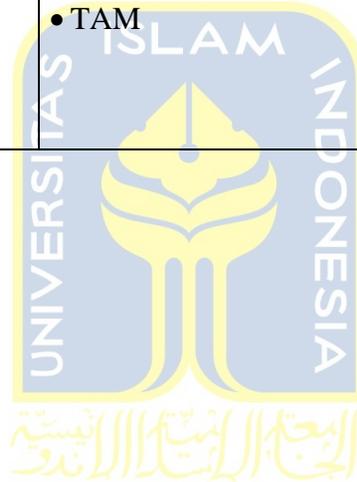
No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
6	Zhang et al., (2019)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan <p>Interventing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Pengendalian • Persepsi Tata letak Antarmuka <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan Berkelanjutan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • 252 Koresponden Sekolah Desain, Universitas Politeknik Hong Kong • SEM menggunakan alat uji Amos 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan memiliki dampak langsung yang kuat pada penggunaan berkelanjutan, Persepsi Pengendalian menjadi faktor penting mempengaruhi persepsi keamanan dalam layanan pembayaran seluler, Persepsi tata letak antarmuka mempengaruhi persepsi pengendalian dan menunjukkan peran penting dalam meningkatkan persepsi keamanan. Persepsi tata letak antarmuka secara signifikan mempengaruhi persepsi pengendalian dan persepsi keamanan.
7	Denaputri dan Usman, (2020)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Keamanan • Persepsi Kepercayaan <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niat untuk menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • 288 Koresponden pengguna pembayaran seluler pada perbelanjaan daring • SEM menggunakan alat uji Amos v.23 • TAM 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan secara signifikan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan pembayaran seluler.

Tabel 2.1 Penelitian Lanjutan

No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
8	Jung dan Yim, (2018)	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Kesederhanaan • Konsisten • Metafora Mediasi: <ul style="list-style-type: none"> • Interaksi Pengguna • Sikap Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat untuk menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • 260 Koresponden mahasiswa di Korea • SEM menggunakan alat uji Amos v.18 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesederhanaan, Konsistensi, Metafora berpengaruh signifikan pada Interaksi, lalu Interaksi berpengaruh pada sikap, kemudian sikap mempengaruhi niat untuk menggunakan.
9	Lin et al., (2016)	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Risiko keterbukaan informasi • Manfaat keterbukaan informasi • Kualitas antarmuka pengguna Mediasi: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Nilai • Nilai keterbukaan informasi Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat Menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • 228 Koresponden pengguna aplikasi perbelanjaan seluler • Regresi Linier menggunakan alat uji smartPLS v.3 	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat keterbukaan informasi, mempengaruhi positif nilai keterbukaan informasi, Risiko Keterbukaan Informasi mempengaruhi nilai keterbukaan informasi secara negatif, Nilai Keterbukaan Informasi meningkatkan Persepsi Nilai belanja seluler, yang kemudian meningkatkan niat belanja seluler, Kualitas Antarmuka Pengguna mempengaruhi Persepsi Nilai dan Niat Belanja Seluler. Kualitas Antarmuka Pengguna memengaruhi negatif Nilai Keterbukaan Informasi.

Tabel 2.1 Penelitian Lanjutan

No	Peneliti	Variabel	Metode, sampel, alat analisis, dan teori.	Hasil Penelitian
10	Patel dan Patel, (2018)	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Keamanan • Pengaruh Sosial Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan pembayaran seluler 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • 284 Koresponden pengguna <i>internet banking</i> • SEM menggunakan alat uji Amos v.22 • TAM 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan memiliki dampak yang kuat dan menjadi penentu utama niat pelanggan untuk menggunakan internet layanan perbankan, diikuti dengan Persepsi Manfaat, , Persepsi Kemudahan, dan Pengaruh Sosial.



2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengimplementasikan model penelitian dengan dasar model teori TAM ditambah variabel persepsi keamanan, persepsi risiko dan tata letak antarmuka dasar sebagai faktor yang membuat individu menggunakan suatu sistem.

Pengembangan hipotesis diuraikan sebagai berikut:

2.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi Manfaat adalah probabilitas subjektif menggunakan teknologi akan meningkatkan cara pengguna menyelesaikan tugas tertentu (Guriting dan Ndubisi, 2006; Laforet dan Li, 2005). Persepsi manfaat dari layanan pembayaran seluler adalah sejauh mana sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan pembayaran seluler dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien, dan efektif (Phonthanukitithaworn et al., 2010).

Menggunakan dompet digital akan mendapatkan banyak kegunaan dibandingkan menggunakan dompet fisik seperti efisiensi waktu yang didapat, praktis dalam bertransaksi, otomatisasi pencatatan transaksi, tersedia banyak promo, jaminan keamanan yang didapat dari penyedia layanan. Dengan begitu banyak kegunaan yang ada, maka membuat seseorang berniat menggunakan teknologi. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja orang yang menggunakannya. Sehingga dari teori tersebut kepercayaan seseorang akan manfaat dalam menggunakan teknologi akan

mempengaruhi orang tersebut dalam menggunakan atau tidak menggunakan suatu teknologi informasi.

Penelitian yang dilakukan Mun et al., (2017) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang besar terhadap niat menggunakan pembayaran seluler. Penelitian Chen, (2008) menyimpulkan hal serupa persepsi kegunaan mempengaruhi penerimaan konsumen atas pembayaran seluler. Penelitian Lee, (2009) berkesimpulan, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan perbankan daring. Sama halnya Wong dan Mo, (2019) mengemukakan persepsi manfaat adalah faktor utama yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.

Berdasarkan uraian yang telah disajikan diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap niat menggunakan dompet digital

2.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital

Persepsi kemudahan penggunaan sejauh mana suatu inovasi mudah dimengerti atau digunakan (Zeithaml et al., 2002). Menurut Consult, (2002) bahwa persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada kemampuan konsumen untuk bereksperimen dengan inovasi baru dan mengevaluasi manfaatnya dengan mudah. Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2008). Maka apabila suatu teknologi

mudah digunakan, seseorang juga lebih mudah belajar tentang fitur dan kegunaanya, akhirnya mempengaruhi individu untuk menggunakannya. Penelitian Alaeddin et al., (2018) berkesimpulan persepsi kemudahan menjadi faktor yang signifikan seseorang berubah dari menggunakan dompet fisik ke dompet digital. Penelitian Chen, (2008) berkesimpulan persepsi kemudahan mempengaruhi penerimaan konsumen atas pembayaran seluler, Sedangkan Menurut Lee, (2009) persepsi kemudahan tidak berdampak langsung pada niat untuk menggunakan, meskipun mempengaruhi kegunaan yang dirasakan, yang kemudian mengarah pada penerimaan perbankan online. Hal ini serupa dengan temuan yang diperoleh Pikkarainen et al., (2004) dan Chan dan Lu, (2011).

Berdasarkan temuan yang tidak konsisten dari penelitian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan dompet digital

2.6.3 Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital

Pengenalan teknologi baru selalu disertai dengan masalah keamanan. Saat melakukan transaksi keuangan, penting untuk membuat konsumen merasa aman untuk meminimalkan kekhawatiran saat melakukan pembayaran *online*. Untuk mempromosikan pembayaran seluler, penyedia layanan perlu menghilangkan kekhawatiran ini dan membuat lingkungan yang lebih kondusif untuk kepercayaan pelanggan (Thakur dan Srivastava, 2014). Dengan jaminan keamanan yang didapat

ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan membuat konsumen tertarik menggunakan teknologi tersebut. Kurangnya keamanan adalah salah satu masalah yang menjauhkan pelanggan dari membeli barang secara daring (Milberg et al., 2000).

Penelitian dari Zhang et al., (2019) mengungkapkan persepsi keamanan memiliki dampak yang kuat pada niat berkelanjutan untuk menggunakan pembayaran seluler. Penelitian Denaputri dan Usman, (2020) mengemukakan bahwa persepsi keamanan, pengaruh persepsi keamanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler dan berpengaruh signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan pembayaran seluler. Penelitian Patel dan Patel, (2018) juga menyimpulkan hal serupa persepsi keamanan adalah prediktor terpenting dari niat perilaku pelanggan untuk menggunakan layanan *internet banking*. Wong dan Mo, (2019) mengemukakan persepsi keamanan dan persepsi kegunaan adalah faktor utama yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan dompet digital.

2.6.4 Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi risiko mencerminkan persepsi pengguna tentang faktor ketidakpastian selama penggunaan situs perdagangan, seperti pengungkapan privasi, kerugian finansial, dan risiko kualitas (Chiu et al., 2014). Forsythe dan Shi, (2003) mendefinisikan persepsi risiko sebagai pembeli ekspektasi subjektif dari kemungkinan kerugian ketika membuat keputusan tentang online perbelanjaan. Lalu menurut Featherman dan Pavlou, (2003) juga mendefinisikan persepsi risiko sebagai kemungkinan kerugian saat mengejar hasil yang diinginkan. Dengan adanya risiko dalam menggunakan dompet digital membuat individu. Pembayaran seluler berbeda dengan pembayaran elektronik karena perbedaan teknologi, dengan adanya perbedaan teknologi maka akan menciptakan berbagai risiko baru pada keamanan, seperti risiko perangkat seluler mungkin dicuri, hilang, dan rusak (Kermani dan Smith, 2001).

Menurut Lee, (2009) persepsi risiko merupakan penghalang yang menonjol terhadap penerimaan konsumen terhadap perbankan *online*. Penelitian yang dilakukan Lee, (2009) menyimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan sistem online bank. Sama halnya dengan Penelitian Chen, (2008) persepsi risiko berdampak negatif pada niat pengguna untuk mengadopsi pembayaran seluler. Marafon et al., (2018) mengemukakan persepsi risiko tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan internet banking. Penelitian Gan dan Wang, (2017) menyimpulkan persepsi risiko tidak berpengaruh pada niat pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan dompet digital.

2.6.5 Pengaruh Tata Letak Antarmuka Pengguna terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital

Antarmuka Pengguna yaitu tampilan antarmuka pengguna pada layar perangkat seluler seperti telepon pintar, tablet, maupun perangkat elektronik lainnya (Bhandari et al., 2015). Sehingga pengaturan tata letak antarmuka pengguna berperan penting dalam menarik individu menggunakan suatu sistem, antarmuka pengguna akan menjadi media interaksi antara pengguna dan sistem. Oleh karena itu antarmuka pengguna harus diatur menarik agar membuat individu menggunakan sistem. Dengan tata letak antarmuka pengguna yang menarik akan membuat penggunaan suatu sistem menjadi lebih interaktif sehingga memudahkan pengguna dalam memahami fitur yang ada. Antarmuka pengguna adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pengguna akhir saat menggunakan sistem secara fisik, persepsi, dan secara konseptual (Saha, dan Mandal, 2015).

Menurut Bhandari et al., (2017) antarmuka pengguna yaitu desain tampilan pengguna pada layar perangkat *mobile* seperti *smartphone*, tablet, maupun perangkat elektronik lainnya. Antarmuka pengguna sebagai saluran dimana konsumen dapat berinteraksi dengan penyedia layanan elektronik (Gummerus et al., 2004). Antarmuka pengguna adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan tampilan dari mesin atau komputer yang berinteraksi langsung dengan pengguna. Tata letak

antarmuka pengguna menciptakan sebuah media komunikasi yang efektif antara manusia dengan komputer sehingga desain antarmuka menjadi penting karena berfokus pada pengalaman pengguna dan interaksi pengguna dengan sistem. Moran, (1981) berpendapat sebuah antarmuka biasanya memiliki beragam komponen desain fisik dan konseptual itu memberikan pengguna sistem interaksi yang lancar.

