

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap Generasi X
dan Z
(Studi pada generasi X dan Z di Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

Anang Rasyidin

Dosen Pembimbing:

Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Ak., CA

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

2023

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap Generasi X
dan Z
(Studi pada generasi X dan Z di Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-S1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi

UII

SKRIPSI

Oleh:

Anang Rasyidin

NIM: 19312111

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 13 Juni 2023

Penulis



Anang Rasyidin

HALAMAN PENGESAHAN

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap
Generasi X dan Z
(Studi pada generasi X dan Z di
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Anang Rasvidin

19312111

Telah disetujui oleh Dosen

Pembimbing Pada Tanggal 13

Juni 2023

Dosen Pembimbing



Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Ak., CA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap Generasi X dan Z

Disusun oleh : ANANG RASYIDIN

Nomor Mahasiswa : 19312111

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 03 Juli 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Ahada Nur Fauziya, SE., Ak., M.Ak.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arif, M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

HALAMAN MOTTO

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

(Surat Al-Baqarah ayat 216)

*Buka lagi visimu kautau mana urutan satu diantara pusaran nirfungsi petakan
semua lagi titik tuju yang telah terpatri.*

(33x-Perunggu)

Do not do a favour expecting more in return

(Surah Al-Muddatsir:6)

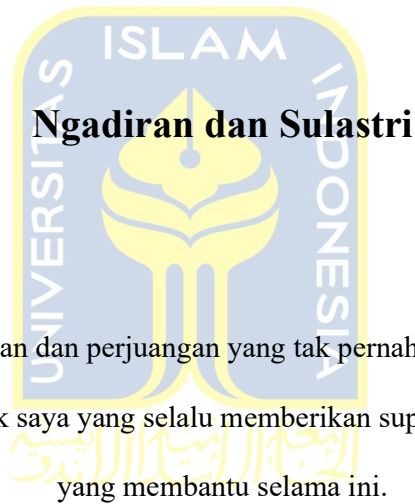
HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri.

&

Bapak dan Ibu saya,



yang selalu mendoakan dan perjuangan yang tak pernah putus untuk saya sejak saya dilahirkan, kakak saya yang selalu memberikan support, serta teman-teman yang membantu selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayahnya sehingga saya dapat dipermudah dan dilancarkan untuk menulis Skripsi dengan judul “Pengaruh Perilaku generasi X dan Z Terhadap Penggunaan E-Wallet”. Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir dalam bentuk skripsi yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi, pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses yang dibutuhkan untuk menyusun skripsi ini penulis sangat memerlukan waktu, tenaga, kesabaran, kekuatan, pikiran, dan ketekunan untuk menyelesaikannya, karena dalam prosesnya seringkali dihadapkan pada kesulitan-kesulitan serta berbagai masalah yang bisa menghambat dalam proses penyusunan. Pada proses yang telah dijalani penulis mendapatkan kemudahan, motivasi, doa, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu, maka dari itu dengan seluruh kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan segala ucapan terimakasih kepada:

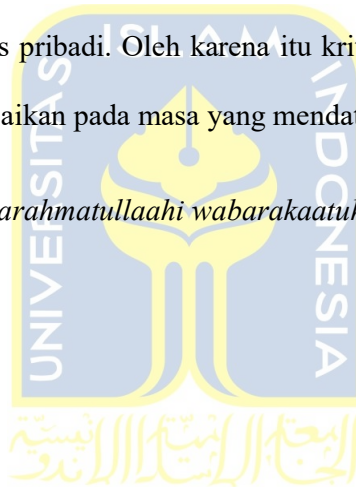
1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan segala rahmat dan hidayah serta segala nikmat kesehatan, rezeki, kesabaran, kelancaran, ketabahan dan waktu yang cukup hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak, beliau yang dengan sabar membawa umat manusia dari jalan yang gelap hingga menjadi terang benderang karena cahaya islam yang beliau ajarkan, akhlak beliau yang senantiasa menjadi pedoman bagi umatnya serta penulis untuk senantiasa mengikuti jalan yang telah beliau tunjukkan dan motivasi bagi penulis untuk selalu berusaha lebih baik kedepannya.
3. Bapak Ngadiran dan Ibu Sulastri selaku orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan support dalam setiap waktu dengan segala cinta yang tiada gantinya demi kelancaran dan hasil yang terbaik untuk segala yang terbaik bagi kesuksesan anaknya.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan segala kesabaran serta kebaikannya dalam proses membimbing penyusunan skripsi penulis. Penulis mengucapkan segala terimakasih yang sebesar-besarnya atas nasihat dan dukungan yang telah bapak berikan kepada penulis hingga dapat terselesaikannya skripsi penulis, semoga segala rahmat keberkahan dan kebaikan Allah selalu menyertai bapak.

8. Seluruh Dosen Prodi Akuntansi FBE UII yang dengan ketulusan telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama penulis menempuh studi.
9. Sahabat-Sahabat kontrakan bu Vero all base, yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis pada masa susah maupun senang selama masa perkuliahan.


Akhir kata bahwasanya penulis menyadari apabila penulisan skripsi ini masih sangatlah jauh dari kata sempurna. Namun penulis memiliki harapan, dengan adanya skripsi ini semoga dapat bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak, khususnya bagi penulis pribadi. Oleh karena itu kritik serta saran yang ditujukan membangun demi perbaikan pada masa yang mendatang sangat kami terima.

Wassalamu 'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh



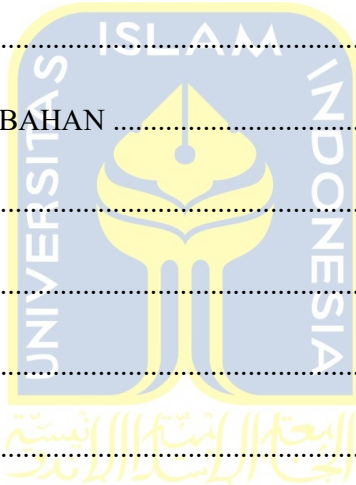
Yogyakarta, 13 Juni 2023

Penulis,


Anang Rasyidin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11



1.4.1 Manfaat teoritis	11
1.4.2 Manfaat praktisi	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Sistem Informasi dan Teknologi Informasi.....	14
2.1.2 E-Wallet	14
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> 2 (UTAUT2).....	15
2.2.2 Kegunaan yang dirasakan (Performance Expectancy).....	17
2.2.3 Kemudahan Penggunaan (Effort Expectancy).....	18
2.2.4 Pengaruh Sosial (Social Influence).....	18
2.2.5 Kondisi yang Memfasilitasi	18
2.2.5 Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation)	18
2.2.6 Nilai Harga (Price Value).....	19
2.2.7 Kebiasaan (Habit).....	19
2.2.8 Perilaku Penggunaan (Use Behavioral)	20
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Perumusan Hipotesis.....	29

2.4.1 Performance Expectancy dan Use Behavior (Perilaku) penggunaan E-Wallet	29
2.4.2 <i>Effort Expectancy dan use behaviour</i> (perilaku) penggunaan E-Wallet.	30
2.4.3 <i>Social Influence dan use behaviour</i> (perilaku) penggunaan E-Wallet.	31
2.4.4 <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Use Behavior</i> (perilaku) penggunaan E-Wallet	33
2.4.5 Hedonic Motivation dan use behaviour (perilaku) penggunaan E-wallet	34
2.4.6 <i>Price value dan use behaviour</i> (perilaku) penggunaan <i>E-Wallet</i>	34
2.4.7 <i>Habit</i> terhadap <i>use behavioural</i> (perilaku) penggunaan <i>E-wallet</i>	35
2.5 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.5 Sumber Data.....	39
3.5.1 Jenis data	39
3.5.2 Teknik pengumpulan data	40

3.6 Definisi Operasional variabel dan Pengukuran Variabel	41
3.6.1 Performance Expectancy.....	41
3.6.2 Effort Expectancy.....	42
3.6.3 Social Influence.....	43
3.6.4 Facilitating Condition	44
3.6.5 Hedonic Motivation	46
3.6.6 Price Value.....	47
3.6.7 Habit.....	47
3.6.8 Use Behaviour.....	48
3.7 Metode Analisis Data.....	49
3.7.1 Alat Analisis Data	49
3.7.2 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	50
3.7.3 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	51
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	53
4.2 Karakteristik Responden	53
4.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis kelamin.....	54
4.2.2 Klasifikasi Berdasar Kelompok Usia	54
4.2.3 Klasifikasi Berdasar Lama Penggunaan E-Wallet selama sebulan.....	55

4.2.4 Klasifikasi Berdasar Pendapatan Perbulan.....	56
4.3 Uji Instrumen Penelitian	57
4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian.....	57
4.3.2 Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)	60
4.3.3 Uji Reliabilitas	64
4.4 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	64
4.4.1 Uji Goodness-Fit Model.....	65
4.4.2 Uji Hipotesis	65
4.4.3 Pembahasan Hipotesis.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan.....	72
5.3 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	84

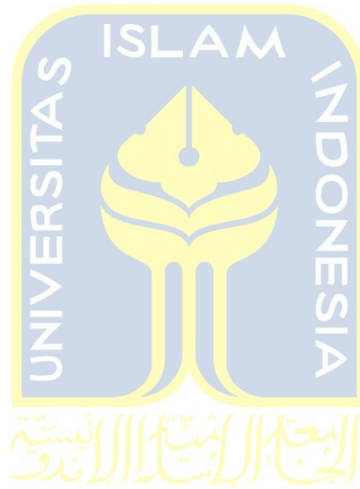


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Indikator <i>Performance expectancy</i>	41
Tabel 3. 2 Indikator <i>Effort Expectancy</i>	42
Tabel 3.3 Indikator <i>Social Influence</i>	44
Tabel 3.4 Indikator <i>Facilitating condition</i>	45
Tabel 3.5 Indikator <i>Hedonic Motivation</i>	46
Tabel 3.6 Indikator <i>Price Value</i>	47
Tabel 3.7 Indikator <i>Habit</i>	48
Tabel 3.8 Indikator <i>Use Behaviour</i>	49
Table 4.1 Hasil Pengumpulan Data	53
Table 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Table 4.3 Klasifikasi Berdasar Kelompok Usia	54
Table 4.4 Klasifikasi Berdasar Lama Penggunaan E-Wallet selama sebulan	55
Table 4.5 Klasifikasi Berdasar Pendapatan Perbulan	56
Table 4.6 Hasil Analisis Deskriptif	58
Table 4.7 Initial <i>Item Loadings</i> dan AVE	61
Table 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	62
Table 4.9 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	64
Table 4.10 Nilai R-Square	65
Table 4. 11 Hasil Uji Hipotesis dari path koefisien (Mean, STDEV, T-Statistic, P Values)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
------------------------------------	----



ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain the impact of user behavior, facility conditions, hedonic motivation, social influence, performance expectations, business expectations, and facility conditions on the usage of e-wallet services. Generations X and Z users of e-wallet services in Yogyakarta make up the demographic of this research. 212 respondents' samples were gathered utilizing the non-probability sampling technique. Using SmartPLS v.3.2.9 software, Partial Least Squares (PLS) was used to analyze data for this investigation. According to the study's findings, company expectations, routines, and hedonic incentive all influence how users behave while utilizing e-wallet services. However, user behavior while utilizing e-wallet services is unaffected by performance expectations, social impact, facility circumstances, or pricing values.

Keywords: *E-wallet, UTAUT, Performance Expectations, Business Expectations, Facility Conditions, Social Influence, Habits, Hedonic Motivation, Price Value, User Behavior.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku pengguna, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, pengaruh sosial, ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, dan kondisi fasilitas terhadap penggunaan layanan e-wallet. Generasi X dan Z pengguna layanan e-wallet di Yogyakarta merupakan demografi penelitian ini. Sampel sebanyak 212 responden dikumpulkan dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Menggunakan perangkat lunak SmartPLS v.3.2.9, Partial Least Squares (PLS) digunakan untuk menganalisis data untuk penyelidikan ini. Menurut temuan penelitian, ekspektasi perusahaan, rutinitas, dan insentif hedonis semuanya memengaruhi perilaku pengguna saat menggunakan layanan e-wallet. Namun, perilaku pengguna saat menggunakan layanan e-wallet tidak terpengaruh oleh ekspektasi kinerja, dampak sosial, keadaan fasilitas, atau nilai harga.