Saracevic, (1997) memasukkan antarmuka pengguna sebagai komponen sentral dalam proses interaktif, dimana antarmuka pengguna yang menghubungkan informasi dalam sistem dengan pengguna. Dengan tata letak antarmuka yang interaktif dapat memudahkan mengkomunikasikan perilaku objek tertentu dan memberikan pemahaman kepada pengguna tentang fitur dan informasi yang disajikan. Estetika antarmuka pengguna adalah faktor utama dalam menarik perhatian dan mencapai tujuan pengguna. Penerapan konsep estetika yang hati-hati dapat membantu akseptabilitas dan memudahkan kemampuan belajar penggunaan (Schaik dan Ling, 2009)

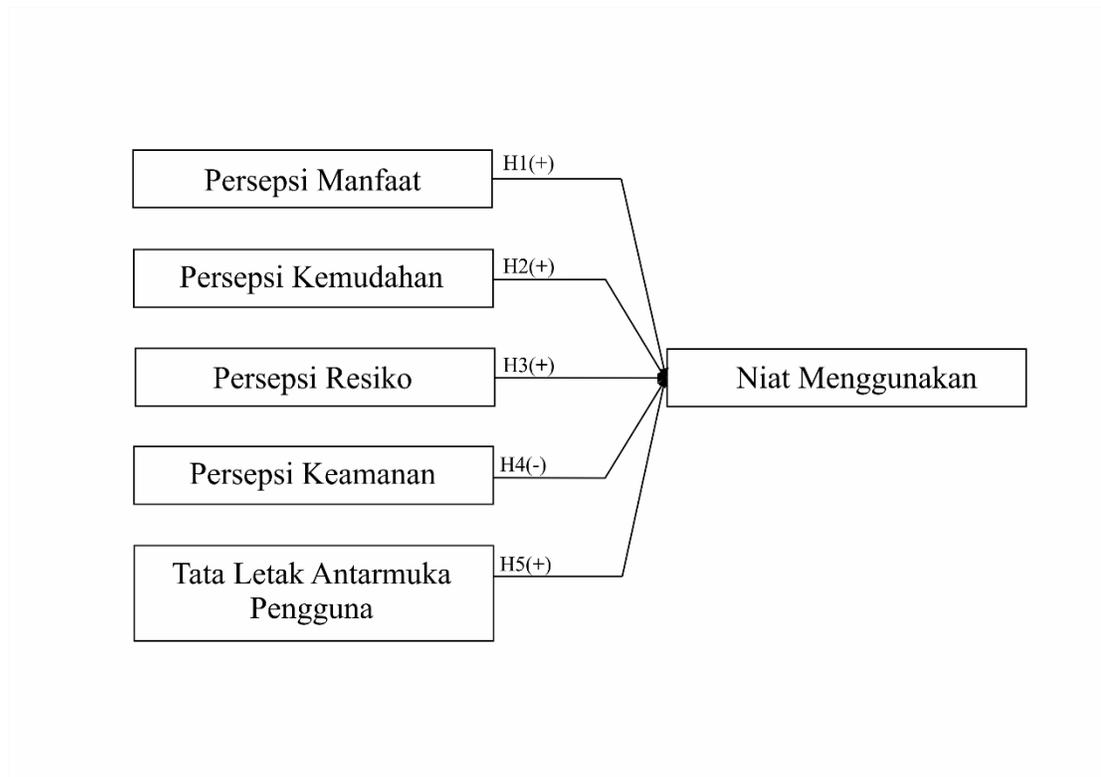
Penelitian dari Jung dan Yim (2018) berkesimpulan pengaruh faktor antarmuka pengguna secara langsung berpengaruh signifikan pada interaksi pengguna dengan aplikasi seluler. Sama halnya dengan Penelitian Lin et al., (2016) mengemukakan kualitas antarmuka pengguna mempengaruhi niat belanja seluler. Cyr et al., (2006) menjelaskan bahwa melalui estetika desain dari antarmuka ponsel akan memberi dampak positif bagi pengguna atas segala fungsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sebuah perangkat.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Tata Letak Antarmuka Pengguna berpengaruh positif terhadap niat menggunakan dompet digital

2.7 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang dikembangkan pada bagian sebelumnya, maka untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat menggunakan dompet digital diilustrasikan digambar pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metode analisa.

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan teknik kuesioner. Kuesioner akan dibagikan kepada mahasiswa yang menggunakan aplikasi dompet digital dengan menggunakan *Google Form*.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi dalam pengertian yang paling umum, populasi terdiri dari totalitas orang yang tinggal di wilayah tertentu, tetapi memiliki arti yang lebih spesifik dalam statistik. Dalam istilah statistik, populasi mengacu pada agregat individu atau unit dari mana sampel diambil, dan yang mana hasil analisis akan diterapkan dengan kata lain, kumpulan orang atau objek yang diselidiki (Scott dan Marshall, 2005). Sehingga populasi adalah kumpulan individu yang tinggal dalam suatu lingkungan yang sama atau kumpulan seluruh individu yang dijadikan obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang menggunakan dompet digital. Penulis memilih subjek penelitian

tersebut dikarenakan peneliti ingin meneliti di lingkungan terdekat peneliti yaitu berada dalam satu lingkungan fakultas dan kampus yang sama. Peneliti memilih mahasiswa yang sudah menggunakan dompet digital dalam meneliti niat karena meskipun mahasiswa sudah menggunakan dompet digital sebelum mahasiswa akhirnya menggunakan akan muncul niat terlebih dahulu sehingga akhirnya memilih menggunakan dompet digital. Menurut Davis, (1986) niat untuk menggunakan merupakan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan suatu teknologi, sehingga meskipun mahasiswa sudah menggunakan dompet digital akan muncul kecenderungan mahasiswa untuk tetap menggunakan dompet digital.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006) Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia pengguna dompet digital. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan Teknik *non probability sampling* pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan dengan menetapkan tujuan tertentu sehingga memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian dengan menyebarkan kuesioner. Teknik kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data primer dari mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Karena jumlah populasi belum diketahui dengan pasti, maka disarankan ukuran sampel didapatkan dari jumlah indikator dikalikan skala 5-10 (Ferdinand, 2012) Pada penelitian ini jumlah indikator 25 dikalikan 5 mendapatkan hasil 125 responden dari Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner. Penulis menyebarkan kuesioner dengan menyebarkan google form melalui *social media*. Pada saat pengisian kuesioner responden tidak wajib mencantumkan identitas guna menjadi kerahasiaan responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui *Google Form*, dengan cara menyebarkan link melalui *social media* dan memberikan tautan untuk diisi juga disebar di grup mahasiswa. Kuesioner terdiri dari dua bagian: Pertama, pertanyaan mengenai data demografi responden yang akan dijaga kerahasiaannya. Kedua, indikator untuk menguji variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* 6 poin yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Agak Tidak Setuju (ATS), Agak Setuju (AS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Di dalam kuesioner tersebut terdapat petunjuk pengisian, hal ini agar memudahkan para responden untuk menjawab pertanyaan yang diberikan.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi Manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan performa kerja orang tersebut (Davis, 1989). Bahwa ketika individu mempercayai penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan performa kinerja maka individu tersebut akan menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka diajukan 4 (empat) *items* pertanyaan yang dikembangkan Lee et al., (2015), Moon dan Kim (2001), Venkatesh dan Davis, (2000). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.1

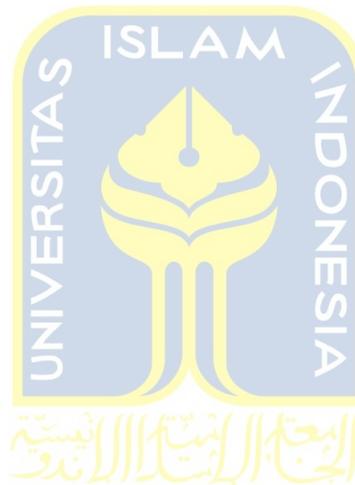
Tabel 3. 1 Indikator Persepsi Manfaat

No	<i>Items</i>	Sumber
1	Dompot digital mempercepat transaksi.	Lee et al., (2015); Moon dan Kim (2001); Venkatesh dan Davis, (2000)
2	Dompot digital dapat digunakan hampir di semua tempat perbelanjaan.	
3	Dompot digital dapat digunakan untuk bertransaksi secara <i>online</i> dan <i>offline</i> .	
4	Dompot digital dapat diakses dengan cepat.	

3.4.2 Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi Kemudahan adalah merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Bahwa ketika individu mempercayai suatu teknologi mudah untuk digunakan maka individu akan mau menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka

diajukan 4 (empat) *items* pertanyaan yang dikembangkan Lee et al., (2015); Suh dan Han, (2002); Venkatesh dan Davis, (2000). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.2.



Tabel 3. 2 Indikator Persepsi Kemudahan

No	<i>Items</i>	Sumber
1	Dompot digital mudah untuk dipelajari.	Lee et al., (2015); Suh dan Han, (2002); Venkatesh dan Davis, (2000)
2	Dompot digital mudah untuk dioperasikan.	
3	Dompot digital mempunyai cara kerja yang mudah diingat.	
4	Dompot digital mudah untuk didapatkan.	

3.4.3 Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi keamanan disebut persepsi pengguna tentang ada atau tidak risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi atau persepsi pengguna bahwa penyedia teknologi yang baru dikembangkan mampu mengambil tindakan yang tepat untuk menjamin bahwa penggunaan teknologinya aman (Mekovec dan Hutinski, 2012; Shin, 2009). Mengingat fungsi dompet digital selayaknya dompet pada umumnya, maka keamanan dompet digital harus terjamin oleh penyedia layanan, apabila telah terjamin keamanannya maka akan menarik individu menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka diajukan 4 (empat) *items* pertanyaan yang dikembangkan Roca et al., (2009); Raman, A., & Viswanathan, A. (2011). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Indikator Persepsi Keamanan

No	Items	Sumber
1	Dompot digital menjamin keamanan transaksi pengguna.	Roca et al., (2009) ; Raman, A., & Viswanathan, A. (2011)
2	Dompot digital mempunyai sistem yang komprehensif sehingga sulit diretas.	
3	Dompot digital mempunyai kapasitas teknis untuk memastikan bahwa data yang dikirim pengguna tidak akan disadap oleh peretas.	
4	Dompot digital menjamin keamanan informasi data pribadi.	

3.4.4 Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Persepsi risiko mencerminkan persepsi pengguna tentang faktor ketidakpastian selama penggunaan teknologi, seperti pengungkapan privasi, kerugian finansial, dan risiko kualitas (Chiu et al., 2014). Dengan adanya risiko saat menggunakan suatu sistem teknologi terlebih sistem tersebut berkaitan dengan keuangan maka akan mengurangi minat individu menggunakan sistem teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka diajukan 4 (empat) *items* pertanyaan yang dikembangkan Featherman dan Pavlou, (2003). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3. 4

Tabel 3. 4 Indikator Persepsi Risiko

No	Items	Sumber
1	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko kehilangan uang.	Featherman dan Pavlou, (2003)
2	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko kehilangan uang.	
3	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko transaksi menjadi lebih lambat.	
4	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko informasi data pribadi disalahgunakan pihak lain.	

3.4.5 Pengaruh Tata Letak Antar Muka Pengguna terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital

Tata letak dalam antarmuka pengguna memiliki peranan penting dalam menarik individu menggunakan suatu sistem, antarmuka pengguna akan menjadi media interaksi antara pengguna dan sistem. Oleh karena itu antarmuka pengguna harus di atur menarik agar membuat individu menggunakan sistem. Dengan tata letak antarmuka pengguna yang baik akan membuat penggunaan suatu sistem menjadi lebih efektif sehingga memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka diajukan 7 (tujuh) *items* pertanyaan yang dikembangkan. Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3. 5

Tabel 3. 5 Indikator Tata letak Antarmuka Pengguna

No	Items	Sumber
1	Dompet digital mempunyai konten informasi singkat, dan padat.	Zamri dan Subhi, (2015)
2	Dompet digital mempunyai tampilan visual menarik, dan sederhana.	
3	Dompet digital mempunyai arah navigasi yang jelas dan tidak membingungkan.	
4	Dompet digital mempunyai tombol kontrol (<i>back, home, next</i>).	
5	Dompet digital mempunyai warna, jenis <i>font</i> dan simbol yang konsisten pada setiap halaman aplikasi.	
6	Dompet digital mempunyai bahasa yang mudah dimengerti	
7	Dompet digital mempunyai jenis, ukuran <i>font</i> memadai dan nyaman untuk dibaca.	

3.4.6 Niat Menggunakan Dompet Digital

Dalam TAM, perilaku pengguna dalam penggunaan teknologi ditentukan oleh niat (Seetharaman et al., 2017). Menurut Nysveen, (2005) *Intention to Use* atau Niat untuk menggunakan didasarkan pada definisi *Behavioural Intention* atau niat perilaku yaitu kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Fishbein dan Ajzen, 1975). Menurut Surendran, (2012) niat perilaku adalah ukuran dari kemungkinan seseorang menggunakan aplikasi. Sedangkan .Oleh karena itu, untuk mengetahui, maka diajukan 3 (tiga) *items* pertanyaan yang dikembangkan Pertiwi et al., (2020) .Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3. 6

Tabel 3. 6 Indikator Niat Menggunakan

No	Items	Sumber
1	Saya akan menggunakan dompet digital untuk bertransaksi.	Pertiwi et al., (2020)
2	Saya akan menggunakan dompet digital secara rutin.	
3	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan dompet digital.	

3.5 Metode Analisa

3.5.1 Alat Analisis Data

Kumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada mahasiswa FBE yang telah atau tidak menggunakan dompet digital. Data-data tersebut kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan analisa kuantitatif. Dan alat analisis, peneliti menggunakan *SmartPLS*.

3.5.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.5.2.1. Uji Validitas

A. Uji Convergent Validity

Convergent Validity adalah mengukur validitas indikator refleksif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari outer loading dari masing-masing indikator variabel. Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2010). Uji validitas indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk

(Ghozali et al., 2015). *Rule of Thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 (Ghozali et al., 2015). Jika nilai tersebut telah terpenuhi maka data telah valid atau bisa dijadikan sebagai data dalam model penelitian.