Kata kunci: E-wallet, UTAUT, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Kondisi Fasilitas, Pengaruh Sosial, Kebiasaan, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Perilaku Pengguna.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena alat pembayaran saat ini sedang mengalami kemajuan besar. Salah satunya adalah sistem pembayaran berbasis perangkat mobile yang mengubah kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Inovasi semacam itu secara teratur dapat mengubah kebiasaan sehari-hari, dari aktivitas fisik menjadi aktivitas berbasis perangkat seluler virtual (Thakur & Srivastava, 2014). Kini potensi beragam kecurangan dan kejahatan ada di Indonesia semakin marak, seperti beredarnya uang palsu, pencurian, perampokan, dan lain sebagainya. Tanggung jawab pemerintah untuk memantau arus transaksi keuangan, yang juga dapat diakses secara elektronik melalui internet, akan menjadi lebih mudah karenanya (Auliya dkk., 2022). Tindakan korupsi dan kolusi dapat dikurangi akibat transaksi online karena mengurangi transfer uang riil (Tarantang dkk., 2019). Hal ini terutama berlaku untuk transaksi yang melibatkan kepentingan yang terkait dengan kebijakan dan layanan publik.

Masyarakat tanpa uang tunai dan inovasi teknologi menjadi semakin populer di seluruh dunia (Fabris, 2019). Pembayaran non tunai mengacu pada transaksi keuangan di mana konsumen melakukan transaksi keuangan dalam bentuk digital. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pertumbuhan internet di Indonesia dan juga penggunaan teknologi era digital hingga saat ini ditawarkan dengan kemudahan dalam mengimplementasikan berbagai akses informasi dari internet. Kini teknologi merubah seluruh aktivitas menjadi instan, Salah satunya yang

terdampak yaitu sistem pembayaran. Pembayaran non tunai kini lebih berkembang dengan adanya gadget, kemudahannya dirasakan karena tanpa harus membawa dompet atau kartu debit (Nadhilah dkk., 2021).

Hal ini, kini telah hadir dompet digital atau biasa disebut dengan *e-wallet* untuk menjadikan *cashless society*. *Cashless society* adalah salah satu istilah yang menggambarkan suatu kehidupan masyarakat atau sosial yang menggunakan sistem pembayaran seluler. Metode pembayaran mobile ini seringkali menggunakan uang elektronik yang didukung oleh koneksi internet daripada uang tunai, seperti halnya transaksi tradisional pada umumnya (Auliya dkk., 2022).

Kecenderungan masyarakat tanpa uang tunai tidak hanya terjadi di Indonesia. Negara-negara lain, terutama negara-negara industri, telah menggunakan pendekatan ini cukup lama. Transaksi non tunai pertama kali digunakan di Belgia pada tahun 2014 (Indah, 2022). Negara-negara lain yang mengikuti termasuk Inggris, Prancis, Kanada, dan Swedia.

Indonesia terdapat 3 jenis *cashless*, di antaranya yaitu *E-money*, *E-wallet*, dan rekening tabungan digital. Pemerintah dan warga sama-sama memandang industri ini untuk memberikan akses yang lebih mudah ke pembayaran dan layanan keuangan (Sukma, 2016).

Dompet elektronik adalah jaringan seluler, artinya hanya dapat digunakan jika ditautkan ke jaringan penerbit. Dompet elektronik tidak sama dengan uang plastik tradisional. Transaksi dengan *E-Wallet* tidak secara langsung atau tidak melalui perantara (Amoroso & Magnier-Watanabe, 2012). *E-Wallet* kini hadir menawarkan lebih banyak kemudahan teknologi yang dapat diakses oleh semua

kalangan. Siswa saat ini adalah pengguna utama layanan dompet elektronik. Director of Customer Experience di Ipsos Indonesia menemukan bahwa 68% dari pengguna e-wallet adalah kaum muda karena tingkat aktivitas mereka yang tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya (Nadhilah dkk., 2021).

Rekening digital merupakan rekening yang fungsinya seperti rekening konvensional yang berguna untuk menyimpan uang yang disetor oleh nasabah, tetapi pada rekening digital ini memiliki perbedaan pada bagian proses pembuatan dan proses transaksinya. Dengan rekening digital ini nasabah tidak perlu ke bank untuk mengecek saldo atau mengecek status transaksi, semua bisa dilakukan dengan smartphone (Gina, 2022).

Pesatnya perkembangan pembayaran *cashless* telah menarik kepentingan akademisi dan bisnis dalam gagasan tentang ekonomi tanpa uang tunai. Ekonomi tanpa uang tunai dipahami sebagai ekonomi yang tidak memiliki hambatan pembayaran tanpa uang tunai dengan menggunakan metode apa pun dan kapan pun, di mana para pelaku pasar, seperti pemerintah, bisnis, dan konsumen, sangat menyadari keuntungan dan perlunya tindakan transaksi tanpa uang tunai. Karena konsumen memilih metode pembayaran berdasarkan preferensi mereka daripada penilaian biaya langsung dan tidak langsung dari penggunaan metode pembayaran tertentu atau ketersediaan infrastruktur yang diperlukan, tidak ada diskriminasi antara alat pembayaran tunai dan non tunai dalam *cashless* ekonomi (Krivosheya, 2017). Tahap selanjutnya yang wajar dan banyak ditunggu dalam evolusi pembayaran tanpa uang tunai adalah pengenalan uang digital bank sentral (Fabris, 2019).

Ada beberapa jenis *e wallet* seperti OVO, GoPay, Dana, ShopeePay, dan lain sebagainya. Dari banyaknya jenis tersebut dapat digunakan untuk menyimpan uang secara digital dan dapat digunakan untuk transaksi online maupun offline melalui QR Code. *Quick Response Code (QR Code)* merupakan inovasi teknologi yang digunakan sebagai metode pembayaran pada dompet digital secara umum (Dwijayanti dkk., 2022). *QR Code* adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Peran kode *QR* dalam metode pembayaran adalah untuk menghubungkan pengguna ke layanan transaksi pembayaran dengan memindai kode *QR* dengan kamera smartphone yang terhubung ke akun pengguna. Pada sisi lain, menurut survei yang telah dilakukan oleh DataIndonesia.id (2022) jumlah pengguna *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* di Indonesia sebanyak 28,75 juta hingga Desember 2022. Jumlah tersebut sudah bertambah 15,95 juta pengguna dibandingkan pada akhir tahun lalu. mayoritas pengguna QRIS berada di Jawa, yakni 20,59 juta. Posisi kedua ditempati Sumatera dengan 4,75 juta pengguna QRIS hingga Desember 2022.

Di Indonesia, standar kode *QR* ini dituntut untuk dapat lebih melindungi konsumen menggunakan teknologi finansial, memproyeksikan perluasan aplikasi nasional teknologi pembayaran berbasis kode QR, yang dapat menyebabkan fragmentasi baru di pasar sistem pembayaran. transaksi cashless lebih cepat dan nyaman menggunakan kode QR. QRIS meniadakan persyaratan bagi pengecer untuk mengisi rak mereka dengan berbagai jenis kode QR dari berbagai penerbit. Pada tahun 2025 (Bank Indonesia, 2019), QRIS juga akan mewujudkan impian sistem pembayaran Indonesia.

Ekosistem pembayaran yang terdapat pada bisnis ini juga penting untuk pengembangan masyarakat tanpa uang tunai secara keseluruhan. E-commerce di Indonesia telah memperluas jangkauan transaksi non tunai di luar opsi pembayaran kartu debit dan kredit yang tersedia sebelumnya di toko fisik dan tempat makan (Indah, 2022). Kebangkitan teknologi keuangan di negara ini terjadi tak lama setelah pengenalan belanja online. Teknologi keuangan disingkat menjadi ft. Fintech didefinisikan sebagai pendekatan baru untuk layanan keuangan oleh Pusat Penelitian Digital Nasional Dublin. Ada berbagai subset fintech yang muncul seiring dengan kebangkitan ekonomi digital, namun demi pembahasan ini, kami akan mempersempit layanan uang elektronik (Nadhilah dkk., 2021).

Orang-orang yang termasuk dalam Generasi X lahir antara tahun 1965 dan awal 2000-an. Orang tua baby boomer yang gila kerja, efisien, berjiwa karir, berpegang teguh pada cita-cita, serta memiliki sikap yang tetap menghormati birokrasi dan mau menaati peraturan merupakan ciri generasi X (Daragmeh dkk., 2021). Orang yang lahir antara tahun 1995 hingga 2014 dianggap sebagai anggota Generasi Z. Ciri-ciri Generasi Z lahir pada saat teknologi berkembang pesat; mereka ingin segalanya instan, tidak memiliki dorongan untuk berhasil, beradaptasi dengan teknologi dengan cepat, dan memiliki kecenderungan untuk berpikir bahwa segala sesuatu harus instan daripada dipersulit oleh aturan (Wilman, 2022).

Generasi Z identic dengan gaya hidup yang *up to date*, sehingga dapat dikatakan bahwa generasi Z merupakan konsumen yang banyak melakukan aktivitas jual beli di pasaran dengan metode pembayaran cashless. Perkembangan teknologi pada financial technology membuat mahasiswa mulai beralih pada sistem

pembayaran cashless tersebut dalam melakukan transaksi pembelian (Nawawi, 2020). Perilaku belanja Generasi X agak berbeda dengan generasi Z, yakni generasi X mencari informasi lewat smartphone/gadget, tetapi transaksi jual belinya dilakukan secara offline atau langsung ke penjual atau toko atau pasar, dalam berbelanja akan mengutamakan prioritasnya sehingga cenderung tidak konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan di berbagai negara salah satunya yaitu Negara Hungaria membuktikan bahwa niat perilaku generasi X Hungaria untuk menggunakan mobile payment dengan variabel manfaat yang dirasakan, dan norma subjektif secara signifikan memengaruhi niat perilaku Generasi X Hungaria untuk menggunakan layanan pembayaran seluler (Daragmeh dkk., 2021).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Widodo dkk., (2019) bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dompet digital di Indonesia. Mengumpulkan data dari 345 responden yang sudah menggunakan e-wallet melalui survei online. Analisis data menggunakan model persamaan *partial least square* – struktural (PLS-SEM) berdasarkan model UTAUT2 dengan penambahan faktor persepsi risiko dan kepercayaan. Penelitian ini mendukung bahwa kebiasaan memiliki faktor paling substansial yang memengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi dompet digital di Indonesia, diikuti oleh ekspektasi kinerja, kepercayaan, dan kondisi yang memfasilitasi. Namun, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan risiko yang dirasakan dalam adopsi dompet digital tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi dompet digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Masdiantini, (2022) melakukan riset menganalisis tentang pengaruh dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap kepentingan penggunaan QRIS pada mobile banking di kota Singaraja. Jenis penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif data mentah diperoleh melalui survei kuesioner. Dengan trik, pengambilan sampel dan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini hingga 80 pengguna mobile banking Gunakan QRIS di Kota Singaraja. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Data diolah menggunakan bantuan software SPSS versi 24.

Penelitian selanjutnya yang telah dilakukan oleh Febriani dkk., (2023) memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat pengguna dan pelaku UMKM di Kota Denpasar dalam menggunakan QRIS dengan model UTAUT 2. Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa hipotesis yang diterima yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* yaitu *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Adapun hipotesis lain yang diterima adalah variabel yang berpengaruh terhadap *use behavior* yaitu *habit* dan *behavioral intention*. Terdapat hipotesis ditolak yaitu *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *social influence* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *use behaviour* dan *habit* terhadap *behavioral intention*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Halim dkk., (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna, kondisi fasilitas, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan

e-wallet. Sedangkan kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet.

Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rahman dkk., (2020) di mana penelitian ini menganalisis adopsi konsumen melakukan pembayaran tanpa uang tunai dengan variabel harapan kinerja, adopsi pembayaran, keamanan teknologi, pembayaran non tunai paling dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja dan kondisi fasilitas, diikuti oleh insentif hedonis, dampak sosial, dan inovasi. Penerimaan pembayaran tanpa uang tunai juga sangat terkait dengan tingkat kepercayaan orang terhadap keamanan teknologi yang mendasarinya. Temuan penelitian juga menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan kreativitas dalam penggunaan pembayaran non tunai. Temuan seperti ini dapat membantu meredakan ketakutan konsumen tentang transisi ke dunia tanpa uang tunai dan berguna bagi pembuat kebijakan.

Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Prameswari dkk., (2022) Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan wawancara mendalam, serta data sekunder yang dikumpulkan dari artikel jurnal ilmiah, temuan penelitian sebelumnya, dan sumber lain yang dianggap berguna untuk penelitian ini. Beberapa elemen seperti promosi, keramahan pengguna, fitur layanan, keamanan, dan iklan produk dompet digital terbukti memengaruhi kecenderungan Generasi Z untuk menggunakan metode pembayaran E-Wallet. Tujuan studi ini adalah untuk mengungkap elemen apa saja yang memengaruhi antusiasme Generasi Z dalam mengadopsi sistem pembayaran e-wallet di Indonesia.