B. Uji *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstraknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstraknya saja. Dan pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Ghozali et al., 2015). Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *Cross Loading* dan *Fornell- Larcker Criterion*. Nilai *Cross Loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70 (Ghozali et al., 2015). Sedangkan untuk menilai validitas diskriminan dengan *Fornell- Larcker Criterion*, yaitu membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model (Henseler et al., 2015). Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut memiliki nilai validitas diskriminan yang baik (Wong, 2013).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

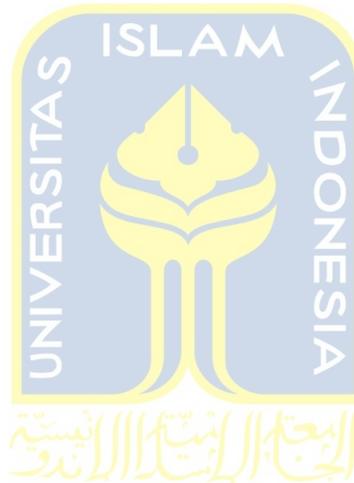
Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* atau *Composite Reliability*. Untuk menguji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*, nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0,6. Sedangkan dengan *Composite Reliability*, nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali et al., 2015).

3.6 Model Struktural (*Inner Model*)

Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu nilai R-Square dan Signifikansi. Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Jogiyanto, 2010). Nilai R-Square 0.75 mengindikasikan bahwa model kuat, 0.50 mengindikasikan bahwa model moderate, dan 0.25 mengindikasikan bahwa model lemah (Ghozali et al., 2015). Selanjutnya, kriteria penilaian model struktural (*inner model*) yang kedua adalah signifikansi. Menurut Jogiyanto, (2010) ukuran signifikansi hipotesis dapat dideteksi dengan menggunakan perbandingan antara *t-statistics* dengan *t-table*. Nilai signifikansi yang digunakan 1.96 (significance level= 5%), (Ghozali Latan, 2015). Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesa adalah H_a didukung dan H_0 tidak didukung ketika t -statistik $> 1,96$.

3.7 Uji Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) adalah uji yang digunakan untuk memvalidasi model secara keseluruhan. Uji ini kemudian dikembangkan untuk mengevaluasi model struktural dan model pengukuran, serta untuk keseluruhan dari presiksi model, uji GoF menyediakan pengukuran sederhana. Rumus untuk mencari nilai GoF adalah $GoF = \sqrt{Com} \times \sqrt{R^2}$. Menurut (Ghozali et al., 2015) nilai GoF kecil = 0,1, GoF sedang = 0,25 dan GoF besar = 0,36.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan dompet digital. Peneliti mendapatkan 188 responden dari kuesioner yang telah disebar melalui *google form*. Peneliti melakukan analisis data yang sudah dikumpulkan, sesuai permasalahan dan hipotesis yang diajukan sebelumnya, juga berdasarkan teori yang ada. Hasil pengolahan data tersebut merupakan informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan sebelumnya diterima atau ditolak.

Analisis penelitian terdiri menjadi 4 bagian, bagian pertama yaitu hasil pengumpulan data yang menjelaskan banyaknya data yang dapat dianalisis. Bagian kedua, yaitu deskripsi responden sampel penelitian. Bagian ketiga, yaitu hasil pengujian data mengenai uji validitas dan uji reliabilitas. Bagian keempat yaitu pembahasan hasil penelitian terkait uji hipotesis.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara daring yaitu melalui media *sosial* dengan menggunakan *Google Form* yang bisa diakses melalui *Link* yang disebar.

4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok berdasarkan jurusan, jenis kelamin, dompet digital yang digunakan, jumlah pengeluaran sebulan menggunakan dompet digital, dan jumlah penggunaan dompet digital dalam sebulan.

4.2.1 Berdasarkan Jurusan

Pada penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan jurusan terbagi menjadi 3 kategori yaitu Akuntansi, Manajemen, Ilmu Ekonomi yang tersajikan dalam Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Persentase Jurusan Responden

Jurusan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Akuntansi	118	62.8
Manajemen	46	24.5
Ilmu Ekonomi	24	12.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Dari hasil klasifikasi karakteristik responden berdasarkan jurusan pada tabel di atas, responden jurusan akuntansi berjumlah 118 orang atau 62,8%, jurusan manajemen berjumlah 46 orang atau 24,5%, dan jurusan ilmu ekonomi berjumlah 24 orang atau 12,8%. Kesimpulan yang didapat yaitu lebih dari setengah total responden berasal dari jurusan akuntansi.

4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin terbagi dalam dua kategori yang tersajikan dalam Tabel 4.2

Tabel 4. 2 Persentase Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	68	36.2
Perempuan	120	63.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Dari hasil klasifikasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel di atas, responden yang berjenis kelamin laki-laki sejumlah 68 orang atau 36,2%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 120 orang atau 63,8%.

4.2.3 Berdasarkan Jenis Dompot Digital Yang Digunakan

Pada penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan jenis dompet digital yang digunakan terbagi dalam 5 kategori yang tersajikan dalam Tabel 4.3

Tabel 4. 3 Persentase Jenis Dompot Digital

Jenis Dompot Digital	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Go-pay	75	39,9
Shopeepay	51	27,1
Ovo	37	19,7
Dana	18	9,6
lainnya	7	3,7
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Dari hasil klasifikasi karakteristik responden berdasarkan jenis dompet digital pada tabel di atas, responden yang menggunakan Go-pay 75 orang atau 39,9%, responden yang menggunakan Shopeepay 51 orang atau 27,1%, responden yang menggunakan Ovo 37 orang atau 19,7%, responden yang menggunakan Dana 18 orang atau 9,6%, dan responden yang menggunakan dompet digital lainnya 7 orang atau 3,7%. Kesimpulan yang didapat yaitu sebagian besar responden menggunakan Go-pay.

4.2.4 Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompot Digital

Penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jumlah pengeluaran sebulan menggunakan dompet digital jabatan dengan empat kategori yaitu kurang dari sama

dengan lima ratus ribu rupiah (\leq Rp. 500.000), lebih dari lima ratus ribu sampai dengan sejuta rupiah (Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000), lebih dari satu juta sampai dengan satu juta setengah rupiah (Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000), dan lebih dari satu juta setengah (Rp. 1.500.001 <). Klasifikasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4. 4 Persentase Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompot Digital

Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompot Digital	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
\leq Rp. 500.000	121	64.4
Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000	44	23.4
Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000	16	8.5
Rp. 1.500.001 <	7	3.7
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Dari hasil pengelompokan karakteristik responden berdasarkan jumlah pengeluaran sebulan menggunakan dompot digital pada tabel di atas, responden dengan jumlah pengeluaran \leq Rp. 500.000 menggunakan dompot digital 121 orang atau 64,4%, responden dengan jumlah pengeluaran Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000 menggunakan dompot digital 44 orang atau 23,4%, responden dengan jumlah pengeluaran Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000 menggunakan dompot digital 15 orang atau 8,5%, dan responden dengan jumlah pengeluaran Rp. 1.500.001 < menggunakan dompot digital 7 orang atau 3,7%. Kesimpulannya lebih dari setengah seluruh responden mengeluarkan \leq Rp. 500.000 dengan dompot digital perbulannya.

4.2.5 Berdasarkan Jumlah Penggunaan Dompot Digital Dalam Sebulan

Penelitian ini mengklasifikasikan jumlah penggunaan dompet digital dalam sebulan menjadi 5 kategori, yaitu kurang dari ≤ 5 kali sebulan, 5 s/d 10 kali sebulan, 11 s/d 15 kali sebulan, 15 s/d 20 kali sebulan dan lebih dari 20 kali sebulan. Klasifikasi tersebut tersajikan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Persentase Jumlah Penggunaan Dompot Digital Dalam Sebulan

Jumlah Penggunaan Dompot Digital Dalam Sebulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
≤ 5 kali	72	38.3
5 s/d 10 kali	72	38.3
11 s/d 15 kali	23	12.2
15 s/d 20 kali	12	6.4
20 kali <	9	4.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Hasil karakteristik responden berdasarkan jumlah penggunaan dompet digital dalam sebulan pada tabel di atas, responden yang menggunakan dompet digital dalam sebulan ≤ 5 kali 72 orang atau 38,3%, responden yang menggunakan dompet digital dalam sebulan 5 s/d 10 kali 72 orang atau 38,3%, responden yang menggunakan dompet digital dalam sebulan 11 s/d 15 kali 23 orang atau 12,2%, responden yang menggunakan dompet digital dalam sebulan 15 s/d 20 kali 12 orang atau 6,4%, responden yang menggunakan dompet digital dalam sebulan 20 kali < 9 orang atau 4,8%. Kesimpulan yang didapat yaitu sebagian besar responden menggunakan dompet digital 1 s/d 10 kali dalam sebulan.

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk membantu mengelola data dan menyajikannya dalam tabel ringkasan. Alat analisis yang akan digunakan berupa rata-rata, nilai minimal, nilai maksimal, dan standar deviasi. Hasil analisis ini berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner yang diberikan. Analisis deskriptif dilakukan menggunakan SmartPLS.3. Hasil analisis variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Tata letak Antarmuka Pengguna, dan Niat Menggunakan terdapat pada Tabel 4.6

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	188	2	6	5,213	0,870
Persepsi Kemudahan	188	2	6	5,191	0,801
Persepsi Keamanan	188	1	6	4,427	1,208
Persepsi Risiko	188	1	6	3,057	1,383
Tata letak Antarmuka Pengguna	188	2	6	4,945	0,902
Niat Menggunakan	188	2	6	4,780	0,924

(Sumber: data diolah 2021)

Pada variabel Persepsi Manfaat nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6 yang berarti bahwa penilaian terendah atas Persepsi Manfaat sebesar 2 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 5,213 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 5,213 untuk variabel Persepsi Manfaat. Standar deviasi sebesar 0,870 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Persepsi Manfaat adalah sebesar 0,870 dari 188 responden.

Pada variabel Persepsi Kemudahan nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6 yang berarti bahwa penilaian terendah atas Persepsi Kemudahan sebesar 2 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 5,191 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 5,191 untuk variabel Persepsi Kemudahan. Standar deviasi sebesar 0,801 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Persepsi Kemudahan adalah sebesar 0,801 dari 188 responden.

Pada variabel Persepsi Keamanan nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6 yang berarti bahwa penilaian terendah atas Persepsi Keamanan sebesar 1 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 4,427 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,427 untuk variabel Persepsi Keamanan. Standar deviasi sebesar 1,208 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Persepsi Keamanan adalah sebesar 1,208 dari 188 responden.

Pada variabel Persepsi Risiko nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6 berarti penilaian terendah atas Persepsi Risiko sebesar 1 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 3,057 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,057 untuk variabel Persepsi Risiko. Standar deviasi sebesar 1,383 berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Persepsi Risiko adalah sebesar 1,383 dari 188 responden.

Pada variabel Tata letak Antarmuka Pengguna nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6 berarti penilaian terendah atas Tata letak Antarmuka Pengguna sebesar 2 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 4,945 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,945 untuk variabel Tata letak

Antarmuka Pengguna. Standar deviasi sebesar 0,902 berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Tata letak Antarmuka Pengguna adalah sebesar 0,902 dari 188 responden.

Pada variabel Niat Menggunakan dompet digital nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6 yang berarti bahwa penilaian terendah atas Niat Menggunakan dompet digital sebesar 2 dan tertinggi sebesar 6. Nilai rata-rata sebesar 4,780 yang berarti, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 4,780 untuk variabel Niat Menggunakan dompet digital. Standar deviasi sebesar 0,924 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Niat Menggunakan dompet digital adalah sebesar 0,924 dari 188 responden.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini berupa uji validitas dan uji reliabilitas, bertujuan untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas pada masing-masing instrumen penelitian.

4.4.1 Uji Validitas

4.4.1.1 Uji *Convergent Validity*

Uji *Convergent Validity* dalam penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Uji ini bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Uji *convergent validity* ini dapat dilihat melalui nilai *loading factor* dari masing-masing instrumen dengan *average*

variance extracted (AVE). Untuk memenuhi uji tersebut, maka nilai *loading factor* harus lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE harus lebih besar dari 0,50.

Tabel 4. 7 Uji *Convergent Validity*

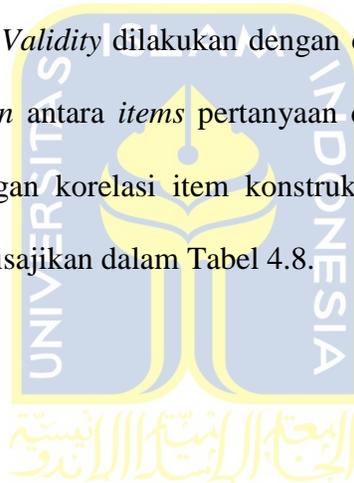
Variabel	Item	Loading	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi Manfaat	PU1	0,805	0,609
	PU2	0,732	
	PU3	0,787	
	PU4	0,796	
Persepsi Kemudahan	PE1	0,786	0,770
	PE2	0,948	
	PE3	0,807	
	PE4	0,954	
Persepsi Keamanan	PS1	0,849	0,768
	PS2	0,884	
	PS3	0,904	
	PS4	0,868	
Persepsi Risiko	PR1	0,791	0,674
	PR2	0,888	
	PR3	0,752	
	PR4	0,845	
Tata letak Antarmuka Pengguna	DI1	0,838	0,682
	DI2	0,852	
	DI3	0,871	
	DI4	0,767	
	DI5	0,822	
	DI6	0,860	
	DI7	0,765	
Niat Menggunakan	NM1	0,829	0,645
	NM2	0,799	
	NM3	0,780	

(Sumber: data diolah 2021)

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai *loading* faktor lebih besar dari 0,70 sehingga dapat diartikan seluruh nilai *loading* dari setiap item memenuhi *convergent validity*. Nilai AVE yang diperoleh secara keseluruhan dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,5 sehingga telah memenuhi nilai yang disarankan. Dengan demikian bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid serta memenuhi *convergent validity*.

4.4.1.2 Uji *Discriminant Validity*

Uji *Discriminant Validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading*, *Fornell-Larcker Criterion* antara *items* pertanyaan dengan konstraknya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi item konstruk yang lain. berikut hasil *cross loading* yang diperoleh disajikan dalam Tabel 4.8.



Tabel 4. 8 *Cross Loading*

	PU	PE	PS	PR	DI	NM
PU1	0,805	0,342	0,345	-0,096	0,394	0,413
PU2	0,732	0,255	0,276	-0,246	0,352	0,442
PU3	0,787	0,336	0,287	-0,110	0,353	0,372
PU4	0,796	0,284	0,355	-0,112	0,337	0,344
PE1	0,316	0,786	0,282	-0,206	0,320	0,388
PE2	0,371	0,948	0,318	-0,313	0,317	0,473
PE3	0,312	0,807	0,288	-0,305	0,341	0,400
PE4	0,365	0,954	0,311	-0,304	0,311	0,490
PS1	0,347	0,334	0,849	-0,358	0,300	0,576
PS2	0,337	0,339	0,884	-0,216	0,366	0,514
PS3	0,406	0,261	0,904	-0,230	0,343	0,510
PS4	0,323	0,254	0,868	-0,230	0,342	0,472
PR1	-0,118	-0,251	-0,181	0,791	-0,110	-0,269
PR2	-0,161	-0,240	-0,312	0,888	-0,222	-0,363
PR3	-0,208	-0,257	-0,165	0,752	-0,169	-0,204
PR4	-0,144	-0,323	-0,288	0,845	-0,170	-0,315
DI1	0,339	0,271	0,274	-0,177	0,838	0,354
DI2	0,393	0,265	0,271	-0,151	0,852	0,323
DI3	0,429	0,383	0,321	-0,208	0,871	0,439
DI4	0,355	0,262	0,323	-0,181	0,767	0,326
DI5	0,360	0,273	0,330	-0,102	0,822	0,394
DI6	0,418	0,323	0,357	-0,183	0,860	0,471
DI7	0,369	0,308	0,336	-0,195	0,765	0,343
NM1	0,418	0,452	0,423	-0,287	0,378	0,829
NM2	0,388	0,394	0,567	-0,254	0,390	0,799
NM3	0,422	0,360	0,434	-0,333	0,353	0,780

(Sumber: data diolah 2021)

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *cross loading* lebih besar dari 0,7. Nilai *cross loading* dari konstruk secara keseluruhan antara skor item pertanyaan dengan konstruksya lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* dari korelasi item konstruksya ke konstruk yang lain.

Tabel 4. 9 *Fornell-Larcker Criterion*

	PU	PE	PS	PR	DI	NM
PU	0,780					
PE	0,390	0,877				
PS	0,404	0,342	0,876			
PR	-0,186	-0,323	-0,300	0,821		
DI	0,463	0,364	0,384	-0,207	0,826	
NM	0,509	0,501	0,595	-0,361	0,466	0,803

(Sumber: data diolah 2021)

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Dengan demikian, semua indikator penelitian yang digunakan adalah valid serta memenuhi *discriminant validity*.

4.4.2 Uji Reliabilitas

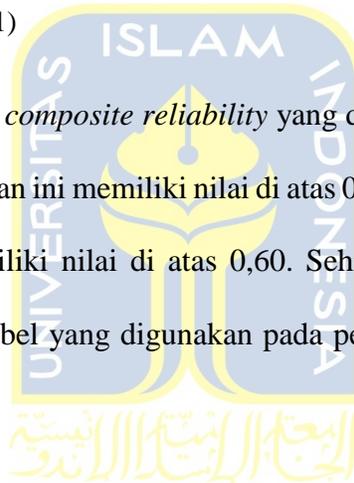
Uji Reliabilitas dari konstruk yang ada dapat dilihat melalui nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Jika konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* diatas 0.60, maka konstruk tersebut dapat dinyatakan *reliable* (Ghazali, 2011). Hasil nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* disajikan dalam Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Manfaat	0,786	0,862
Persepsi Kemudahan	0,897	0,930
Persepsi Keamanan	0,899	0,930
Persepsi Risiko	0,841	0,892
Tata letak Antarmuka Pengguna	0,922	0,937
Niat Menggunakan	0,724	0,845

(Sumber: data diolah 2021)

Berdasarkan hasil *composite reliability* yang diperoleh dari tabel di atas secara keseluruhan pada penelitian ini memiliki nilai di atas 0,70. Sedangkan cornbach's alpha secara keseluruhan memiliki nilai di atas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi.



4.5 Menilai Model Struktur Hasil Penelitian

Model struktur merupakan hubungan yang menggambarkan antara variabel laten berdasarkan teori substantif atau variabel yang sudah di hipotesiskan pada penelitian ini. pada Tabel 4.11 disajikan hasil pengolahan data dari variabel-variabel yang digunakan.

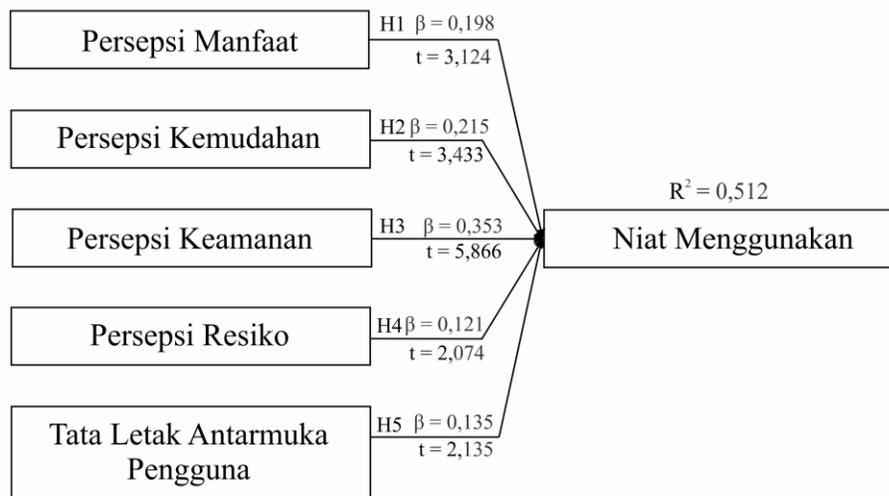
Tabel 4. 11 *Result of Inner Weights*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)
PU -> NM	0,198	0,198	0,063	3,124**
PE -> NM	0,215	0,219	0,063	3,433**
PS -> NM	0,353	0,350	0,060	5,866***
PR -> NM	-0,121	-0,125	0,058	2,074*
DI -> NM	0,135	0,136	0,063	2,135*

*** pvalue < 0,01 , ** pvalue < 0,05, *pvalue < 0,1.

(Sumber: data diolah 2021)

Pada Gambar 4.1 di bawah ini memperlihatkan hasil pengujian hipotesis



Gambar 4. 1 Model Struktural Hasil Pengujian

Sedangkan uji R-Square digunakan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Berikut disajikan hasil nilai R-Square pada Tabel 4.12

Tabel 4. 12 Nilai R-Square

Variabel	AVE	R Square
Niat Menggunakan	0,525	0,512

(Sumber: data diolah 2021)

Hasil analisis dari tabel di atas, diperoleh nilai R-Square lebih dari 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dapat dikatakan sedang.

4.6. Model Hasil Pengujian Hipotesis

Dari berbagai hasil uji analisis yang telah disajikan sebelumnya, diperoleh hasil pengujian beberapa hipotesis yang sudah dipaparkan sebelumnya. Hasil pengujian hipotesis disajikan dalam tabel 4.13

Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	Hasil
H1	PU -> NM	0,198	0,063	3,124**	Didukung
H2	PE -> NM	0,215	0,063	3,433**	Didukung
H3	PS -> NM	0,353	0,060	5,866***	Didukung
H4	PR -> NM	-0,121	0,058	2,074*	Didukung
H5	DI -> NM	0,135	0,063	2,135*	Didukung

*** (p value < 0.01), ** (p value < 0.05), * (p value < 0.1)

(Sumber: data diolah 2021)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang diperoleh pada tabel di atas, data tersebut dapat dibaca dengan membandingkan hasil dari *T Statistics* (t hitung) dengan t tabel, di mana t tabel itu sendiri adalah 1,96.

4.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital

Dari hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa koefisien *estimate* variabel Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan dompet digital sebesar 0,198 dengan t hitung sebesar 3,124. Sehingga, dapat diketahui bahwa t hitung (3,124) > t tabel (1,96). Hal tersebut menunjukkan hipotesis pertama yang menyatakan “H1: Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Niat Menggunakan dompet digital” didukung.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa mahasiswa akan mau menggunakan dompet digital karena merasa bahwa dengan menggunakan dompet digital akan bermanfaat untuk dirinya. Hasil penelitian ini didukung temuan dari Camilleri dan Falzon, (2020) dan Alaeddin et al., (2018) yang berkesimpulan Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Niat Menggunakan dompet digital.

Implikasi Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan dompet digital yaitu bahwa mahasiswa merasa bahwa menggunakan dompet digital memberikan manfaat bagi dirinya. Persepsi Manfaat yang dimiliki mahasiswa seperti efisiensi dan kecepatan transaksi, fleksibilitas transaksi *online* maupun *offline* yang bisa dilakukan dimana dan kapan saja, jangkauan yang luas dalam bertransaksi. Oleh karena itu penyedia layanan harus terus meningkatkan atau memperbanyak fitur aplikasinya juga memperbanyak kerjasama dengan penyedia layanan lain dalam hal pembayaran, sehingga persepsi manfaat yang diterima akan semakin tinggi.

4.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan dompet digital

Dari hasil pengolahan data dapat diketahui koefisien *estimate* variabel Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan sebesar 0,215 dengan t hitung sebesar 3,433 Sehingga dapat diketahui bahwa t hitung (3,433) > t tabel (1,96). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Niat Menggunakan dompet digital” didukung.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Oleh karena itu dapat diartikan persepsi mahasiswa mengenai tingkat kemudahan menggunakan dompet digital akan mempengaruhi Niat Menggunakan dompet digital. Salah satu penelitian yang mendukung hal ini adalah penelitian Kurniasih et al. (2020) dan Mun et al., (2017) dengan kesimpulan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh kuat terhadap Niat Menggunakan dompet digital.

Implikasi Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan dompet digital yaitu positif signifikan, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa merasa bahwa dalam mengoperasikan dompet digital merupakan hal yang mudah. Hal tersebut termasuk kemudahan dompet digital untuk dipelajari, mudah untuk didapatkan, mudah dioperasikan dan mudah untuk diingat cara mengoperasikannya. Meskipun dompet digital bermanfaat namun apabila sulit untuk digunakan akan menjadi penghambat. Sehingga penyedia layanan dituntut untuk terus membuat sistem dompet digital semudah mungkin sehingga mudah digunakan untuk berbagai kalangan.

4.6.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan dompet digital

Dari hasil pengolahan data diketahui koefisien variabel Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan dompet digital sebesar 0,353 dengan t hitung sebesar 5,866. Sehingga, dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung } (5,866) > t \text{ tabel } (1,96)$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “H3 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan dompet digital” didukung.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Oleh karena itu dapat diartikan, Persepsi mahasiswa mengenai keamanan menggunakan dompet digital akan mempengaruhi niat orang tersebut menggunakan dompet digital. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mombeuil, (2020), Wong dan Mo, (2019) yang menyatakan bahwa Persepsi Keamanan pengguna berpengaruh kuat terhadap niat menggunakan dompet digital.

Implikasi Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan dompet digital yaitu positif signifikan yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa mengenai keamanan menggunakan dompet digital maka akan semakin tinggi pula niat menggunakan dompet digital. Dengan demikian kapasitas dompet digital dalam menyediakan jaminan keamanan akan mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan dompet digital. Keamanan yang dimaksud berupa keamanan saat bertransaksi, keamanan dalam mengumpulkan, menyimpan data pengguna. Meskipun dompet digital bermanfaat dan mudah digunakan namun apabila ketika digunakan tidak jermain keamanannya malah menimbulkan kerugian akan menjadi penghambat niat mahasiswa menggunakan dompet digital, terlebih kasus keamanan data sering terjadi di Indonesia. Oleh karena itu penyedia layanan harus terus meningkatkan kapasitas sistemnya sehingga persepsi keamanan dompet digital meningkat.