Herdadi, (2022) menggunakan model UTAUT untuk mempelajari minat dan penggunaan dompet elektronik oleh generasi milenial. Ia menemukan bahwa minat milenial terhadap dompet elektronik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor-faktor berikut: ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, motivasi hedonis, niat untuk menggunakan, dan ekspektasi kinerja. Generasi Z tertarik untuk memanfaatkan E-wallet, dan Nilai Harga serta Pengaruh Sosial berkontribusi pada keinginan ini; namun demikian, tidak ada faktor yang berdampak besar pada niat Generasi Z untuk merangkul E-wallet.

Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan model Perceived Risk, Martins & Oliveira, (2014) telah menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menggunakan online banking. Model UTAUT (Venkatesh Viswanath, 2003) adalah paradigma penerimaan teknologi yang berusaha menjelaskan bagaimana orang berinteraksi dengan komputer dan internet. Model Pemanfaatan PC (MPTU), Teori Difusi Inovasi (IDT), dan Teori Kognitif Sosial (SCT). Teori Tindakan Beralasan (TRA), Model Penerimaan Teknologi (TAM), Model Motivasi (MM), Teori Perilaku Terencana (TPB), gabungan TAM dan TPB.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis berinisiatif mengambil judul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap Generasi X dan Z”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan fitur pembayaran *e-wallet* di kalangan generasi X dan Z?
2. Apakah *effort expectancy* akan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan untuk menggunakan fitur pembayaran *e wallet* di kalangan generasi X dan Z?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan fitur pembayaran *e-wallet* di kalangan generasi X dan Z?
4. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap perilaku untuk mengadopsi *e-wallet* di kalangan generasi X dan Z?
5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan fitur pembayaran *e wallet* di kalangan generasi X dan Z?
6. Apakah *Price Value* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan fitur pembayaran *e wallet* di kalangan generasi X dan Z?
7. Apakah *Habit* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan fitur pembayaran *e wallet* di kalangan generasi X dan Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun terdapat beberapa tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendapatkan bukti mengenai:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
3. Pengaruh *Social Influence* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
4. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
5. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
6. Pengaruh *Price Value* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.
7. Pengaruh *Habit* terhadap perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan fitur pembayaran *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak antara lain:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penyedia layanan tanpa uang tunai dapat memanfaatkan studi ini sebagai batu loncatan untuk pengembangan layanan dompet digital yang baru, inovatif, dan efisien. Bahwa lebih banyak orang akan menggunakan metode pembayaran elektronik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi untuk pengembangan produk yang dapat diterima oleh sasaran.

1.4.2 Manfaat praktisi

Dapat dijadikan Masyarakat untuk mengetahui pengaruh sikap generasi X dan Z dalam mengadopsi teknologi untuk membantu kegiatannya dalam bertransaksi menggunakan *E-Wallet*. Dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk mengetahui pengaruh penggunaan E-Wallet terhadap sikap generasi X dan Z.

1.5 Sistematika Penelitian

Pada penulisan skripsi terdapat beberapa sistematika dan juga struktur yang terdiri dari 5 Bab, berikut ini penjelasan mengenai beberapa bab tersebut secara singkat:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini ada beberapa penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan juga sistematika dari penulisan skripsi.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini teori perumusan hipotesis dijelaskan dengan bantuan landasan teoritis, untuk mendukung penjelasan tersebut ada penelitian terdahulu dan juga kerangka pemikiran yang membantu permasalahan penelitian dijelaskan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

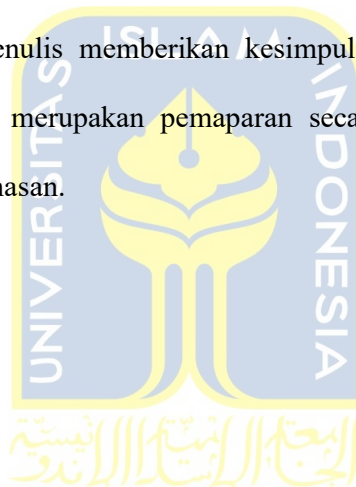
Pada bab ini populasi dan sampel merupakan isi inti dalam penelitian yang operasionalnya didefinisikan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian yang diteliti, lalu terdapat beberapa metode untuk pengumpulan data dan juga analisis apa saja yang digunakan.

BAB IV: ANALISIS DATA & PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat bagaimana responden terlihat, dan metode analisis serta hasil penelitian yang diinterpretasi.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dan juga saran, di mana kesimpulan yang ada merupakan pemaparan secara singkat setelah apa yang diuraikan pada pembahasan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sistem Informasi dan Teknologi Informasi

Sistem informasi merupakan komponen yang saling bekerja sama untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyebarkan informasi supaya bisa digunakan di dalam perusahaan, pengambilan keputusan, koordinasi, kontrol, analisis masalah, dan visualisasi. Sedangkan Teknologi informasi memiliki pengertian salah satu alat yang digunakan oleh para manajer untuk mengatasi perubahan yang terjadi. Perubahan yang dimaksud dalam hal ini adalah perubahan informasi yang telah diolah dan dibuat sebelumnya dalam penyimpanan komputer.

2.1.2 E-Wallet

Istilah "e-wallet" mengacu pada dompet digital yang dapat diakses secara online dan digunakan untuk menyimpan sejumlah kecil mata uang digital. E-wallet dapat digunakan untuk berbagai transaksi tanpa memerlukan kartu media; yang dibutuhkan hanyalah smartphone, yang hampir semua orang bawa saat ini (Widiyanti, 2020). Fitur E-Wallet memungkinkan transaksi pengguna ke pengguna untuk meningkatkan kegunaannya bagi masyarakat umum. Transaksi E-Wallet termasuk mentransfer uang ke teman atau tetangga, melakukan pembelian dengan membatasi jumlah uang yang disimpan dalam program, dan membayar produk dan layanan. Untuk transaksi pembayaran baik online maupun offline, teknologi semakin maju dan banyak tersedia (Abrilia & Tri, 2020).

Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) dalam transaksi non tunai semakin meningkat. Hal ini dikarenakan efektivitas dan efisiensi berbisnis yang disediakan oleh penyedia layanan *e-wallet*. Munculnya *e-wallet* membantu mempercepat kecepatan nasabah/masyarakat bertransaksi barang dan jasa keuangan. Kebaruan teknologi informasi memungkinkan orang untuk melakukan aktivitas keuangan dengan cara yang sederhana, fleksibel, dan andal kapan saja dan di mana saja (Muhammad Taufik Hidayat dkk., 2020). Riset yang dilakukan bekerja sama dengan JAKPAT dan OJK menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berbasis server meningkat dari tahun 2016 ke tahun 2018. Dari segi *e-wallet* yang digunakan, dari 825 responden yang mengaku sebagai pengguna *e-wallet* server, *Go-Pay* paling banyak digunakan, diikuti oleh *OVO*, *T-Cash* (sekarang LinkAja), dan *DANA* di urutan keempat. Namun, *e-wallet* berbasis server tersebut masih mengalami kendala dalam implementasinya, antara lain pengguna mengalami kendala teknis yang menyebabkan saldo *Go-Pay* hilang, dan pelanggan yang sudah melakukan isi ulang *OVO* belum melakukan penambahan saldo.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2)

Berdasarkan sintesis dan revisi model sebelumnya, Venkatesh mengembangkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT; Venkatesh Viswanath, 2003). Model UTAUT berasal dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya Model UTAUT 1 dan UTAUT 2 dikembangkan. Iterasi kedua dari model UTAUT, UTAUT 2 memperluas yang pertama dengan menganalisis

bagaimana konsumen berinteraksi dengan teknologi. UTAUT2 bertujuan untuk mendefinisikan tiga karakteristik mendasar dari penerimaan dan penggunaan teknologi publik dan konsumen, sementara juga memodifikasi beberapa keterkaitan yang melekat pada model UTAUT asli dan memperkenalkan yang baru. Dengan tambahan dorongan hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, UTAUT mampu berkembang menjadi UTAUT2.

Menurut Venkatesh (2003), model *Unified Theory of Adoption and Use of Technology* (UTAUT) mengintegrasikan delapan teori penelitian paling menonjol tentang adopsi teknologi informasi berdasarkan teori sosial kognitif dan sintetik. Model UTAUT telah terbukti menjelaskan 77% dari varians dalam niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan 52% dari varians dalam penggunaan teknologi (Venkatesh Viswanath, 2003). UTAUT mengidentifikasi empat faktor yang utama yaitu (ekspektasi kerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi) dan empat moderator yaitu (usia, jenis kelamin, pengalaman, dan kesukarelaan). terkait dengan prediksi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan penggunaan teknologi aktual terutama dalam konteks organisasi. Menurut UTAUT, ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan pengaruh sosial diteorikan dan ditemukan memengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi, sedangkan niat perilaku dan kondisi fasilitas menentukan penggunaan teknologi. Selain itu, berbagai kombinasi dari empat moderator diteorikan dan ditemukan memoderasi berbagai hubungan UTAUT. Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) mengusulkan dan menguji UTAUT2 untuk menggabungkan konstruksi baru yaitu (motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan) yang berfokus pada mekanisme teoritis baru dalam

konteks konsumen (Venkatesh dkk., 2012). UTAUT2 menjelaskan 74% jenis dalam niat perilaku konsumen untuk menggunakan teknologi dan 52% jenis dalam penggunaan teknologi konsumen. *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) adalah sejauh mana seseorang mengantisipasi peningkatan kinerja sebagai hasil dari mengadopsi sistem. Ekspektasi upaya pengguna adalah perkiraan mereka tentang betapa mudahnya menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana seorang individu diyakinkan bahwa sistem atau teknologi direkomendasikan oleh orang lain di sekitar mereka. Sejauh mana pengguna merasakan bahwa infrastruktur teknis dan organisasi yang diperlukan ada untuk memungkinkan penggunaan sistem atau teknologi adalah contoh dari kondisi yang memfasilitasi (Raman & Don, 2013).

Tujuan dari studi UTAUT adalah untuk menginformasikan bisnis tentang reaksi pelanggan mereka terhadap teknologi baru. Ada empat faktor yang memengaruhi keputusan orang untuk mengadopsi teknologi baru: ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, pengaruh sosial, dan keadaan yang memungkinkan. Pekerjaan awal pada model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dimulai pada tahun 2003, setelah penciptaan Model Penerimaan Teknologi (TAM) dan empat elemen terkaitnya (Onibala dkk., 2021).

2.2.2 Kegunaan yang dirasakan (Performance Expectancy)

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh Viswanath, 2003). Oleh karena itu, ekspektasi kinerja digunakan untuk menentukan seberapa besar manfaat yang

dirasakan hingga memengaruhi sikap generasi X dan Z dalam menggunakan *E-Wallet*.

2.2.3 Kemudahan Penggunaan (Effort Expectancy)

Tingkat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan teknologi oleh pengguna disebut sebagai harapan upaya (Venkatesh dkk., 2012). Dalam penelitian ini, *Effort Expectancy* digunakan untuk menilai dampak *Effort Expectancy* terhadap pengaruh penggunaan *E-Wallet* terhadap sikap generasi X dan Z.

2.2.4 Pengaruh Sosial (Social Influence)

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa tekanan teman sebaya merupakan faktor utama apakah seseorang mengadopsi teknologi baru atau tidak. Penggunaan teknologinya mungkin disalahpahami oleh beberapa orang sebagai semacam manipulasi sosial, seperti yang tampaknya ia pikirkan. Pandangan generasi X dan Z tentang penggunaan dompet elektronik diukur menggunakan skala Social Influence yang dikembangkan oleh Rashotte (2007).

2.2.5 Kondisi yang Memfasilitasi

Sejauh mana pengguna merasa bahwa individu (seperti keluarga dan teman) merasa mereka harus memanfaatkan teknologi tertentu disebut sebagai pengaruh sosial (Venkatesh dkk., 2012). *Facilitating conditions* dalam variabel penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap pengaruh penggunaan *E-Wallet* pada sikap generasi X dan Z.

2.2.5 Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation)

Hedonic Motivation (motivasi hedonis) merupakan kesenangan dalam penggunaan teknologi, dan telah terbukti memainkan peran penting dalam

menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Onibala dkk., 2021). Menurut Venkatesh (2012) bahwa *Hedonic Motivation* merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan pada suatu sistem atau teknologi (Venkatesh dkk., 2012). Di antara penelitian ini, variabel motivasi hedonis digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh motivasi hedonis terhadap sikap generasi X dan Z dalam menggunakan *E-Wallet*.

2.2.6 Nilai Harga (Price Value)

Penilaian individu atas biaya yang terkait dengan penggunaan teknologinya sehubungan dengan keuntungan yang diterimanya dikenal sebagai nilai harga. Istilah "Nilai Harga" (Raman & Don, 2013) mengacu pada bagaimana orang mempertimbangkan biaya untuk mengadopsi teknologi terhadap keuntungan yang mereka antisipasi untuk diterima. Kesiediaan anggota Generasi X dan Z untuk menggunakan dompet elektronik secara signifikan dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan saat melakukannya.

2.2.7 Kebiasaan (Habit)

Keseimbangan yang harus dicapai antara kenyamanan dan keamanan menggunakan bank digital dan biaya yang terkait dengan melakukannya. Sejauh mana pengguna memanfaatkan teknologi secara mekanis sebagai hasil dari pembelajaran sebelumnya dapat diukur dengan melihat kebiasaan mereka menggunakan teknologi (Mega & Yudi, 2015). Ketika konsumen dihadapkan pada keadaan baru dan asing, pola penggunaan teknologi pribadi mereka berubah secara signifikan (Venkatesh dkk., 2012). Penelitian ini menggunakan variabel kebiasaan

untuk menilai bagaimana generasi X dan Z merasakan dan memanfaatkan dompet elektronik.

2.2.8 Perilaku Penggunaan (Use Behavioral)

Salah satu definisi "perilaku penggunaan" dengan mengacu pada teknologi informasi adalah sejauh mana pengguna terlibat dalam aktivitas tersebut. Penilaian pengguna terhadap sistem sangat penting dalam membentuk perilaku terkait penggunaan teknologi informasi. Motivasi pengguna untuk mengadopsi solusi TI baru terletak pada keyakinan mereka bahwa hal itu akan mengarah pada hasil yang positif, kenyamanan mereka dengan antarmuka solusi, dan dampak dari konteks langsung mereka pada adopsi dan penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2012). Dalam penelitian ini, kami menggunakan variabel Perilaku Pemanfaatan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Penggunaan terhadap frekuensi penggunaan dompet elektronik generasi X dan Z.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu yang dilakukan (Rahman dkk., 2020) dampak dari kegunaan yang dirasakan, harapan kinerja, adopsi pembayaran, keamanan teknologi, motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan inovasi. Penerimaan pembayaran tanpa uang tunai juga sangat terkait dengan tingkat kepercayaan orang terhadap keamanan teknologi yang mendasarinya. Temuan penelitian juga menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan kreativitas dalam penggunaan pembayaran non tunai. Untuk memastikan kelancaran transisi ke masyarakat tanpa uang tunai, pembuat kebijakan dapat menggunakan hasil ini untuk mengatasi masalah konsumen. Dengan menggunakan

teori adopsi dan penggunaan teknologi terintegrasi yang mapan, UTAUT2, penelitian ini menyelidiki variabel yang memengaruhi penggunaan pembayaran non tunai di Malaysia. Sebanyak 301 kuesioner yang lengkap dan dapat digunakan dikumpulkan dari konsumen Malaysia untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menegaskan bahwa pandangan positif seseorang dalam mengadopsi teknologi non tunai dipengaruhi oleh apakah mereka berencana untuk melakukan pembayaran non tunai atau tidak. Keyakinan penggunaan Cashless dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin responden dalam kaitannya dengan seberapa cocok Cashless dengan gaya hidup mereka.

Investigasi ilmiah oleh (Yang dkk., 2021) Studi ini melihat bagaimana faktor-faktor termasuk utilitas yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan memengaruhi niat dan keputusan orang untuk menggunakan E-wallet saat memanfaatkan UTAUT. 501 peserta dalam survei kuantitatif cross-sectional ini memberikan tanggapan menggunakan Google Forms. Untuk memeriksa informasi, kami menggunakan PLS-SEM (pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial). Hasilnya, terdapat korelasi positif antara kemungkinan adopsi E-wallet dan opini tentang utilitas teknologi, kemudahan penggunaan, dampak sosial, kesesuaian dengan gaya hidup seseorang, dan keandalan. Penelitian ini menunjukkan korelasi antara adopsi E-wallet dan kecenderungan untuk menggunakannya. Pengaruh kesesuaian gaya hidup terhadap kecenderungan umur dan jenis kelamin responden dalam menggunakan dompet elektronik.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Ispriyahadi dkk., 2022) Penelitian ini mengkaji dampak literasi teknologi keuangan terhadap fenomena *cashless society* dan perubahan budaya belanja individu pada generasi milenial. Responden dalam penelitian ini adalah kaum milenial, khususnya mereka yang lahir dan besar di tengah kemajuan teknologi. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif signifikan literasi fintech pada *cashless society*, literasi fintech terhadap perubahan budaya belanja individu, *cashless society* terhadap perubahan budaya belanja pribadi, dan literasi fintech terhadap perubahan budaya belanja individu pada *cashless society*. Beberapa produk keuangan digital adalah kartu kredit, Hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh fintech terhadap belanja individu belanja bisa cegah orang tertular virus corona karena uang dipercaya kemajuan teknologi dan informasi juga mengubah budaya belanja masyarakat. Sebuah studi tentang e-wallet menemukan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi tekfin terhadap *cashless society* dan perubahan Kehadiran *financial technology* akan membantu masyarakat yang memiliki masalah dengan keuangannya Permasalahan di Indonesia saat ini adalah literasi keuangan masyarakat Indonesia masih literasi teknologi terhadap perubahan budaya belanja individu dengan fenomena yang semakin meningkat literasi keuangan adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kesejahteraan ekonomi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Martins & Oliveira, 2014) pemahaman kami tentang peran risiko yang dirasakan pengguna dalam adopsi

perbankan Internet terbatas. Sebagai tanggapan, kami mengembangkan model konseptual yang menggabungkan *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) dengan persepsi risiko untuk menjelaskan niat perilaku dan perilaku penggunaan internet banking. Pada bagian selanjutnya konsep Internet banking, teori-teori saat ini yang menjelaskan penerimaan pelanggan terhadap teknologi, definisi risiko yang dirasakan, dan penelitian sebelumnya tentang topik ini disajikan. Penelitian kami menggabungkan model teoritis yang ada dan divalidasi secara empiris dengan faktor risiko yang dirasakan, yang juga merupakan konstruksi penting yang akan diuji pada adopsi perbankan Internet untuk pertama kalinya. Dengan demikian, studi ini dapat membantu bank untuk memahami faktor-faktor penentu yang memengaruhi pengguna dan untuk membuat kebijakan dan tindakan yang tepat untuk menarik pelanggan menggunakan layanan Sementara penelitian sebelumnya berfokus pada Ada kelangkaan penelitian empiris yang menangkap faktor keberhasilan (positif) dan faktor resistensi (negatif) yang mendorong konsumen untuk menggunakan Internet pada saat yang sama, keduanya penting dalam memahami variabel yang mendorong adopsi TI pengguna akhir. Artikel info abstrak memahami adopsi perbankan Internet: Sebuah teori terpadu tentang penerimaan dan penggunaan teknologi dan penerapan risiko yang dirasakan. Masing-masing dari beberapa model yang telah diusulkan dalam literatur memiliki variabel dependen yang sama, penggunaan atau niat untuk menggunakan, tetapi dengan anteseden yang berbeda untuk memahami penerimaan teknologi. Selain itu, pelanggan yang memiliki permintaan transaksi yang lebih besar dan efisiensi yang lebih tinggi, dan tinggal di daerah dengan kepadatan pengadopsi

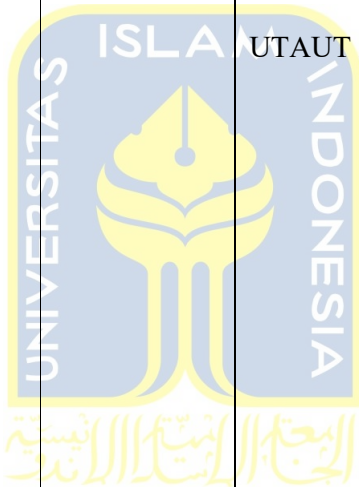
perbankan online yang lebih besar, lebih cepat mengadopsi perbankan Internet. Pengadopsi ini juga memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk meninggalkan bank. ini mungkin memiliki pengembalian yang lebih tinggi daripada di saluran bank tradisional. Internet banking didefinisikan sebagai penggunaan layanan perbankan melalui jaringan komputer (Internet), yang menawarkan potensi manfaat yang lebih luas kepada lembaga keuangan karena aksesibilitas yang lebih mudah dan penggunaan teknologi yang ramah pengguna.

Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh (Prameswari dkk., 2022) Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan wawancara mendalam, serta data sekunder yang dikumpulkan dari artikel jurnal ilmiah, temuan penelitian sebelumnya, dan sumber lain yang dianggap berguna untuk penelitian ini. Riset menunjukkan bahwa sejumlah elemen, seperti promosi, keramahan pengguna, fitur layanan, keamanan, dan iklan untuk produk dompet digital, memengaruhi kemungkinan anggota Generasi Z akan menggunakan sistem tersebut sebagai metode pembayaran. Tujuan studi ini adalah untuk mengungkap elemen-elemen yang mendorong pertumbuhan penggunaan E-wallet di Indonesia.

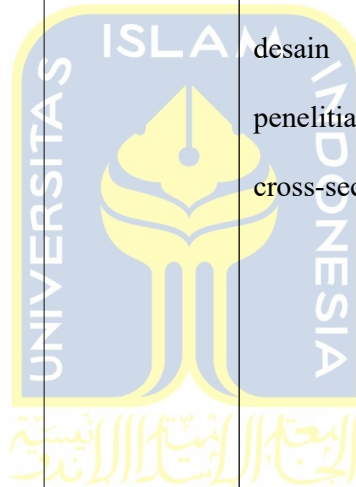
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

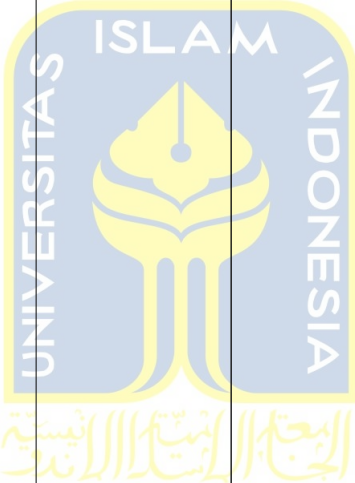
No	Pengarang/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1	(Rahman dkk., 2020)	<i>Analysing consumer adoption of cashless</i>	Analisis struktur momen (AMOS) diterapkan pada data	Temuan menunjukkan bahwa kondisi fasilitas dan

		<p><i>payment in Malaysia</i></p>	<p>menggunakan Structural Equation Modeling, dengan mengadopsi dan penggunaan teknologi, model UTAUT 2.</p>	<p>ekspektasi kinerja merupakan faktor terpenting dalam menentukan apakah pembayaran non tunai digunakan atau tidak. Penggunaan transaksi non tunai berkorelasi kuat dengan penerimaan keamanan teknis. Temuan penelitian juga menunjukkan korelasi yang menguntungkan antara motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan kreativitas</p>
--	--	-----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



				dalam penggunaan pembayaran non tunai.
2	(Yang dkk., 2021)	<i>A Study on Intention and Adoption of E wallet</i>	Studi kuantitatif dengan mengadopsi desain penelitian cross-sectional	Hasilnya, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan menunjukkan efek positif yang signifikan pada niat untuk menggunakan E wallet dan adopsi E wallet
3	(Ispriyahadi dkk., 2022)	<i>Apakah Literasi</i>	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan



		<p><i>Fintech Memengaruhi Cashless Society dan Belanja Individu Budaya?</i></p> 	<p>Structural Equation Modeling (SEM) untuk menganalisis data</p>	<p>pengaruh positif signifikan literasi fintech pada cashless society, literasi fintech terhadap perubahan budaya belanja individu, cashless society terhadap perubahan budaya belanja pribadi, dan literasi fintech terhadap perubahan budaya belanja individu pada cashless society.</p>
4	(Martins & Oliveira, 2014)	<p><i>International Journal of Information Management Understanding</i></p>	<p>mengembangkan model konseptual yang menggabungkan unified theory of</p>	<p>Hasil dari penelitian ini mendukung beberapa hubungan</p>

		<p><i>g the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application</i></p>	<p>acceptance and use of technology (UTAUT) dengan persepsi risiko untuk menjelaskan niat perilaku dan perilaku penggunaan internet banking</p>	<p>UTAUT, seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan pengaruh sosial, dan juga peran risiko sebagai prediktor niat yang lebih kuat. Untuk menjelaskan perilaku penggunaan internet banking faktor yang paling penting adalah niat perilaku untuk menggunakan internet banking</p>
5	(Prameswari dkk., 2022)	<p><i>Analisis Faktor-Faktor Yang</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan</p>	<p>Temuan mengungkapkan bahwa banyak</p>