4.6.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap terhadap Niat Menggunakan dompet digital

Dari hasil pengolahan data diketahui koefisien variabel Persepsi Risiko terhadap terhadap Niat Menggunakan dompet digital sebesar -0,121 dengan t hitung sebesar 2,074. Sehingga, dapat diketahui bahwa t hitung (2,074) > t tabel (1,96). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “H4 : Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap terhadap Niat Menggunakan dompet digital” didukung.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Sehingga, Persepsi Risiko menjadi penghambat bagi mahasiswa untuk menggunakan dompet digital. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Marafon et al., (2018) yang menyatakan Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan.

Implikasi Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan yaitu negatif yang berarti bahwa semakin tinggi Persepsi Risiko maka niat menggunakan dompet digital semakin rendah. Oleh karena itu dapat diartikan persepsi mahasiswa tentang risiko menggunakan dompet digital menjadi faktor yang menghambat niat orang tersebut untuk menggunakan dompet digital. Hal ini berbanding terbalik dengan persepsi keamanan, sehingga apabila mahasiswa merasa menggunakan dompet digital terdapat banyak risiko atau ketidakpastian dibanding dompet biasa maka itu akan menjadi penghambat niat menggunakan dompet digital. Hal itu termasuk risiko transaksi berjalan lebih lambat, risiko kehilangan saldo akibat peretasan atau kegagalan transaksi, atau risiko data pribadi dicuri atau disalahgunakan. Oleh karena itu penyedia

dompet digital harus menjamin keamanan sistem mereka sehingga bisa meminimalisir risiko yang ada.

4.6.5 Pengaruh Tata letak Antarmuka Pengguna terhadap Niat Menggunakan dompet digital

Dari hasil pengolahan data diketahui koefisien variabel Tata letak Antarmuka Pengguna terhadap Niat Menggunakan dompet digital sebesar 0,135 dengan t hitung sebesar 2,135. Sehingga, dapat diketahui bahwa t hitung ($2,135 > t$ tabel $1,96$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “H5 : Tata letak Antarmuka Pengguna berpengaruh terhadap Niat Menggunakan dompet digital” didukung.

Dari hasil di atas, dapat diketahui bahwa Tata letak Antarmuka Pengguna berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin baik tata letak antarmuka pengguna sebuah dompet digital maka akan semakin tinggi pula Niat Menggunakan dompet digital. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Zhang et al., (2019), Jung dan Yim, (2018) yang menyatakan bahwa *design user interface* berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi *mobile*.

Implikasi Tata letak Antarmuka Pengguna berpengaruh terhadap Niat Menggunakan yaitu positif, yang mengindikasikan bahwa apabila mahasiswa melihat, mencoba, dompet digital maka Tata letak Antarmuka Pengguna (*Design User Interface*) dapat menjadi faktor yang mempengaruhi niat menggunakan dompet digital. *User Interface* menjadi perantara interaksi antara pengguna dan sistem aplikasi. Sehingga penyedia layanan dompet digital harus membuat Tata letak Antarmuka

Pengguna sebaik mungkin agar interaksi berjalan dengan baik, ketika interaksi berjalan dengan baik akan memudahkan pengguna menggunakan aplikasi, serta membuat pengguna nyaman dan meningkatkan niat menggunakan dompet digital.

4.7 Uji Goodness of Fit (GoF)

Uji *Goodness of Fit* (GoF) dihitung dengan $GoF = \sqrt{Com} \times \sqrt{R^2}$. Data AVE dan Rsquare tersaji dalam Tabel 4.13

Tabel 4.13 Nilai AVE dan R-Square

Variabel	AVE	R Square
Niat Menggunakan	0,525	0,512

Hasil perhitungan total rata-rata yang diperoleh pada tabel diatas, jika diperoleh nilai GoF sebesar 0,1, maka termasuk dalam kategori GoF kecil. Jika diperoleh nilai GoF sebesar 0,23, maka termasuk dalam kategori GoF sedang. Sementara jika nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,36, maka termasuk dalam kategori GoF besar. Untuk mengetahui seberapa besar nilai GoF yang diperoleh dengan cara perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 GoF &= \sqrt{Com} \times \sqrt{R^2} \\
 &= \sqrt{0,525 \times 0,512} \\
 &= \sqrt{0,2688} \\
 &= 0,519
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh nilai GoF sebesar 0,519. Nilai GoF sebesar 0,519 termasuk dalam kategori GoF besar. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki model penelitian yang kuat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini mengenai “**Pengujian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Niat Menggunakan Dompot Digital**” yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara Persepsi Manfaat dengan Niat Menggunakan dompet digital. Ketika mahasiswa dompet digital memberikan manfaat kepada dirinya maka niat mahasiswa untuk menggunakan dompet digital semakin tinggi juga.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara Persepsi Kemudahan dengan Niat Menggunakan dompet digital. Ketika mahasiswa merasa mudah untuk menggunakan dompet digital maka niat mahasiswa untuk menggunakan dompet digital semakin tinggi juga. Seperti mudah untuk dipelajari, mudah untuk didapatkan, mudah untuk dioperasikan, dan mudah untuk diingat.
3. Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah

antara Persepsi Keamanan dengan Niat Menggunakan dompet digital. Semakin mahasiswa merasa aman menggunakan dompet digital maka semakin tinggi juga niat mahasiswa untuk menggunakan dompet digital.

4. Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang berlawanan arah antara Persepsi Risiko dengan Niat Menggunakan dompet digital. Semakin banyak risiko atau ketidakpastian yang dirasakan mahasiswa menggunakan dompet digital akan menjadi penghambat niat orang tersebut untuk menggunakan dompet digital.
5. Tata letak Antarmuka Pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Menggunakan dompet digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang searah antara Tata letak Antarmuka Pengguna dengan Niat Menggunakan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital harus memiliki Tata letak Antarmuka Pengguna yang baik sehingga mahasiswa bisa merasa nyaman untuk menggunakan dompet digital. Tata letak Antarmuka Pengguna ini mencakup aspek font, warna, bahasa, tampilan visual, konten informasi, simbol, arah navigasi.

5.2 Kontribusi dan Implikasi Penelitian

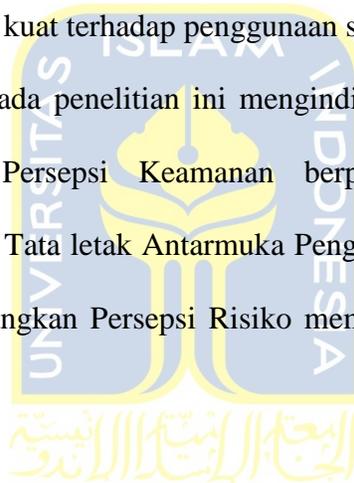
5.2.1 Kontribusi Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mendapat temuan yang dapat memberikan tambahan teoritis bagi literatur yang ada.

Pertama, pada penelitian ini menemukan sejumlah temuan yang dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur dompet digital mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan.

Kedua, penelitian ini menggunakan teori TAM yang terdiri dari Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, ditambah Variabel Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Tata letak Antarmuka Pengguna. Temuan dalam penelitian ini memperkuat penelitian penelitian sebelumnya bahwa teori TAM yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan berpengaruh kuat terhadap penggunaan sebuah teknologi.

Ketiga, temuan pada penelitian ini mengindikasikan variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan berpengaruh kuat terhadap Niat Menggunakan teknologi, Tata letak Antarmuka Pengguna juga berpengaruh terhadap Niat Menggunakan, sedangkan Persepsi Risiko memiliki pengaruh negatif terhadap Niat Menggunakan.



5.2.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan Faktor-Faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan dompet digital. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini memberikan beberapa implikasi sebagai berikut :

1. Bagi regulator, diharapkan penelitian ini dapat membantu menambah bahan analisis terhadap pembuatan maupun perbaikan kebijakan tentang dompet digital sehingga dapat membantu mengembangkan dompet digital maupun melindungi masyarakat sebagai pengguna.

2. Niat Menggunakan dompet digital yang terpengaruh Persepsi Manfaat, seperti efisiensi dan kecepatan transaksi, fleksibilitas transaksi *online* maupun *offline* dalam bertransaksi dalam menggunakan dompet digital. Oleh karena itu penyedia layanan harus terus meningkatkan atau memperbanyak fitur aplikasinya juga memperbanyak kerjasama dengan penyedia layanan lain. Meski bermanfaat namun apabila dompet digital sulit digunakan maka akan menjadi penghambat. Oleh karena penyedia layanan dituntut untuk terus membuat sistem pengoperasian aplikasinya semudah mungkin sehingga mudah digunakan untuk berbagai kalangan. Hal tersebut termasuk kemudahan untuk dipelajari, mudah untuk didapatkan, mudah dioperasikan dan mudah untuk diingat cara mengoperasikannya. Faktor keamanan juga penting mengingat di Indonesia sering terjadi masalah keamanan teknologi. Dompet digital harus menjamin keamanan sistemnya seperti keamanan bertransaksi, keamanan dalam mengumpulkan, menyimpan data pengguna. Apabila dompet digital dapat menjamin keamanan sistemnya maka akan menurunkan risiko yang ada, seperti risiko transaksi berjalan lebih lambat, risiko kehilangan saldo akibat peretasan atau kegagalan transaksi, atau risiko data pribadi dicuri atau disalahgunakan. Oleh karena itu penyedia dompet digital harus menjamin keamanan sistem mereka sehingga bisa meminimalisir risiko yang ada. Tata letak Antarmuka Pengguna, juga tak kalah penting karena *user interface* menjadi perantara interaksi antara pengguna dan sistem aplikasi. Sehingga penyedia layanan dompet digital harus membuat Tata letak Antarmuka Pengguna sebaik mungkin agar interaksi berjalan dengan baik, ketika interaksi berjalan dengan baik akan memudahkan

pengguna menggunakan aplikasi, serta membuat pengguna nyaman dan meningkatkan niat menggunakan dompet digital.

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini akan memiliki manfaat bila digunakan untuk perbaikan dalam penelitian selanjutnya. Adapun beberapa keterbatasan dari penelitian ini, yaitu:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 188 responden, di mana responden tersebut berasal dari mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Mengingat total mahasiswa aktif aktif kurang lebih 4000 sehingga sampel yang diambil kurang merepresentasikan seluruh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
2. Responden dalam penelitian ini lebih banyak dari mahasiswa jurusan akuntansi. Sehingga kurang tersebar merata di antara jurusan S1 lain.
3. Responden dalam penelitian ini menggunakan jenis dompet digital yang berbeda sehingga terdapat perbedaan mengenai penilaian terhadap dompet digital mengingat setiap dompet digital memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.
4. Pada penelitian ini hanya terbatas pada variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Tataletak antarmuka pengguna.

5. Kuesioner hanya disebarakan lewat *online*, sehingga terdapat kemungkinan responden kurang memahami dan mengerti maksud dari pertanyaan yang diajukan karena tidak didampingi secara langsung.

5.3.2 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan jumlah responden yang didapat dari jumlah populasi yang benar-benar tepat pada penelitian tersebut. Sehingga penelitian tersebut dapat menggambarkan secara akurat mengenai faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan dompet digital
2. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya cukup meneliti pada satu jenis dompet digital saja agar tidak terdapat perbedaan penilaian mengenai dompet digital yang digunakan.
3. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel baru yang dapat menggambarkan faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan dompet digital sesuai dengan apa yang terjadi pada kondisi di waktu tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Accenture. (2015). *Fintech Investment in Asia-Pacific set to at least quadruple*.
- Alaeddin, O., Rana, A., Zainudin, Z., & Kamarudin, F. (2018). From physical to digital: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet. *Polish Journal of Management Studies*, 17(2), 18–30.
- Amoroso, D. L., & Magnier-Watanabe, R. (2012). Building a research model for mobile wallet consumer adoption: The case of mobile Suica in Japan. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 7(1), 94–110.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armeh, H., Salarzahi, H., Yaghoobi, N. M., Heydari, A., & Nikbin, D. (2010). Impact of online/internet marketing on computer industry in Malaysia in enhancing consumer experience. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 75.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm. *Geo. J. Int'l L.*, 47(5), 1271.
- Bank Indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Retrieved from https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx
- Bank Indonesia. (2017). Apa itu fintech. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah. Retrieved from <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx>
- Bhandari, U., Neben, T., Chang, K., & Chua, W. Y. (2017). Effects of interface design factors on affective responses and quality evaluations in mobile applications. *Computers in Human Behavior*, 72(8), 525-534.
- Chan, S., & Lu, M. (2011). Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior. *Advanced Topics in Global Information Management*, 12(3), 21–43.
- Chari, S., Kermani, P., Smith, S., & Tassiulas, L. (2001). Security Issues in M—Commerce: A Usage—Based Taxonomy. *E-commerce agents*, 4(1), 264-282.
- Chellappa, R.K. and Pavlou, P.A. (2002), Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*, 15(6), 358-368.
- Chen, L. D. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32–52.