		<p><i>Memengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet</i></p>	<p>kualitatif dengan cara wawancara, serta data sekunder yang berasal dari publikasi artikel jurnal ilmiah</p>	<p>faktor yang memengaruhi minat Generasi Z melakukan dalam menggunakan sistem pembayaran E-Wallet, di antaranya yaitu: adanya promo, kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan, dan iklan dari produk digital wallet tersebut</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.4 Perumusan Hipotesis

2.4.1 Performance Expectancy dan Use Behavior (Perilaku) penggunaan E-Wallet

Performance Expectancy adalah sejauh mana seseorang mengantisipasi peningkatan efisiensi, efektivitas, atau keduanya saat menggunakan teknologi

informasi tertentu (Venkatesh Viswanath, 2003). *Performance Expectancy* merupakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa memanfaatkan dompet elektronik (E-Wallet) akan menguntungkan mereka dan menghasilkan transaksi keuangan yang lebih efisien. Adopsi E-Wallet dapat dipengaruhi oleh kepercayaan luas bahwa menggunakan satu dompet elektronik akan membawa hasil yang diinginkan dan kekuatan untuk menjalani gaya hidup "hype", khususnya di antara anggota kelompok usia X dan Z. Ada korelasi yang menguntungkan antara Ekspektasi Kinerja dan sikap terhadap penggunaan teknologi informasi, menurut banyak penelitian. Signifikansi kinerja yang diharapkan (ekspektasi kinerja) terungkap sebagai prediktor yang kuat dari sikap pelanggan India terhadap pembayaran seluler, yang memiliki dampak positif dan signifikan terhadap sikap (sikap) dalam penggunaan sistem pembayaran seluler di India, menurut Patil dkk. (Patil dkk., 2020). Hipotesis utama dari penelitian ini adalah bahwa setelah pengguna merasakan kenyamanan sistem pembayaran seluler E-Wallet, dia akan cenderung mengadopsi mode pembelian ini.

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) akan berpengaruh terhadap *use behaviour* (perilaku penggunaan) untuk mengadopsi *E-Wallet*.

2.4.2 *Effort Expectancy* dan *use behaviour* (perilaku) penggunaan E-Wallet.

Effort Expectancy adalah sejauh mana upaya yang perlu dilakukan oleh individu dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh Viswanath, 2003). penelitian yang dilakukan (Aslam dkk., 2017), telah mengeksplorasi dampak *effort*

expectancy atau variabel serupa pada sikap pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran seluler dan menemukan bahwa mereka tidak signifikan. Sementara beberapa penelitian lain seperti (Wulandari, 2017) menemukan hubungan *effort expectancy* (ekspektasi usaha) terhadap *use behaviour* (perilaku) ini memiliki pengaruh signifikan. Perilaku seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran seluler akan meningkat jika pengguna merasa bahwa mereka akan mengeluarkan tenaga yang lebih sedikit dan waktu yang lebih singkat saat menyelesaikan transaksi keuangan melalui sistem pembayaran seluler *E-Wallet* dibandingkan dengan transaksi tunai. Banyak orang di Indonesia memiliki akses ke ponsel cerdas, tetapi sistem pembayaran seluler *E-Wallet* masih dalam tahap awal, khususnya di kalangan generasi X dan di kota dan desa yang lebih kecil. Studi ini berpendapat bahwa dalam pengaturan seperti itu, dampak ekspektasi upaya terhadap perspektif konsumen akan sangat besar.

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H2: *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) akan berpengaruh terhadap *use behaviour* (perilaku) dalam penggunaan pembayaran *E-Wallet* pada generasi X dan Z.

2.4.3 Social Influence dan use behaviour (perilaku) penggunaan E-Wallet

Social influence adalah keyakinan yang dipegang oleh mereka yang menggunakan IT bahwa mereka harus menggunakan solusi IT tertentu karena telah direkomendasikan kepada mereka oleh orang-orang terdekat (kerabat, teman). *Social influence* memiliki efek langsung pada *behavioural intention* dalam pengaturan wajib karena kepatuhan yang dihasilkan dari potensi sosial untuk

keterlibatan atau tidak ada keterlibatan dalam suatu penggunaan teknologi, yang lain menyarankan bahwa itu memiliki efek langsung pada keyakinan pribadi teknologi dalam pengaturan sukarela karena internalisasi dan identifikasi yang dihasilkan dari keinginan pribadi untuk mempertahankan citra yang menguntungkan dan mendapatkan status sosial dalam kelompok referensi dengan menggunakan teknologi (Venkatesh Viswanath, 2003). Di bawah pengaruh usia, jenis kelamin, dan pengalaman sebagai faktor moderasi, sifat ini menunjukkan sebagai prediktor kuat niat perilaku dalam pendekatan UTAUT (Patil dkk., 2020). Saat membahas e-wallet, istilah "pengaruh sosial" mengacu pada sejauh mana anggota Generasi Z percaya bahwa rekan mereka merekomendasikannya. *Social Influence* berhubungan dengan pengaruh dan status lingkungan di mana generasi Z berada. Generasi X ini lahir di awal perkembangan teknologi dan informasi maka mereka lebih bisa beradaptasi dan mudah menerima hal-hal baru jika sewaktu-waktu terjadi perubahan zaman/generasi selanjutnya. Generasi X akan cenderung Banyak akal, Logis dalam pengambilan sikap dan, Pemecah masalah yang baik. Penelitian sebelumnya juga telah dilakukan oleh (Rashotte, 2007) *Social influence* juga dinyatakan sebagai proses di mana seorang individu membuat perubahan secara nyata pada perasaan dan perilaku mereka sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain yang dianggap setara, dikagumi, atau seorang ahli.

H3: *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap terhadap *use behaviour* (perilaku) dalam penggunaan pembayaran *E-Wallet* pada generasi X dan Z.

2.4.4 *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* (perilaku) penggunaan E-Wallet

Facilitating Conditions merupakan dukungan teknis yang tersedia bagi penggunanya saat menggunakan teknologi (Venkatesh Viswanath, 2003). *Facilitating condition* telah melakukan konseptualisasi melalui agregasi aspek pendukung internal dan eksternal di UTAUT. Penelitian yang dilakukan oleh (Sivathanu, 2019) meneliti tentang adopsi pembayaran seluler / *mobile payment* telah mendukung dampak signifikan dari kondisi fasilitas pada niat perilaku. Perilaku generasi X dan Z dalam menggunakan *Cashless* khususnya *E-Wallet* dapat berubah ketika orang di sekelilingnya mempelajari lebih dalam mengoperasikan pembayaran non-tunai. Sikap pengguna dalam mengadopsi metode pembayaran non tunai atau non tunai dipengaruhi oleh keakraban mereka dengan keadaan fasilitas, seperti tutorial penggunaan aplikasi dan cara menginterpretasikan antarmuka pengguna. Memfasilitasi lingkungan telah terbukti berdampak pada ekspektasi upaya atau konsepsi penggantian (misalnya, kemudahan penggunaan yang dirasakan) selain perilaku penggunaan (Venkatesh & Bala, 2008). Sebagai hasil dari apa yang telah dikatakan di atas, hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut:

H4: *Facilitating conditions* (kondisi fasilitas) akan berpengaruh terhadap *use behaviour* dalam penggunaan *E-Wallet* pada generasi X dan Z

2.4.5 Hedonic Motivation dan use behaviour (perilaku) penggunaan E-wallet

Hedonic motivation adalah keadaan emosi positif yang ditimbulkan oleh penggunaan suatu teknologi, dan merupakan faktor utama apakah teknologi itu menyebar atau tidak. Bagi pengguna, tujuan teknologi informasi seharusnya membuat hidup mereka lebih mudah dengan merampingkan tugas berulang seperti melakukan pembelian. Dampak motivasi hedonis terhadap perspektif pengguna milenial dan Gen Z terhadap E-Wallet diselidiki di sini menggunakan variabel tersebut. Orang yang lebih kaya lebih cenderung ingin menggunakan teknologi informasi ini karena pengaruh insentif hedonis. Beberapa penelitian, termasuk (Baptista & Oliveira, 2015), telah menunjukkan pengaruh menguntungkan Motivasi Hedonis terhadap sikap dan niat untuk menggunakan teknologi informasi. Maka dari pembahasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Hedonic motivation* memiliki pengaruh terhadap terhadap *use behaviour* (perilaku) dalam penggunaan pembayaran *E-Wallet* pada generasi X dan Z.

2.4.6 Price value dan use behaviour (perilaku) penggunaan E-Wallet.

Ungkapan "nilai harga" mengacu pada perspektif individu tentang biaya mengadopsi teknologi mengingat keuntungan yang dirasakan. Nilai uang menggambarkan seberapa menguntungkan suatu teknologi dalam kaitannya dengan harganya. Ketika pengguna percaya bahwa keuntungan dari suatu teknologi melebihi biayanya, mereka lebih cenderung untuk mengadopsinya. Beberapa penelitian berpengaruh telah dilakukan pada topik nilai harga dan niat perilaku

(Venkatesh dkk., 2016). Maka dari pembahasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

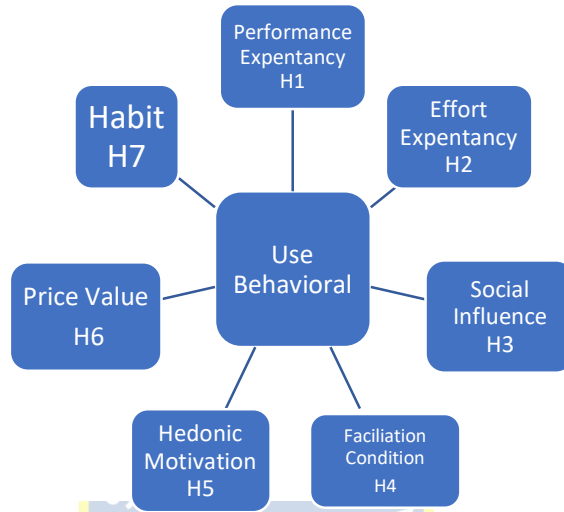
H6: *Price Value* memiliki pengaruh terhadap terhadap *use behaviour* (perilaku) dalam penggunaan *E-Wallet* pada generasi X dan Z.

2.4.7 *Habit* terhadap *use behavioural* (perilaku) penggunaan *E-wallet*.

Habit atau kebiasaan habituasi merupakan indikasi seberapa banyak orang menggunakan teknologi tanpa memikirkannya, bukan sebagai hasil pengambilan keputusan secara sadar (Putranto & Yudi, 2015). Preferensi dan pendekatan konsumen terhadap penggunaan teknologi pribadi sangat dipengaruhi oleh keragaman dan perubahan konteks sekitarnya (Venkatesh dkk., 2012). Penelitian ini mengkaji dampak kebiasaan terhadap perilaku penggunaan E-Wallet anggota generasi X dan Z. Kebiasaan telah terbukti meningkatkan frekuensi orang menggunakan teknologi informasi, menurut sejumlah penelitian seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Taufik Hidayat dkk., 2020).