- Chiu, C. M., Wang, E. T. G., Fang, Y. H., & Huang, H. Y. (2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: The roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk. *Information Systems Journal*, 24(1), 85–114.
- Chuang, L. M., Liu, C. C., & Kao, H. K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3(07), 1–15.
- Consult, A. N. (2002). *China Online Banking Study*. Chinese Business Review.
- Cox, D. F., & Rich, S. U. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision-Making: The Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32.
- Cyr, D., Head, M., Larios, H., & Pan, B. (2006). Exploring Human Images in Website Design Across Cultures: A Multi-Method Approach. *MIS quarterly*, 33(3), 539–566.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Denaputri, A., & Usman, O. (2020). Customers' Trust and Technology Acceptance Model on Online Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*, 8(3), 99-117.
- DS Research. (2020). *Fintech Report 2020 Maintaining Growth during Pandemic*.
- European Banking Federation. (2018). *Financial Technology Ensuring diverse, stable and reliable financial services for all*.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Ferdinand, A. (2012). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Skripsi. Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2), 130-132
- Forsythe, S. M., & Shi, B. (2003). Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping. *Journal of Business Research*, 56(11), 867–875.
- FSB. (2017). *Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention*.
- Gan, C., & Wang, W. (2017). The influence of perceived value on purchase intention in social commerce context. *Internet Research*, 27(4), 772–785.
- George, A. (2018). Determinants of Behavioral Intention To Use Mobile Wallets--a

- Conceptual Model. *Journal of Management (JOM)*, 5(5), 52–62.
- Ghozali, I., & H. L. (2015). *Partial Least Squares. Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. untuk Penelitian Empiris*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gummerus, J., Liljander, V., Pura, M., & Van Riel, A. (2004). Customer loyalty to content-based Web sites: The case of an online health-care service. *Journal of Services Marketing*, 18(3), 175–186.
- Guriting, P., & Oly Ndubisi, N. (2006). Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioural intention. *Management Research News*, 29(1), 6–15.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Hidayati, S., Ida N., & Aulia, F. (2006). *Kajian: Operasional E-Money*. Bank Indonesia.
- Ipsos. (2020). *The Evolution of The Digital Wallet: Driving The Next Wave of Growth*.
- Jogiyanto, H. M. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. BPFE UGM.
- Jogiyanto, H. M. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(2), 214–220.
- Jung, W., & Yim, H. R. (2018). An Exploratory Study of the Interface Design Factors Affecting the User Intention to Use Mobile Applications. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 119(4), 103–110.
- KPMG. (2016). *The Pulse of Fintech, Q3 2016*.
- Laforet, S., & Li, X. (2005). Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362–380.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141.
- Lee, Y., Hsieh, Y., & Hsu, C. (2015). International Forum of Educational Technology & Society Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model: Supporting Employees' Intentions to use E-Learning Systems. *International Forum of Educational Technology & Society*, 14(4), 124–137.
- Lin, C.-Y., Yeh, J.-Y., & Yu, Y.-T. (2016). The Influence of Privacy Calculus, User Interface Quality and Perceived Value on Mobile Shopping. *Journal of*

Economics, Business and Management, 4(10), 567–572.

- MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research. (2019). *Mobile Payments in Indonesia*.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244.
- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277–289.
- Mekovec, R., & Hutinski, Ž. (2012). The role of perceived privacy and perceived security in online market. *MIPRO 2012 - 35th International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics - Proceedings*, 3(9), 1549–1554.
- Milberg, S. J., Smith, H. J., & Burke, S. J. (2000). Information Privacy: Corporate Management and National Regulation. *Organization Science*, 11(1), 35–57.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information and Management*, 38(4), 217–230.
- Moran, T. P. (1981). The Command Language Grammar: a representation for the user interface of interactive computer systems. *International Journal of Man-Machine Studies*, 15(1), 3–50.
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124(6), 397–404.
- Nanda, P., Bos, J., Kramer, K. L., Hay, C., & Ignacz, J. (2008). Effect of smartphone aesthetic design on users' emotional reaction: An empirical study. *TQM Journal*, 20(4), 348–355.
- Nysveen, H., Pedersen, P. E., & Thorbjørnsen, H. (2005). Intentions to use mobile services: Antecedents and cross-service comparisons. *Journal of the academy of marketing science*, 33(3), 330–346.
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2020). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. (2010). Journal of Internet Banking and Commerce. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(1), 1–11.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model.

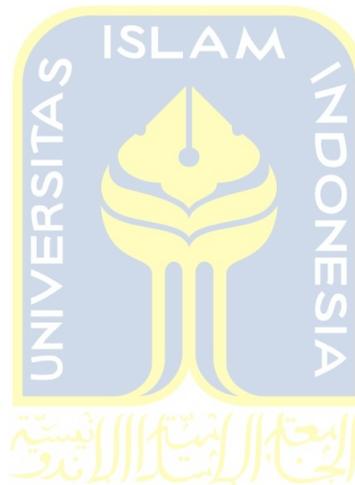
- Internet Research*, 14(3), 224–235.
- Pribadiono, A. (2016). Transportasi Online Vs Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online. *Lex Jurnalica*, 13(2), 49-58,
- Purnamasari, D. (2017, October). *50,90% Masyarakat Khawatirkan Penggunaan Data e-Money*. Tirto.Id. Retrieved from <https://tirto.id/5090-masyarakat-khawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy41>
- Raman, A., & Viswanathan, A. (2011). Web services and e-shopping decisions: A study on malaysian e-consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, 2(5), 54-60
- Redseer. (2019). *Indonesia Fintech Report*.
- Roca, J. C., García, J. J., & de la Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. *Information Management and Computer Security*, 17(2), 96–113.
- Saha, D., Mandal, A., & Pal, S. (2015). User interface design issues for easy and efficient human computer interaction: an explanatory approach. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 3(1), 127-135.
- Saksonova, S., & Kuzmina-Merlino, I. (2017). Fintech as financial innovation - The possibilities and problems of implementation. *European Research Studies Journal*, 20(3), 961–973.
- Saracevic, T. (1997). The stratified model of information retrieval interaction : Extension and applications. *Proceedings of the Annual Meeting-American Society for Information Science*, 34(1), 313–327.
- Scott, J., & Marshall, G. (2005). *A Dictionary of Sociology* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Seetharaman, A., Kumar, K. N., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics & Business Research*, 7(2), 116-136.
- Sharing Vision. (2020). *eCommerce & Fintech Trends*.
- Shelly, G. B., Cashman, T. J., & Vermaat, M. (2008). *Discovering Computers*. Thomson Course Technology.
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(4), 247–263.
- Surendran, P. (2012). Technology acceptance model: A survey of literature.

International Journal of Business and Social Research, 2(4), 175-178

- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392.
- Turner, M., Kitchenham, B., Brereton, P., Charters, S., & Budgen, D. (2010). Does the technology acceptance model predict actual use? A systematic literature review. *Information and Software Technology*, 52(5), 463–479.
- Uddin, M. S., & Akhi, A. Y. (2014). E-Wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216–219.
- van Schaik, P., & Ling, J. (2009). The role of context in perceptions of the aesthetics of web pages over time. *International Journal of Human Computer Studies*, 67(1), 79–89.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wan, G. H., & Che, P. (2004). Chinese air travelers' acceptance towards electronic ticketing. *IEEE International Engineering Management Conference*, 1(8), 269–275.
- We Are Social & Hootsuite (2020). *Indonesia Digital Report 2020*.
- Wong, C. C., & Hiew, P. L. (2005). Drivers and barriers of mobile entertainment: Empirical study from a Malaysian survey. *International Conference on Services Systems and Services Management*, 2(8), 1325–1330.
- Wong, K. K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 33–38.
- Zamri, K. Y., & Al Subhi, N. N. (2015). 10 User Interface Elements for Mobile Learning Application Development. *Proceedings of 2015 International Conference on Interactive Mobile Communication Technologies and Learning*, 3(7), 44–50.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.
- Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers' perceived security,

perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability*, 11(23). 1-30

Zhihong, W., & Li, H. (2016). *Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study*. [Master's Thesis, Uppsala University]. Divaportal.



LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Ahmad Rizky Noor Adhidha, mahasiswa tingkat akhir Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir tentang Pengujian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Niat Menggunakan Dompot Digital. Responden yang saya butuhkan adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang menggunakan dompet digital seperti Gopay, Shopeepay, Dana, Ovo, Dll.

Sehubungan dengan perihal tersebut, saya mengharapkan bantuan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Saya berharap saudara/i mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan apa adanya demi membantu penelitian ini. Seluruh data responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Terima kasih atas waktu dan kesedian saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Peneliti,

Ahmad Rizky Noor Adhidha

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Baca dan isilah setiap pernyataan dengan benar sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri anda.
2. Berilah tanda *checklist* (☑) pada jawaban yang anda pilih.
3. Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

AS =Agak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

ATS =Agak Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

1. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

No	Persepsi Manfaat	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Dompot digital mempercepat transaksi.	<input type="checkbox"/>					
2	Dompot digital dapat digunakan hampir di semua tempat perbelanjaan.	<input type="checkbox"/>					
3	Dompot digital dapat digunakan untuk bertransaksi secara <i>online</i> dan <i>offline</i> .	<input type="checkbox"/>					
4	Dompot digital dapat diakses dengan cepat.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				

2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

No	Persepsi Kemudahan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Dompot digital mudah untuk dipelajari.	<input type="checkbox"/>					
2	Dompot digital mudah untuk dioperasikan.	<input type="checkbox"/>					
3	Dompot digital mempunyai cara kerja yang mudah diingat.	<input type="checkbox"/>					
4	Dompot digital mudah untuk didapatkan.	<input type="checkbox"/>					

3. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

No	Persepsi Keamanan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
----	-------------------	-----	----	-----	----	---	----

1	Dompot digital menjamin keamanan transaksi pengguna.	<input type="checkbox"/>					
2	Dompot digital mempunyai sistem yang komprehensif sehingga sulit diretas.	<input type="checkbox"/>					
3	Dompot digital mempunyai kapasitas teknis untuk memastikan bahwa data yang dikirim pengguna tidak akan disadap oleh peretas.	<input type="checkbox"/>					
4	Dompot digital menjamin keamanan informasi data pribadi.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				

4. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

No	Persepsi Risiko	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko kehilangan uang.	<input type="checkbox"/>					
2	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko terjadi kesalahan.	<input type="checkbox"/>					
3	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko transaksi menjadi lebih lambat.	<input type="checkbox"/>					
4	Bertransaksi menggunakan dompet digital berisiko informasi data pribadi disalahgunakan pihak lain.	<input type="checkbox"/>					

5. Desain Tampilan Pengguna (*Design User Interface*)

No	Desain Tampilan Pengguna	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Dompot digital mempunyai konten informasi singkat, dan padat.	<input type="checkbox"/>					
2	Dompot digital mempunyai tampilan visual menarik, dan sederhana.	<input type="checkbox"/>					
3	Dompot digital mempunyai arah navigasi yang jelas dan tidak membingungkan.	<input type="checkbox"/>					
4	Dompot digital mempunyai tombol kontrol (<i>back, home, next</i>).	<input type="checkbox"/>					
5	Dompot digital mempunyai warna, jenis <i>font</i> dan simbol yang konsisten pada setiap halaman aplikasi.	<input type="checkbox"/>					
6	Dompot digital mempunyai bahasa yang mudah dimengerti.	<input type="checkbox"/>					

7	Dompot digital mempunyai jenis, ukuran <i>font</i> memadai dan nyaman untuk dibaca.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
---	---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------

6. Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

No	Minat Menggunakan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya akan menggunakan dompet digital untuk bertransaksi.	<input type="checkbox"/>					
2	Saya akan menggunakan dompet digital secara rutin.	<input type="checkbox"/>					
3	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan dompet digital.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				

Demografi Responden

1. Nama:.....

2. Jurusan:

- Akuntansi
- Manajemen
- Ilmu Ekonomi

3. Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

4. Dompot Digital yang digunakan:

- Go-pay
- Shopeepay
- Dana
- Ovo
- Lainnya:



5. Pengeluaran sebulan menggunakan dompet digital:

- ≤ Rp. 500.000
- Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000
- Rp. 1.500.001 <

6. Seberapa sering menggunakan aplikasi dompet digital dalam sebulan?

- ≤ 5 kali
- 5 s/d 10 kali
- 11 s/d 15 kali
- 15 s/d 20 kali
- 20 kali <

Data Tabulasi Penelitian

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
1	6	3	3	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	4	6	5	4
3	6	4	6	6	5	5	5	5
4	6	4	4	6	5	5	5	5
5	6	5	4	6	4	4	4	4
6	5	4	5	5	5	5	4	5
7	6	4	4	4	6	6	6	6
8	6	6	6	6	6	6	6	6
9	4	4	4	4	4	3	4	3
10	6	4	6	6	5	5	5	5
11	6	6	5	6	5	5	6	5
12	6	4	6	6	6	6	6	6
13	4	4	6	4	6	4	4	4
14	6	5	6	6	6	6	6	6
15	5	5	5	5	5	6	6	6
16	6	5	5	6	5	5	5	5
17	6	6	6	5	6	6	6	6
18	6	4	4	4	4	4	4	4
19	6	5	4	6	6	6	4	6
20	5	5	5	3	6	6	6	6
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	6	5	6	6	6	6	6	6
23	6	6	6	6	6	6	6	6
24	6	6	6	6	5	5	4	4
25	6	6	5	6	6	6	5	6
26	5	3	5	5	5	5	5	5
27	6	4	4	6	5	4	4	4
28	5	3	4	5	4	5	5	5
29	4	4	3	4	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	6	6	6	6	5	5	5	5
32	6	6	6	6	6	5	5	5
33	6	4	4	6	6	6	5	6
34	6	6	6	6	6	6	5	6