H7: *Habit* memiliki pengaruh terhadap terhadap *use behaviour* (perilaku) dalam penggunaan *E-Wallet* pada generasi X dan Z.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metodologi penelitiannya. Penelitian kuantitatif mengacu pada studi yang mengumpulkan dan menganalisis data numerik. Penulis kemudian menerapkan pengolahan dan analisis yang sesuai pada data untuk mendapatkan wawasan yang dibutuhkan. Studi kuantitatif berfokus pada informasi numerik. Studi kuantitatif membantu kita menggambarkan peristiwa dan menyimpulkan penyebabnya. Peneliti dapat menggunakan metode kuantitatif untuk menangkap jumlah fenomena yang kemudian dapat digunakan untuk perbandingan selanjutnya. Untuk mendapatkan data maka penulis membagikan kuesioner kepada target responden dengan bantuan google form.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Penulis dalam penelitian ini memiliki target responden yaitu generasi X dan Z di Yogyakarta yang menggunakan layanan *E-Wallet*. Objek pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan mengenai bagaimana pengguna berperilaku saat layanan *E-Wallet* digunakan oleh generasi X dan Z di Yogyakarta.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif biasa teknik yang melibatkan pemrosesan data statistik atau numerik yang dikumpulkan melalui studi sistematis tentang masalah sosial. Pengukuran adalah pusat penelitian kuantitatif, seperti asumsi bahwa hal yang sedang dipelajari dapat diukur. Peneliti memilih populasi untuk diselidiki berdasarkan minatnya pada topik tertentu, prevalensinya terhadap fitur topik tersebut, dan sebagainya (Wahiddinding, 2017). Warga Yogyakarta dari generasi X dan Z yang melakukan pembelian menggunakan dompet elektronik menjadi fokus penelitian ini. Generasi X yang berisiko lahir antara tahun 1965 dan 1980, hingga awal 2000-an. Generasi Z, bagaimanapun, mencakup semua orang yang memasuki dunia antara tahun 1995 dan 2014. Karena sampel akan bertindak sebagai pengganti seluruh populasi, maka sampel tersebut dapat diperlakukan seperti itu. Dikatakan oleh peneliti dan metode *convenience sampling* digunakan dalam penelitian ini. Konsep *convenience sampling* adalah himpunan informasi dari anggota populasi yang telah menyetujuinya informasi (Sekaran, 2003). Sampel dalam penelitian ini yaitu generasi X dan Z yang menggunakan *E-Wallet*. Para peneliti berfokus pada Generasi X karena anggota kelompok itu masih bayi pada tahap awal revolusi teknologi informasi dan komputer sehingga mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut dengan generasi yang Tangguh. Generasi X memiliki karakter pekerja keras, mandiri dan loyal, mengutamakan citra, uang dan ketenaran. Generasi Z dipilih karena kelompok ini memiliki pemahaman alami dan kenyamanan dengan teknologi modern dan sistem internet.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, di mana peneliti memilih untuk menggunakan karena tidak mengetahui identitas dan jumlah anggota populasi penelitian. Jenis sampel yang dipilih peneliti dalam pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling*, yaitu informasi yang dikumpulkan dari populasi orang yang telah menyetujui untuk memberikan informasi tersebut. Oleh karena itu, siapa saja yang setuju untuk secara langsung atau tidak langsung memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti, jika responden tersebut cocok sebagai sumber data untuk penelitian ini, dapat digunakan sebagai sampel untuk penelitian ini. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah generasi X dan Z yang sudah pernah menggunakan sistem pembayaran berbasis *E-Wallet* di Yogyakarta.

Pada saat menentukan besar sampel penelitian ini, jumlah anggota sampel yang dihitung paling sedikit 10 kali lipat dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 7 (tujuh) variabel. Oleh karena itu, dapat dihitung $7 \times 10 = 70$, sehingga jumlah sampel penelitian ini minimal 70 sample.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Jenis data

Data diperlukan untuk menjawab rumusan pertanyaan yang terdapat dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan khusus untuk penelitian ini. Data primer seperti hasil wawancara atau survei adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari orang atau sumber aslinya (Abdullah, 2015).

3.5.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data penelitian ini mengadopsi metode survei kuantitatif dengan mengumpulkan data mentah/ premier yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Teknologi ini merupakan alat pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga responden diharapkan menjawabnya dari pertanyaan yang tersedia.

Standar kuesioner penelitian ini adalah generasi X dan Z yang menggunakan pembayaran *E-Wallet* khususnya di Yogyakarta. Oleh karena itu, kuesioner dalam penelitian ini dibuat secara online dan menggunakan *google form*. Kuesioner dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian pertama, tentang identitas narasumber.
2. Bagian kedua, merupakan pernyataan tentang variabel penelitian yang diuji dengan menggunakan skala Likert.

Tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala dirancang untuk mengharapakan atau memungkinkan setiap responden menjawab setiap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Ukuran ini diharapkan atau intensitas ekspresi tanggapan responden diperbolehkan dapatkan perasaan yang sesuai dari pengalaman atau pikiran mereka sendiri. Penelitian ini menggunakan skala Likert 6 poin dengan skor yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju; 2= Tidak Setuju; 3 = Agak Tidak Setuju; 4 = Agak Setuju; 5 = Setuju; dan 6 = Sangat Setuju.

3.6 Definisi Operasional variabel dan Pengukuran Variabel

3.6.1 Performance Expectancy

Performance expectancy adalah tingkat sistem Informasi atau teknologi yang dapat memberikan atau memberikan manfaat Kepada konsumen atau pengguna mana sistem atau teknologi informasi itu berada melakukan aktivitas tertentu (Venkatesh Viswanath, 2003). *Performance expectancy* Dirancang untuk menentukan tingkat kepercayaan individu yang menggunakan Sistem informasi atau teknologi akan membantunya memperoleh keuntungan Lebih mudah atau menguntungkan atau kinerja yang lebih baik dalam melakukan aktivitas Berkaitan dengan sistem informasi atau teknologi yang digunakan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ekspektasi kinerja Diperoleh dari penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Venkatesh dkk., 2012). Variabel *performance expectancy* dapat diukur dengan empat indikator yang disajikan dalam table 3.1.

Tabel 3.1 Indikator *Performance expectancy*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Performance Expectancy</i>	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> dapat mempercepat transaksi saya.	(Venkatesh dkk., 2012)
	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> membantu menyelesaikan transaksi.	
	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> memudahkan untuk melakukan transaksi.	

	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-wallet</i> membantu dalam menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.	

3.6.2 Effort Expectancy

Effort expectancy dapat diartikan sebagai derajat kenyamanan pengguna terkait dengan penggunaan sistem atau teknologi informasi (Venkatesh dkk., 2012). *Effort expectancy* dirancang untuk menentukan seberapa nyaman seorang individu mengharapkan untuk menggunakan sistem informasi atau teknologi. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel usaha yang diharapkan, diperoleh dari penelitian sebelumnya (Venkatesh dkk., 2012). Variabel *Effort expectancy* dapat diukur dengan lima indikator yang disajikan dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2 Indikator *Effort Expectancy*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Effort Expectancy</i>	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> mudah digunakan.	(Venkatesh dkk., 2012)

	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> sudah jelas dan dapat dimengerti.	
	Saya merasa sangat mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .	
	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> memiliki fitur yang fleksibel untuk digunakan.	



3.6.3 Social Influence

Social Influence yaitu fenomena dari orang atau lingkungan sekitar yang dapat memengaruhi seseorang untuk berpartisipasi dalam fenomena tersebut, seperti menggunakan layanan cashless dalam aktivitas sehari-hari (Venkatesh dkk., 2012). Semakin banyak orang di sekitar menggunakan sistem informasi atau teknologi, akan ada insentif yang lebih besar bagi individu untuk menggunakan sistem atau teknologi informasi. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *social influence* diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya

(Venkatesh dkk., 2012). Variabel *social influence* dapat diukur melalui pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.3.

Tabel 3.3 Indikator *Social Influence*

Variabel	Item pertanyaan	Referensi
<i>Social Influence</i>	Orang-orang di sekitar saya menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .	(Venkatesh dkk., 2012)
	Orang-orang terdekat saya menyarankan saya untuk menggunakan <i>E-Wallet</i>	
	Orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir saya harus mengadopsi <i>E-Wallet</i> .	
	Orang yang pendapatnya saya hormati lebih suka saya menggunakan <i>e-wallet</i>	

3.6.4 Facilitating Condition

Facilitating condition adalah manfaat (misalnya kenyamanan dan kemudahan) yang diperoleh pengguna ketika menggunakan infrastruktur yang ada (misalnya internet, smartphone) dan pengetahuan pengguna (Gupta dkk., 2018). *Facilitating condition* berfungsi untuk menentukan tingkat sumber daya atau fasilitas yang dimiliki individu untuk menggunakan system atau teknologi informasi. Semakin banyak sumber daya atau fasilitas yang mendukung penggunaan suatu system atau

teknologi informasi, mak semakin besar peluang individu untuk menggunakan system atau teknologi informasi tersebut. Menurut (Venkatesh dkk., 2012) didapatkan indikator pertanyaan *facilitating condition* sebagai berikut. Indicator pertanyaan disajikan dalam table 3.4.

Tabel 3.4 Indikator *Facilitating condition*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Facilitating Condition</i>	Saya memiliki sumber daya/fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan layanan pembayaran <i>E-Wallet</i> .	(Venkatesh dkk., 2012)
	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan pembayaran <i>E-Wallet</i> .	
	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .	
	Instruksi khusus mengenai penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> tersedia untuk saya.	

3.6.5 Hedonic Motivation

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi dan merupakan penentu penting penerimaan dan penggunaan teknologi oleh konsumen (Tamilmani dkk., 2019). bertujuan untuk menunjukkan fenomena perbedaan dalam penerimaan pengguna teknologi antara sistem informasi berorientasi produktivitas dan berorientasi kesenangan dalam lingkungan non-kerja. Dia berargumen sementara tujuan desain yang dominan dari sistem utilitarian adalah penggunaan yang produktif; tujuan dari sistem hedonis adalah untuk mendorong penggunaan jangka Panjang. Variabel *Hedonic Motivation* dapat diukur melalui pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.5.

Tabel 3.5 Indikator *Hedonic Motivation*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Hedonic Motivation</i>	Saya merasa senang saat menggunakan <i>E-Wallet</i> .	(Venkatesh dkk., 2012)
	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-Wallet</i> .	
	Saya merasa menikmati ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> .	
	Saya merasa memiliki gaya hidup yang tinggi saat menggunakan <i>E-wallet</i> .	

3.6.6 Price Value

Price Value didefinisikan sebagai kewajaran harga yang dirasakan dari kualitas layanan dan tingkat fungsionalitas yang ditawarkan oleh layanan pembayaran non tunai (Verhoef, 2003). Menurut (Venkatesh dkk., 2012) indikator pertanyaan *price value* sebagai berikut. Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.6.

Tabel 3.6 Indikator *Price Value*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Price Value</i>	Menurut saya melakukan pembayaran menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> cukup murah.	(Venkatesh dkk., 2012)
	Pembayaran menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> menawarkan nilai yang lebih baik untuk keuangan saya.	
	Pada harga saat ini layanan <i>E-Wallet</i> memberikan nilai yang baik.	
	<i>E-wallet</i> harganya terjangkau dibandingkan layanan finansial teknologi lain	

3.6.7 Habit

Ada dua Teknik untuk membedakan kebiasaan. Kebiasaan pertama pertimbangan perilaku atau praktik sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005), yang

kedua adalah kebiasaan pendapat pribadi bersifat otomatis (Limayem dkk., 2007). Kebiasaan itu penting secara langsung dan tidak langsung memengaruhi niat dan perilaku. Menurut (Venkatesh dkk., 2012) indicator pertanyaan *habit* sebagai berikut. Indicator pertanyaan disajikan dalam table 3.7.

Tabel 3.7 Indikator *Habit*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Habit</i>	Penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> sudah menjadi kebiasaan bagi saya	(Venkatesh dkk., 2012)
	Saya kecanduan menggunakan layanan pada <i>E-Wallet</i> .	
	Saya harus menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .	
	Menggunakan <i>e-wallet</i> sudah menjadi hal yang wajar bagi saya.	

3.6.8 Use Behaviour

Untuk mengetahui *Use behaviour* maka harus terlebih dahulu mengetahui seberapa sering pengguna tersebut menggunakan layanan *E-Wallet* (Venkatesh dkk., 2012). Menurut (Sivathanu, 2019) ada beberapa indikator *use behaviour* yang menggunakan indikator pertanyaan yang diuraikan pada tabel 3.8.

Tabel 3.8 Indikator *Use Behaviour*

Variabel	Item Pertanyaan	Referensi
<i>Use Behaviour</i>	Saat ini saya menggunakan <i>E-Wallet</i> .	(Sivathanu, 2019)
	Saat ini saya membayar pembelian menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .	
	Saya menggunakan <i>E-Wallet</i> untuk mentransfer uang ke keluarga, teman, atau kontak lainnya.	
	saya senang menggunakan <i>E-Wallet</i> kapan pun dan di mana pun.	

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Alat Analisis Data

Untuk mendukung penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online, untuk diisi oleh responden yang berhak yaitu mereka yang menggunakan layanan *E-Wallet* untuk bertransaksi dan membayar. Pada penelitian ini digunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan karakteristik dari responden sebagai data yang relevan dengan konteks penelitian seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, metode *cashless* yang digunakan, pendapatan, dan frekuensi lama menggunakan layanan *cashless* khususnya *E-Wallet*. Penulis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3 untuk memudahkan menghitung rata-

rata semua metrik yang dikumpulkan, lalu analisis deskriptif juga digunakan untuk penjelasan lebih rinci.