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
35	6	4	6	6	4	4	4	4
36	6	6	6	6	6	6	5	6
37	6	5	5	5	5	5	5	5
38	6	6	6	6	6	6	6	6
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	6	6	6	6	6	6	6	6
41	6	6	6	6	6	6	4	6
42	6	6	6	6	6	6	6	6
43	6	4	6	6	2	5	5	5
44	6	4	6	6	6	6	6	6
45	6	6	5	6	4	5	5	5
46	6	4	6	6	6	6	6	6
47	6	6	6	6	5	5	5	5
48	6	6	6	6	6	6	6	6
49	6	5	5	6	6	6	6	6
50	6	5	6	6	4	4	4	4
51	5	4	5	5	5	5	4	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	3	6	6	6	6
54	4	6	6	4	6	4	5	4
55	6	6	6	6	4	4	4	4
56	6	4	6	6	4	4	4	4
57	4	5	2	4	4	5	5	5
58	6	6	6	6	6	6	6	6
59	4	5	2	4	4	5	5	5
60	6	5	6	6	5	5	5	5
61	6	5	6	6	6	6	6	6
62	5	5	5	6	5	5	5	5
63	5	5	5	6	5	4	4	4
64	5	5	5	6	5	5	4	5
65	6	6	5	6	5	5	6	5
66	5	5	5	6	5	5	6	5
67	6	6	6	6	5	6	6	6
68	6	6	6	6	5	5	6	5
69	6	6	5	6	5	4	4	4
70	5	5	6	6	6	6	6	6

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
71	5	6	6	6	5	5	5	5
72	6	4	5	6	6	6	6	6
73	4	6	6	4	6	4	5	4
74	5	4	5	5	5	5	5	5
75	4	4	4	5	4	3	3	3
76	6	5	6	5	5	5	5	5
77	4	4	3	5	5	5	5	5
78	6	4	4	6	5	5	5	5
79	6	6	6	6	6	6	6	6
80	6	6	4	6	6	6	6	6
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	5	6	5	6	5	6
83	6	5	6	4	5	4	6	4
84	4	5	5	4	6	6	6	6
85	4	5	5	5	5	5	5	5
86	5	4	5	5	5	5	5	5
87	6	4	5	4	4	5	4	5
88	6	6	6	6	6	6	6	6
89	6	6	6	6	6	6	6	6
90	6	5	5	4	6	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	6	4	5	6	6	4	5	4
93	6	6	6	6	6	6	6	6
94	6	4	4	6	5	5	4	5
95	5	3	4	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	4	6	5	5	6	6	6
98	6	6	5	6	6	5	6	5
99	5	4	4	6	4	4	6	4
100	5	4	6	6	5	5	4	5
101	5	5	5	5	5	5	5	5
102	6	5	5	4	5	5	5	5
103	5	5	4	4	5	4	5	4
104	6	5	5	5	4	4	4	4
105	6	6	6	6	6	6	6	6
106	5	6	5	5	3	4	3	4
107	4	4	3	4	4	3	3	3

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
108	6	4	5	6	6	6	5	6
109	6	5	6	6	6	6	4	6
110	5	4	6	6	6	6	4	6
111	6	4	5	4	6	4	6	4
112	4	3	4	4	5	5	5	5
113	6	6	6	6	5	5	5	5
114	6	6	6	6	6	6	6	6
115	6	6	6	6	5	6	6	6
116	5	5	4	5	5	5	5	5
117	4	3	4	4	4	4	3	4
118	5	5	5	4	6	6	6	6
119	5	5	6	5	4	4	4	4
120	6	6	5	6	6	6	6	6
121	6	4	5	6	6	6	6	6
122	6	5	5	6	4	4	6	4
123	5	5	5	6	6	5	5	5
124	6	5	6	6	6	6	5	6
125	6	4	5	6	5	5	4	5
126	6	4	5	5	5	5	4	5
127	6	4	6	6	6	6	6	6
128	6	5	5	6	4	6	6	6
129	5	5	3	5	6	5	5	5
130	6	5	5	5	4	6	6	6
131	6	4	6	6	5	5	5	5
132	6	6	6	6	6	6	6	6
133	5	5	5	5	5	5	5	5
134	6	4	6	4	5	6	6	6
135	6	5	6	6	6	6	6	6
136	6	5	5	4	4	5	5	5
137	6	5	5	4	4	6	6	6
138	6	6	6	6	6	6	6	6
139	4	5	5	4	4	4	5	4
140	6	5	6	6	5	5	5	5
141	6	4	6	6	5	4	5	4
142	4	4	4	4	4	3	4	3
143	4	4	4	4	5	5	5	5

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
144	6	6	4	5	4	4	4	4
145	6	4	4	6	6	6	6	6
146	4	4	5	4	6	6	6	6
147	6	5	6	6	5	5	5	5
148	6	6	6	6	6	6	6	6
149	6	6	6	6	6	6	6	6
150	6	6	6	6	4	4	4	4
151	5	4	4	5	6	6	6	6
152	6	6	6	6	6	6	4	6
153	6	5	5	6	6	6	6	6
154	6	6	6	6	6	6	6	6
155	5	5	5	5	4	6	6	6
156	5	4	4	5	5	5	5	5
157	6	5	6	6	4	5	4	5
158	6	6	6	6	6	6	6	6
159	4	4	4	5	6	5	4	5
160	6	5	5	5	5	5	5	5
161	4	5	4	4	5	5	6	5
162	6	5	6	6	6	6	6	6
163	4	4	4	4	6	6	6	6
164	5	5	5	5	5	5	5	5
165	6	6	6	6	6	6	6	6
166	6	4	6	6	5	5	5	5
167	4	5	4	4	4	4	4	4
168	4	4	4	4	6	6	6	6
169	6	4	5	5	6	6	6	6
170	6	6	6	6	6	6	6	6
171	5	6	5	5	6	4	4	4
172	6	5	4	5	5	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5
174	6	6	6	6	6	6	5	6
175	6	5	6	6	6	6	5	6
176	6	6	4	6	4	4	6	4
177	6	3	3	5	6	6	6	6
178	5	5	5	5	5	5	5	5
179	6	4	6	6	6	6	6	6
180	6	4	4	6	5	5	5	5

No	PU1	PU2	PU3	PU4	PE1	PE2	PE3	PE4
181	5	5	5	5	5	5	5	5
182	4	3	3	4	4	4	3	4
183	4	3	3	4	4	4	4	4
184	6	6	6	6	6	6	6	6
185	6	6	4	6	6	4	6	4
186	6	6	6	6	6	6	6	6
187	6	6	6	6	5	5	5	5
188	6	5	4	5	6	6	6	6
No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	2	2	1	2
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	2	3	3	4	4	3	2
6	4	4	4	4	4	5	5	4
7	5	5	4	5	3	3	3	3
8	5	5	4	4	2	2	2	2
9	2	2	2	3	3	4	3	4
10	4	4	4	5	4	6	5	5
11	2	2	2	2	3	3	3	3
12	6	6	6	6	5	5	5	5
13	4	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	1	1	1	2
15	5	3	3	3	2	2	2	2
16	5	2	2	5	3	4	3	4
17	2	2	2	5	2	2	2	2
18	5	5	5	5	3	4	3	4
19	5	5	4	5	3	3	2	3
20	3	3	3	3	1	1	1	1
21	5	2	2	2	1	2	2	1
22	6	4	6	4	1	1	1	1
23	5	5	3	3	2	2	2	3
24	3	3	5	5	4	6	2	6
25	4	2	4	4	4	4	2	4
26	5	4	4	4	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5

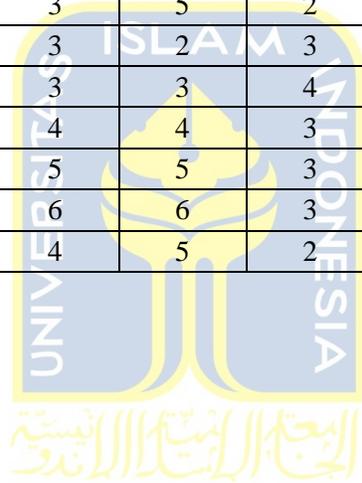
No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
28	4	4	4	6	4	5	2	4
29	5	2	2	5	2	2	2	2
30	4	4	4	4	2	2	1	1
31	3	3	3	3	3	3	3	4
32	4	4	4	4	5	2	2	5
33	2	5	5	4	4	5	2	5
34	4	4	4	5	3	3	3	4
35	6	2	2	2	1	1	1	1
36	5	5	5	3	2	2	2	6
37	5	5	5	5	2	2	2	2
38	4	5	5	5	4	4	2	2
39	6	6	6	6	1	4	2	2
40	5	4	5	5	5	5	2	2
41	6	6	6	6	1	1	1	1
42	4	5	5	5	5	5	3	4
43	6	6	6	6	6	6	6	6
44	4	2	2	2	2	4	2	4
45	5	5	5	5	2	5	2	2
46	6	5	4	5	2	2	2	2
47	4	4	4	4	3	2	3	2
48	2	2	2	2	5	5	2	5
49	2	5	5	4	4	5	2	5
50	5	2	3	4	2	5	2	5
51	5	5	5	5	3	3	3	3
52	5	5	5	5	5	5	5	6
53	5	5	5	5	2	2	2	2
54	3	2	3	3	2	2	2	2
55	4	4	5	4	2	3	3	5
56	2	2	5	3	5	6	5	5
57	5	5	5	3	2	2	2	6
58	5	5	5	5	2	2	2	2
59	6	6	6	5	1	1	2	1
60	5	5	5	5	2	2	2	2
61	5	5	5	5	2	5	2	2
62	6	6	5	6	2	2	2	2
63	3	3	3	2	2	2	2	2

No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
64	5	5	5	5	3	3	3	3
65	5	5	5	5	5	2	2	5
66	6	5	6	6	2	2	2	2
67	5	6	6	5	5	2	2	2
68	5	5	5	5	5	2	2	2
69	5	5	5	5	2	2	2	2
70	5	5	6	6	5	2	2	2
71	5	5	5	5	5	2	2	2
72	5	5	6	5	2	2	2	2
73	5	5	5	4	2	5	3	2
74	4	4	5	4	2	3	3	5
75	3	3	3	3	5	5	4	6
76	2	2	2	2	3	5	5	5
77	5	5	5	5	2	5	2	5
78	3	3	3	3	4	4	2	4
79	5	5	5	5	3	3	3	3
80	5	3	5	6	3	3	3	3
81	6	6	6	6	1	1	1	1
82	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	6	6	1	2	2	1
84	4	4	4	4	5	5	5	5
85	4	4	4	4	5	5	2	4
86	4	3	3	4	2	5	2	5
87	5	5	5	5	2	2	4	5
88	5	5	5	5	2	2	2	2
89	6	6	6	6	2	2	2	2
90	5	5	5	6	2	5	2	5
91	6	5	6	6	2	4	3	3
92	5	5	5	5	2	2	2	2
93	5	2	2	2	5	5	2	5
94	6	6	6	6	2	2	2	2
95	3	3	3	3	4	4	4	4
96	6	5	5	5	2	2	2	2
97	3	3	3	3	2	5	2	4
98	5	5	4	4	3	2	3	2
99	5	6	6	6	2	1	1	1

No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
100	5	5	5	5	5	4	2	4
101	6	4	5	5	2	3	2	2
102	5	5	5	5	1	2	2	2
103	3	3	3	3	3	3	3	3
104	4	5	4	5	3	4	3	3
105	5	2	5	4	4	4	4	4
106	6	6	4	6	1	3	3	3
107	4	5	6	6	1	2	2	2
108	2	2	2	3	3	4	4	3
109	4	5	5	5	2	2	2	2
110	5	5	5	5	2	3	3	2
111	6	5	5	5	5	5	5	4
112	6	4	4	5	3	3	3	2
113	5	2	2	6	4	4	3	4
114	4	2	5	5	3	3	2	3
115	6	6	6	6	2	3	3	3
116	3	3	3	3	3	4	4	4
117	4	3	3	2	2	5	5	5
118	3	2	3	3	5	5	5	5
119	3	3	3	3	3	3	3	4
120	4	4	4	4	4	4	3	3
121	6	6	6	6	5	4	4	4
122	4	5	5	5	5	4	4	4
123	3	2	5	5	4	4	4	4
124	4	5	5	5	2	3	2	2
125	6	6	6	5	3	3	3	3
126	6	5	5	6	5	4	4	4
127	5	5	4	4	3	4	3	4
128	6	6	6	6	3	3	3	3
129	4	4	6	4	2	2	3	3
130	5	4	5	5	2	2	2	2
131	5	5	5	5	2	5	2	2
132	5	2	5	5	5	2	3	2
133	6	5	6	6	1	1	1	1
134	3	3	3	2	2	2	2	5
135	5	5	5	5	2	5	2	5