Pemodelan persamaan struktural (SEM) dan analisis Partial Least Squares (PLS) menggunakan SmartPLS 3 digunakan untuk menyusun data untuk penyelidikan ini. Analisis PLS dilakukan dengan tiga cara yang bertahap yaitu tahap (outer model) atau biasa disebut model pengukuran, tahap (inner model) yaitu analisis model struktural, dan tahap pengujian hipotesis

3.7.2 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Gambaran hubungan yang ada antar variabel laten merupakan fungsi dari model struktural. Melalui pengujian model kecocokan, kita dapat melihat bahwa *R-square* adalah metode yang dapat menguji model struktural. Model struktural (model internal) menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel laten yang dibangun atas dasar substansi teoritis. Ada tes untuk struktural, seperti tes *R square* pada struktur endogen (Sekaran & Bougie, 2016).

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut pengukuran (Hartono Jogiyanto, 2015) melalui validitas konvergen dan model pengukuran validitas keandalan yang diskriminan dan komprehensif (cronbach's alpha)

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen ini terkait dengan prinsip bahwa ukuran konstruk harus berkorelasi tinggi. Uji validitasnya adalah Validitas merupakan pengujian seberapa baik alat yang dikembangkan mengukur konsep hal-hal tertentu untuk diukur. Dengan kata lain, efektivitas berhubungan dengan apa adanya kita

Mengukur konsep yang benar, dan keandalan dengan stabilitas dan konsistensi pengukuran (Sekaran & Bougie, 2016)

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminatif ini memastikan bahwa setiap konsep berasal Setiap variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. model memiliki Jika setiap nilai yang dimuat untuk setiap metrik berasal Suatu variabel laten memiliki nilai loading terbesar dengan nilai loading tersebut Lain ke variabel laten lainnya.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menyeluruh adalah konsistensi tes dan pengukuran instrumen pengukuran setiap konsep yang diukurnya. Tingkat keandalan pengukuran menunjukkan Tidak ada bias, sehingga memastikan pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu dan berbagai item dalam instrumen. Pengujian reliabilitas dengan menghitung nilai Cronbach alpha dari setiap variabel yang diuji. variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha (α) > 0,6

3.7.3 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model internal adalah model struktural untuk Memprediksi hubungan sebab akibat antara variabel laten (kausalitas) atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Model struktural (dalam model) menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel laten yang diteliti berdasarkan inti dari teori tersebut. Ada beberapa tes untuk model struktural, yaitu Seperti R-kuadrat dalam struktur endogen (Sekaran & Bougie, 2016). Nilai R kuadrat adalah koefisien determinasi struktur endogen. Yang kedua adalah ukuran efek (F 52 Square) untuk menentukan

kekuatan prediksi program Lipatan berkedip. Jika nilai yang dihasilkan adalah 0,02 (lemah), 0,15 (cukup) dan 0,35 (kuat)

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Menggunakan metode bootstrap, koefisien jalur dan t-statistik dianalisis dalam SmartPLS 3 untuk pengujian hipotesis. T-statistik yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai tabel t. Jika t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel, maka asumsikan Studi yang diusulkan diterima dan sebaliknya. Ada 12 (dua belas) Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. hubungan antar variabel Ketika t-statistik diperoleh, hipotesis yang disajikan dianggap signifikan $\geq 1,96$, artinya H_0 ditolak.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Generasi X dan Z khususnya yang ada di daerah Yogyakarta merupakan responden yang peneliti pilih untuk penelitian ini. Data yang dihasilkan berupa kuesioner *online* yang disebarkan dalam bentuk *google form*. Adapun hasil analisis yang telah dilakukan, disajikan sebagai berikut:

Table 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	212	100%
Kuesioner yang kembali	212	100%
Kuisoner	212	100%

Sumber: Data yang diolah,2023

Melihat dari tabel 4.1 terdapat 212 Kuesioner yang telah disebarkan penulis kepada responden. Lalu, sebanyak 212 pula Kuesioner kembali kepada penulis dan seluruh Kuesioner yang kembali memenuhi syarat untuk pengujian dalam penelitian ini. Maka dari itu sebanyak 212 Kuesioner seluruhnya dapat diolah oleh penulis.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini jenis kelamin, kelompok usia, domisili, Pendidikan, lama penggunaan layanan *e-wallet*, dan pendapatan per bulan merupakan bentuk karakteristik responden yang telah digabungkan.

4.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis kelamin

Table 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	101	47,6%
Perempuan	111	52,4%
Total	212	100%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Melihat dari tabel 4.2 yang dikelompokkan sesuai dengan jenis kelamin, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Rincian jenis kelamin dari seluruh sampel 212 responden adalah sebagai berikut: 101 laki-laki (47,4%) dan 111 perempuan (52,6%). Berdasarkan uraian tersebut, tampaknya mayoritas peserta dalam penelitian ini adalah perempuan.

4.2.2 Klasifikasi Berdasar Kelompok Usia

Table 4.3 Klasifikasi Berdasar Kelompok Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
8-26 tahun	138	65,3%
27-40 tahun	-	-
41-56 tahun	74	34,7%
Lebih dari 56 tahun	-	-
Total	212	100%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 4.3 menampilkan rincian kelompok usia responden. Dari total 212 responden, 138 berusia antara 8 dan 26 tahun, yang merupakan 65,3% dari total; 0 berusia antara 27 dan 40, merupakan 0% dari total; 74 berusia antara 41 dan 56, merupakan 34,7% dari total; dan 0 berusia di atas 56 tahun, yang merupakan 0% dari total. Menurut hasil survei ini, rentang usia responden yang paling umum adalah antara 8 hingga 26 tahun.

4.2.3 Klasifikasi Berdasar Lama Penggunaan E-Wallet selama sebulan

Table 4.4 Klasifikasi Berdasar Lama Penggunaan E-Wallet selama sebulan

Keterangan	Jumlah	Persentase
<5 kali	22	10,4%
5-15 kali	105	49,5%
15-30 kali	60	28,3%
>30 kali	25	11,8%
Total	212	100%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Terlihat dari data Tabel 4.4 untuk lama penggunaan layanan *e-wallet* yang telah diklasifikasikan sesuai dengan responden. Diperoleh hasil bahwa dari 213 responden, terdapat 22 responden yang menggunakan layanan *e-wallet* <5 kali dalam sebulan dengan persentase 10,4%, 105 responden yang menggunakan layanan *e-wallet* 5-15 kali dalam sebulan dengan persentase 49,5%, 60 responden yang menggunakan layanan *e-wallet* 15-30 kali dalam sebulan dengan persentase 28,3%, dan 25 responden yang menggunakan layanan *e-wallet* >30 kali dalam sebulan dengan persentase 11,8%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya

berdasarkan lama penggunaan layanan *e wallet* adalah 5-15 kali penggunaan dalam sebulan untuk mayoritas responden pada penelitian ini.

4.2.4 Klasifikasi Berdasar Pendapatan Perbulan

Table 4.5 Klasifikasi Berdasar Pendapatan Perbulan

Keterangan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	13	6,1%
Rp 1.000.000 – 2.000.000	43	20,3%
Rp 2.000.000 – 5.000.000	96	45,3%
>Rp 5.000.000	60	28,3%
Total	212	100%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 4.5 menunjukkan perincian responden berdasarkan pendapatan rata-rata per bulan. Dari data ini, kami dapat menyimpulkan bahwa 13,1% dari 213 responden berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000 per bulan, 20,3% berpenghasilan antara Rp 1.000.000 dan Rp 2.000.000 per bulan, 45,3% berpenghasilan antara Rp 2.000.000 dan Rp 5.000.000 per bulan, dan 28,3% berpenghasilan lebih dari Rp 5.000.000 per bulan, berjumlah 60 responden. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa mayoritas penduduk dalam penelitian ini memiliki pendapatan per bulan antara Rp 2.000.000 dan Rp 5.000.000.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Penggunaan statistika univariat seperti *median*, *modus*, *mean*, standard deviation, nilai varian dan lain-lain merupakan penganalisisan data menggunakan analisis deskriptif yang dipakai peneliti. Untuk melakukan pengukuran demi mendeskripsikan hasil data yang telah diperoleh Untuk mencapai hal ini, mereka memperhitungkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (rata-rata), dan standar deviasi dari variabel seperti kinerja yang diharapkan, ekspektasi bisnis, dampak sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai penetapan harga, kebiasaan, dan perilaku pengguna. Penelitian ini menggunakan skala Likert 6 poin, dengan 1 mewakili sangat tidak setuju dan 6 mewakili sangat setuju, untuk menentukan selang kepercayaan. Rumus untuk mencari interval adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (6-1)/6 = 0,83$$

Sehingga diperoleh Batasan sebagai berikut:

$$1,00 - 1,83 = \text{Sangat Tidak Setuju}$$

$$1,84 - 2,67 = \text{Tidak Setuju}$$

$$2,68 - 3,51 = \text{Agak Tidak Setuju}$$

$$3,52 - 4,35 = \text{Agak Setuju}$$

$$4,36 - 5,19 = \text{Setuju}$$

$$5,20 - 6,03 = \text{Sangat Setuju}$$

Hasil dari analisis deskriptif variabel penelitian dapat diajukan pada Tabel 4.6

Table 4.6 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Ekspektasi Kinerja	212	4	24	5,34	2,51
Ekspektasi Usaha	212	8	24	5,23	2,30
Pengaruh Sosial	212	6	12	5,03	3,53
Kondisi Fasilitas	212	7	17	5,25	2,38
Motivasi Hedonis	212	7	24	5,22	2,43
Nilai Harga	212	7	24	5,15	3,00
Kebiasaan	212	7	24	5,21	2,82
Perilaku Pengguna	212	6	24	5,27	2,57

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 4.6 merupakan analisis deskriptif yang telah dihasilkan untuk variabel penelitian yang telah dijalankan, kesimpulan yang didapat dari tabel di atas adalah sebagai berikut:

1. Sebesar 5,34 rata-rata yang didapat untuk variabel ekspektasi kinerja menggunakan analisis deskriptif dan standar deviasi mendapatkan nilai 2,51. Mayoritas responden (ditunjukkan oleh nilai rata-rata) memiliki pandangan yang sangat positif terhadap variabel ekspektasi kinerja. Sedangkan berdasarkan data dari 212 responden, standar deviasi variabel ekspektasi kinerja adalah 2,51.
2. Studi deskriptif variabel ekspektasi bisnis menghasilkan temuan yang bermanfaat. rata-rata sebesar 5,23 dan standar deviasi 2,30. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasanya sebagian besar responden memilih sangat setuju untuk variabel ekspektasi usaha, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasanya ukuran data variabel ekspektasi usaha yang telah tersebar hanya sebesar 2,30 dari 212.

3. Nilai dapat diperoleh dari temuan analisis deskriptif variabel dampak sosial dengan rata-rata sebesar 5,03 dan standar deviasi 3,53. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai setuju terhadap variabel pengaruh sosial. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel pengaruh sosial sebesar 3,53 dari 212 responden
4. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kondisi fasilitas memiliki nilai rata-rata sebesar 5,25 dan standar deviasi 2,38. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel kondisi fasilitas. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel kondisi fasilitas sebesar 2,38 dari 212 responden.
5. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel motivasi hedonis memiliki nilai rata-rata sebesar 5,22 dan standar deviasi 2,43. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel motivasi hedonis. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel motivasi hedonis sebesar 2,43 dari 212 responden.
6. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel nilai harga memiliki nilai rata-rata sebesar 5,15 dan standar deviasi 3,00. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai setuju terhadap variabel nilai harga. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan

bahwa ukuran penyebaran data variabel nilai harga sebesar 3,00 dari 212 responden.

7. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kebiasaan memiliki Ada standar deviasi 2,82 dari nilai rata-rata 5,21. Kebanyakan orang sangat setuju dengan variabel kebiasaan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata. Sedangkan berdasarkan jumlah sampel 212 orang, dapat disimpulkan bahwa distribusi data variabel kebiasaan memiliki standar deviasi 2,82.
8. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel perilaku pengguna memiliki nilai rata-rata sebesar 5,27 dan standar deviasi 2,57. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel perilaku pengguna. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel perilaku pengguna sebesar 2,57 dari 212 responden.

4.3.2 Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)

SmartPLS 3 merupakan pengujian yang dilakukan penulis dalam penelitian ini. *outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural) merupakan tahapan yang dilakukan demi menganalisis (Ghozali, 2014).

4.3.2.1 Uji Validitas

Kuesioner dapat dianggap valid atau efektif dengan menggunakan uji validitas untuk menilai kelayakan instrumen pengukuran penelitian (Ghozali, 2014). Validitas konvergen dan validitas diskriminan merupakan ukuran validitas

yang difokuskan (Hair dkk., 2010). Maka dari itu validitas konvergen dan validitas diskriminan merupakan pengukuran validitas yang terdapat pada penelitian ini.