No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
136	6	6	6	6	4	2	2	4
137	5	5	5	2	2	5	3	5
138	4	4	5	5	1	3	1	2
139	6	6	6	6	2	5	1	6
140	4	4	4	6	2	4	2	4
141	6	4	4	4	2	4	2	5
142	5	5	5	5	1	1	1	1
143	3	2	2	3	2	5	2	4
144	5	5	5	5	5	5	5	5
145	4	4	5	5	5	4	2	5
146	4	5	5	5	4	3	2	4
147	2	3	3	5	5	5	5	5
148	5	2	4	5	2	5	1	5
149	6	6	6	6	1	1	1	1
150	6	5	5	5	1	1	1	1
151	5	5	4	6	6	4	3	6
152	6	5	5	5	2	1	1	1
153	4	4	4	4	5	5	2	4
154	4	4	4	4	4	4	5	2
155	5	6	6	5	2	2	3	3
156	5	5	6	5	3	5	2	5
157	4	4	4	4	2	4	3	5
158	4	4	4	4	4	4	4	4
159	6	6	6	6	1	1	1	1
160	5	5	5	5	5	2	2	2
161	4	5	5	5	3	2	3	2
162	4	4	4	4	1	1	1	6
163	6	6	6	6	2	2	2	2
164	4	4	4	5	2	4	3	3
165	5	4	4	5	4	5	2	5
166	6	6	6	6	1	1	2	1
167	3	3	3	2	4	4	3	4
168	4	4	4	4	5	5	5	5
169	2	2	2	2	5	5	2	4
170	4	4	4	4	1	4	3	3
171	6	6	6	6	1	1	1	2

No	PS1	PS2	PS3	PS4	PR1	PR2	PR3	PR4
172	4	4	4	5	2	2	2	5
173	5	5	5	4	4	5	2	5
174	2	2	2	3	5	5	3	5
175	6	6	5	6	2	3	1	3
176	4	4	4	4	2	5	2	2
177	6	6	6	6	5	5	4	6
178	3	3	3	3	3	4	1	4
179	2	5	2	2	5	5	5	5
180	6	4	4	4	3	3	3	3
181	4	3	3	4	5	5	3	4
182	5	1	3	5	2	2	2	3
183	2	2	3	3	3	3	2	3
184	4	4	3	3	4	4	4	4
185	4	4	4	4	3	3	1	2
186	5	5	5	5	3	3	3	3
187	6	6	6	6	3	3	3	3
188	5	4	4	5	2	2	2	2



No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
1	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5
2	5	6	5	5	4	6	5	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
6	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
9	3	3	2	6	3	3	6	3	3	3
10	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
13	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
14	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4
15	5	5	5	5	4	5	5	5	4	6
16	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5
17	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
18	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
19	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3
20	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
21	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
22	4	4	4	6	4	4	6	6	6	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6
26	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	6	4	5	4	4	5	4	4	3
28	5	5	5	4	5	5	2	5	2	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
31	4	4	4	6	4	4	6	6	3	4
32	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4
33	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6

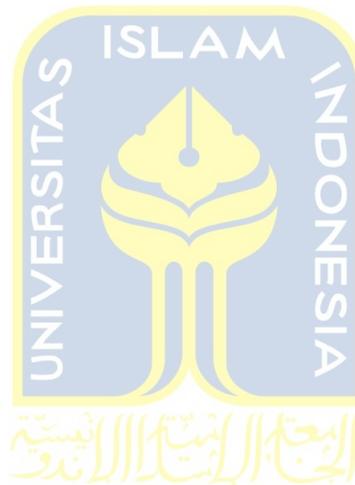
No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
37	5	5	5	6	5	5	6	4	3	4
38	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	6	4
40	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
41	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
42	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6
43	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
44	6	6	6	6	4	4	6	5	4	4
45	5	5	5	5	4	4	5	6	4	5
46	6	6	6	6	4	6	6	5	6	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4
49	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4
50	6	6	6	4	6	4	4	4	4	3
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	6	6	6	6	4	4	6	4	3	3
54	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
55	5	5	5	5	4	5	5	6	2	5
56	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
57	6	4	4	6	4	4	6	5	5	4
58	4	6	6	4	4	6	4	6	6	6
59	6	4	4	6	4	4	6	5	5	4
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	4	5	5	6	5	6
62	5	5	5	5	4	5	5	5	2	6
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
64	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
65	5	5	5	5	4	5	5	5	4	6
66	4	4	4	6	4	4	6	5	4	6
67	6	5	6	6	5	5	6	5	5	5
68	6	5	5	5	6	6	5	4	4	4
69	6	5	6	5	6	6	5	5	4	6
70	6	5	6	6	6	6	6	4	4	6
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4

No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
73	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
74	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
78	6	5	5	5	6	6	5	6	4	5
79	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	5	5	6
83	6	6	4	6	6	4	6	4	4	4
84	6	6	4	4	6	4	4	4	5	2
85	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5
88	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
93	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
94	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
97	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
98	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5
99	4	4	4	6	4	4	6	4	4	5
100	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
104	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
105	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
106	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
107	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3

No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
108	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
109	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
110	6	6	4	6	6	6	6	5	4	5
111	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
112	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
114	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6
115	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
116	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5
117	5	5	5	2	5	5	2	3	3	3
118	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4
119	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
120	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
121	4	6	6	6	6	6	6	4	5	4
122	4	4	4	6	4	4	6	4	4	4
123	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5
124	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6
125	5	5	5	2	5	5	2	5	6	5
126	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
127	4	4	6	6	6	6	6	5	4	6
128	4	4	6	6	6	6	6	4	4	6
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	4	4	5	4	5	4	4	4	6	5
131	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
132	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
133	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
136	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2
137	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
138	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6
139	4	6	6	6	6	6	6	4	3	5
140	4	4	6	6	6	4	6	4	4	6
141	4	4	5	5	5	4	5	4	4	6
142	5	5	2	3	3	3	2	2	2	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6

No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
145	4	4	6	6	6	4	6	4	4	5
146	3	2	3	2	2	3	3	5	3	3
147	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
148	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
149	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
150	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5
151	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
152	4	4	4	6	4	4	6	5	4	4
153	4	4	5	5	5	4	5	5	4	6
154	4	4	5	5	5	4	5	6	4	6
155	4	4	6	6	6	4	6	6	4	6
156	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
157	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
158	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
159	4	4	4	6	4	4	6	4	4	4
160	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
161	4	4	6	6	6	4	6	6	4	4
162	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
163	4	4	4	4	4	4	4	6	4	4
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
166	6	6	6	6	6	6	6	5	3	5
167	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
168	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4
169	6	4	6	4	6	4	4	6	4	5
170	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
171	6	4	6	4	6	4	4	6	4	5
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
173	4	4	5	4	3	3	4	4	3	5
174	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
175	5	5	5	2	5	5	2	6	5	4
176	6	6	6	6	6	6	6	4	6	4
177	6	6	6	6	4	4	6	4	4	4
178	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
179	6	6	6	6	4	4	6	4	4	4

No	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	DI6	DI7	NM1	NM2	NM3
180	3	3	3	3	4	4	3	5	4	3
181	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
182	2	2	2	2	4	4	2	3	3	3
183	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
184	6	6	6	5	4	6	5	6	4	6
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
186	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
187	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5
188	3	3	4	3	4	4	3	5	3	6



Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Akuntansi	118	62.8
Manajemen	46	24.5
Ilmu Ekonomi	24	12.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	68	36.2
Perempuan	120	63.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Dompot Digital Yang Digunakan

Jenis Dompot Digital	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Go-pay	75	39,9
Shopeepay	51	27,1
Ovo	37	19,7
Dana	18	9,6
lainnya	7	3,7
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Sebulan
Menggunakan Dompot Digital**

Jumlah Pengeluaran Sebulan Menggunakan Dompot Digital	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
≤ Rp. 500.000	121	64.4
Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000	44	23.4
Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000	16	8.5
Rp. 1.500.001 <	7	3.7
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Sebulan Menggunakan
Dompot Digital**

Jumlah Penggunaan Dompot Digital Dalam Sebulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
≤ 5 kali	72	38.3
5 s/d 10 kali	72	38.3
11 s/d 15 kali	23	12.2
15 s/d 20 kali	12	6.4
20 kali <	9	4.8
Total	188	100.0

(Sumber: data diolah 2021)

Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	188	2	6	5,213	0,870
Persepsi Kemudahan	188	2	6	5,191	0,801
Persepsi Keamanan	188	1	6	4,427	1,208
Persepsi Resiko	188	1	6	3,057	1,383
Tata letak Antarmuka Pengguna	188	2	6	4,945	0,902
Niat Menggunakan	188	2	6	4,780	0,924

(Sumber: data diolah 2021)

Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas Uji Validitas-Convergent Validity

Variabel	Item	Loading	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi Manfaat	PU1	0,805	0,609
	PU2	0,732	
	PU3	0,787	
	PU4	0,796	
Persepsi Kemudahan	PE1	0,786	0,770
	PE2	0,948	
	PE3	0,807	
	PE4	0,954	
Persepsi Keamanan	PS1	0,849	0,768
	PS2	0,884	
	PS3	0,904	
	PS4	0,868	
Persepsi Resiko	PR1	0,791	0,674
	PR2	0,888	
	PR3	0,752	
	PR4	0,845	
Tata letak Antarmuka Pengguna	DI1	0,838	0,682
	DI2	0,852	
	DI3	0,871	
	DI4	0,767	
	DI5	0,822	
	DI6	0,860	
	DI7	0,765	
Niat Menggunakan	NM1	0,829	0,645
	NM2	0,799	
	NM3	0,780	

(Sumber: data diolah 2021)

Uji Validitas-Discriminant Validity

Tabel 4.8 *Cross Loading*

	PU	PE	PS	PR	DI	NM
PU1	0,805	0,342	0,345	-0,096	0,394	0,413
PU2	0,732	0,255	0,276	-0,246	0,352	0,442
PU3	0,787	0,336	0,287	-0,110	0,353	0,372
PU4	0,796	0,284	0,355	-0,112	0,337	0,344
PE1	0,316	0,786	0,282	-0,206	0,320	0,388
PE2	0,371	0,948	0,318	-0,313	0,317	0,473
PE3	0,312	0,807	0,288	-0,305	0,341	0,400
PE4	0,365	0,954	0,311	-0,304	0,311	0,490
PS1	0,347	0,334	0,849	-0,358	0,300	0,576
PS2	0,337	0,339	0,884	-0,216	0,366	0,514
PS3	0,406	0,261	0,904	-0,230	0,343	0,510
PS4	0,323	0,254	0,868	-0,230	0,342	0,472
PR1	-0,118	-0,251	-0,181	0,791	-0,110	-0,269
PR2	-0,161	-0,240	-0,312	0,888	-0,222	-0,363
PR3	-0,208	-0,257	-0,165	0,752	-0,169	-0,204
PR4	-0,144	-0,323	-0,288	0,845	-0,170	-0,315
DI1	0,339	0,271	0,274	-0,177	0,838	0,354
DI2	0,393	0,265	0,271	-0,151	0,852	0,323
DI3	0,429	0,383	0,321	-0,208	0,871	0,439
DI4	0,355	0,262	0,323	-0,181	0,767	0,326
DI5	0,360	0,273	0,330	-0,102	0,822	0,394
DI6	0,418	0,323	0,357	-0,183	0,860	0,471
DI7	0,369	0,308	0,336	-0,195	0,765	0,343
NM1	0,418	0,452	0,423	-0,287	0,378	0,829
NM2	0,388	0,394	0,567	-0,254	0,390	0,799
NM3	0,422	0,360	0,434	-0,333	0,353	0,780

(Sumber: data diolah 2021)

Uji Realibilitas

Tabel 4.10 Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Manfaat	0,786	0,862
Persepsi Kemudahan	0,897	0,930
Persepsi Keamanan	0,899	0,930
Persepsi Resiko	0,841	0,892
Tata letak Antarmuka Pengguna	0,922	0,937
Niat Menggunakan	0,724	0,845

(Sumber: data diolah 2021)

Menilai Model Stuktur Hasil Penelitian Result for Inner Weights

Tabel 4.11 Result of Inner Weights

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)
PU → NM	0,198	0,198	0,063	3,124
PE → NM	0,215	0,219	0,063	3,433
PS → NM	0,353	0,350	0,060	5,866
PR → NM	-0,121	-0,125	0,058	2,074
DI → NM	0,135	0,136	0,063	2,135

(Sumber: data diolah 2021)

Nilai R-Square

Tabel 4.12 Tabel Nilai R-Square

Variabel	AVE	R Square
Niat Menggunakan	0,525	0,512

(Sumber: data diolah 2021)

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	Hasil
H1	PU \rightarrow NM	0,198	0,063	3,124	Diterima
H2	PE \rightarrow NM	0,215	0,063	3,433	Diterima
H3	PS \rightarrow NM	0,353	0,060	5,866	Diterima
H4	PR \rightarrow NM	-0,121	0,058	2,074	Diterima
H5	DI \rightarrow NM	0,135	0,063	2,135	Diterima

(Sumber: data diolah 2021)