4.3.2.1.1 Uji *Convergent Validity*

Pada variabel penelitian untuk melihat nilai loading dalam setiap item pernyataan dilakukanlah uji validitas konvergen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara nilai konstruk dan indikator. Indikator yang dibangun dinyatakan valid jika pembebanan eksternalnya nilai AVE lebih dari 0,50 (Ghozali, 2014) dan nilai 0,70 atau lebih. Namun, jika pembebanan luar antara 0,60 dan 0,70, itu masih dianggap cukup. (Hair dkk., 2010). Tabel 4.7 memperlihatkan bagaimana validitas konvergen diukur sesuai dengan besarnya outer loading, hasil pengujian dapat dilihat di tabel 4.7.

Table 4.7 Initial Item Loadings dan AVE

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	AVE
Ekspektasi Kinerja	EK1	0,682	0,604
	EK2	0,811	
	EK3	0,845	
	EK4	0,760	
Ekspektasi Usaha	EU1	0,691	0,581
	EU2	0,779	
	EU3	0,808	
	EU4	0,766	
Pengaruh Sosial	PS1	0,757	0,690
	PS2	0,853	
	PS3	0,860	
	PS4	0,850	
Kondisi Fasilitas	KF1	0,667	0,559
	KF2	0,769	
	KF3	0,753	
	KF4	0,796	
Motivasi Hedonis	MH1	0,769	0,549
	MH2	0,777	

	MH3	0,796	
	MH4	0,607	
Nilai Harga	NH1	0,793	0,703
	NH2	0,872	
	NH3	0,844	
	NH4	0,842	
Kebiasaan	K1	0,768	0,646
	K2	0,832	
	K3	0,836	
	K4	0,777	
Perilaku Pengguna	PP1	0,724	0,616
	PP2	0,809	
	PP3	0,800	
	PP4	0,805	

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS

Melihat dari table 4.7 lebih dari 0,60 nilai outer loading seluruh indikator konstruk dan 0,50 nilai AVE. Maka kesimpulan yang didapat yaitu pada penelitian ini indicator konstruk seluruhnya memiliki validitas (convergent validity).

4.3.2.1.2 Uji Discriminant Validity

Uji Discriminant Validity dilakukan untuk mengetahui nilai cross loading pada setiap konstruk dengan cara melihat korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya. Jika korelasi antar konstruk lebih kecil dari nilai cross loading masing-masing konstruk, dan nilai cross loading lebih dari 0,60, maka tes dianggap cukup.

Tabel 4.8 menampilkan hasil pengujian validitas diskriminan.

Table 4.8 Nila Cross Loading

	EK	EU	K	KF	MH	NH	PP	PS
EK1	0,682	0,314	0,405	0,313	0,420	0,364	0,352	0,327
EK2	0,811	0,443	0,393	0,373	0,479	0,330	0,436	0,209
EK3	0,845	0,459	0,411	0,450	0,493	0,342	0,514	0,270
EK4	0,760	0,458	0,399	0,395	0,460	0,282	0,436	0,261
EU1	0,421	0,691	0,419	0,462	0,510	0,485	0,567	0,311

EU2	0,398	0,779	0,430	0,539	0,560	0,539	0,576	0,317
EU3	0,431	0,808	0,508	0,607	0,616	0,627	0,559	0,432
EU4	0,404	0,766	0,493	0,586	0,533	0,497	0,541	0,355
K1	0,414	0,459	0,768	0,521	0,614	0,484	0,607	0,466
K2	0,379	0,476	0,832	0,525	0,636	0,518	0,595	0,506
K3	0,431	0,490	0,836	0,529	0,682	0,561	0,577	0,584
K4	0,428	0,526	0,777	0,527	0,579	0,566	0,578	0,539
KF1	0,304	0,420	0,537	0,667	0,500	0,456	0,469	0,443
KF2	0,445	0,631	0,465	0,769	0,580	0,503	0,506	0,429
KF3	0,387	0,552	0,449	0,753	0,525	0,485	0,494	0,414
KF4	0,352	0,545	0,510	0,796	0,545	0,526	0,559	0,458
MH1	0,473	0,543	0,617	0,604	0,769	0,537	0,617	0,482
MH2	0,475	0,569	0,569	0,515	0,777	0,450	0,580	0,420
MH3	0,474	0,592	0,549	0,523	0,796	0,467	0,577	0,386
MH4	0,329	0,448	0,592	0,485	0,607	0,668	0,459	0,685
NH1	0,310	0,528	0,498	0,575	0,528	0,793	0,517	0,548
NH2	0,391	0,612	0,573	0,575	0,638	0,872	0,548	0,631
NH3	0,384	0,655	0,561	0,579	0,618	0,844	0,560	0,535
NH4	0,319	0,568	0,585	0,484	0,569	0,842	0,548	0,539
PP1	0,409	0,496	0,569	0,475	0,541	0,425	0,724	0,369
PP2	0,464	0,568	0,535	0,555	0,597	0,495	0,809	0,379
PP3	0,424	0,690	0,566	0,554	0,596	0,580	0,800	0,371
PP4	0,477	0,551	0,634	0,548	0,643	0,527	0,805	0,457
PS1	0,274	0,359	0,472	0,503	0,483	0,421	0,402	0,757
PS2	0,280	0,394	0,533	0,486	0,558	0,565	0,401	0,853
PS3	0,291	0,399	0,566	0,466	0,549	0,615	0,417	0,860
PS4	0,275	0,390	0,587	0,483	0,561	0,622	0,446	0,850

Sumber Hasil pengolahan data menggunakan smartPLS

Dari table 4.8 dapat diambil kesimpulan pengujian Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut memiliki asosiasi yang lebih tinggi dengan konstruk dibandingkan dengan konstruk lainnya, lalu nilai cross loading telah memenuhi syarat yaitu di atas 0,60. Maka validitas diskriminan dikatakan baik untuk kesimpulan data di atas.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Nilai konstruk paada composite reliability dan Cronbach alpha di atas 0,70 menurut (Ghozali, 2014) merupakan cara untuk melihat pengujian reliabilitas yang dilakukan, karena jika nilainya di atas 0,70 maka konstruk dikatakan reliable. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.9

Table 4.9 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Ekspektasi Kinerja	0,780	0,858
Ekspektasi Usaha	0,758	0,847
Kebiasaan	0,817	0,879
Kondisi Fasilitas	0,735	0,835
Motivasi Hedonis	0,722	0,828
Nilai Harga	0,858	0,904
Perilaku Pengguna	0,792	0,865
Pengaruh Sosial	0,849	0,899

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS

Pada tabel 4.9 terdapat Karena nilai reliabilitas komposit dan alpha Cronbach lebih dari 0,70, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam analisis ini dapat dianggap dapat dipercaya.

4.4 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Penelitian ini diuji menggunakan SmartPLS 3. Untuk melihat nilai R-squared yang merupakan uji good-fit model (GoF) untuk uji model struktural (inner-model), dan untuk melihat signifikansi pengaruh antar struktur digunakan hasil path koefisien (Ghozali, 2014).

4.4.1 Uji Goodness-Fit Model

Table 4.10 Nilai R-Square

Variable	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Pengguna	0,701	0,691

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS

Melihat Tabel 4.10 di atas, terlihat bahwa perilaku pengguna memiliki nilai R-squared sebesar 0,701 yang berarti perilaku pengguna dapat dikonstruksi melalui ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan pengaruh sosial dengan persentase 70,1%, dan sisanya 29,9% dijelaskan oleh struktur lain di luar penelitian ini.

4.4.2 Uji Hipotesis

Melihat signifikansi antara struktur pengaruh dan path koefisien, maka dilakukan uji hipotesis. Tabel 4.11 menjelaskan hasil pengujian:

Table 4. 11 Hasil Uji Hipotesis dari path koefisien (Mean, STDEV, T-Statistic, P Values)

Variable	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
EK -> PP	0,086	0,105	0,067	1,299	0,195
EU -> PP	0,284	0,282	0,095	3,001	0,003
K -> PP	0,321	0,314	0,069	4,621	0,000
KF -> PP	0,094	0,081	0,084	1,111	0,267
MH -> PP	0,198	0,174	0,095	2,085	0,038
NH -> PP	0,059	0,071	0,106	0,555	0,579
PS -> PP	-0,091	-0,072	0,074	1,217	0,224

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS

T-tabel dan t hitung (*t statistic*) memperlihatkan hasil bahwasanya dengan perbandingan yang telah dilakukan dari tabel 4.11 maka dapat dibaca hasil penelitiannya sebagai berikut. Signifikansi hasil dilihat dari nilai t-statistik > t-tabel

(Ghozali, 2014). Penelitian yang telah diteliti menunjukkan nilai 1,65 pada t-tabel. Untuk mengetahui antar konstruk mempunyai hubungan langsung maka dapat melihat penjelasan di bawah ini:

1. *E-wallet* dalam perilaku penggunaannya untuk hubungan pengaruh ekspektasi kinerja memperoleh nilai *original sampel* sebesar 0,086 Sebesar $1,299 < 1,65$ yang didapat pada nilai t-statistik nilai ini menjelaskan bahwa hasil **tidak didukung**. Maka kesimpulan yang dapat diambil ialah **ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna layanan e-wallet**.
2. Sebuah t-statistik $3,001 > 1,65$, diperoleh dari ukuran sampel awal 0,284, menunjukkan bahwa dampak dari hubungan antara harapan perusahaan dan perilaku konsumen layanan pembayaran mobile **didukung**. Karena itu, aman untuk mengatakan itu **ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna layanan e-wallet**.
3. Pengaruh hubungan kebiasaan terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet* memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,321 dan nilai t-statistik sejumlah $4,621 > 1,65$ nilai ini mengartikan, bahwa hasil **didukung**. Maka kesimpulan yang dapat diambil ialah, **kebiasaan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna layanan e-wallet**.
4. Nilai sampel asli untuk status fasilitas dan kaitannya dengan perilaku pemanfaatan layanan e-wallet menghasilkan nilai t-statistik $1,111 < 1,65$ ($p = 0,094$). Angka ini menunjukkan bahwa hasil yang diinginkan **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya **tidak adanya**

pengaruh antara kondisi fasilitas terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet*.

5. Kelima, bagaimana pengguna layanan *e-wallet* dipengaruhi oleh koneksi motivasi hedonis Pengguna menemukan dukungan untuk temuan dengan nilai sampel awal 0,198 dan t-statistik $2,085 > 1,65$. Karena itu, bahwa menyatakan, **masalah motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet*.**
6. Pengaruh hubungan nilai harga terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet* memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,059 dan nilai t-statistik sejumlah $0,555 < 1,65$ nilai ini mengartikan, bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, **tidak adanya pengaruh antara nilai harga terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet*.**
7. Pengaruh hubungan pengaruh sosial terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet* memperoleh nilai *original sample* sejumlah -0,091 dan nilai t-statistik sejumlah $1,217 < 1,65$ nilai ini mengartikan, bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, **tidak adanya pengaruh antara pengaruh sosial terhadap perilaku pengguna layanan *e-wallet*.**

4.4.3 Pembahasan Hipotesis

4.4.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu

yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja tidak memiliki hubungan dengan niat menggunakan mobile banking. Hasil itu dapat diartikan bahwa pelanggan tidak menemukan mobile banking sebagai alat atau teknologi yang berguna, fleksibel, dan mekanisme penghematan waktu (Al Mamun dkk., 2019). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Chairia dkk., 2020) memiliki hasil bahwa anggota yang telah menggunakan e-wallet akan memengaruhi pekerjaan mereka. Namun, anggota yang belum memakai e-wallet, penggunaan layanan ini tidak memengaruhi kinerja mereka

4.4.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet

Melihat dari data yang diolah, layanan *e-wallet* untuk ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna. Seperti halnya yang telah diteliti oleh (Wulandari, 2017) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran seluler akan meningkat jika pengguna merasa bahwa mereka akan mengeluarkan tenaga yang lebih sedikit dan waktu yang lebih singkat saat menyelesaikan transaksi keuangan melalui sistem pembayaran seluler *E-Wallet* dibandingkan dengan transaksi tunai. Sementara banyak orang di Indonesia (terutama generasi X dan mereka yang tinggal di kota-kota kecil) memiliki akses ke smartphone, sistem pembayaran seluler *E-Wallet* di negara ini masih dalam tahap awal. Studi ini berpendapat bahwa dampak ekspektasi upaya terhadap perspektif konsumen akan sangat besar.

4.4.3.3 Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet

Penelitian yang telah diolah datanya mendapatkan hasil bahwasanya tidak adanya pengaruh sosial ketika layanan e-wallet digunakan. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andini & Hariyanti, 2021). Hal tersebut dikarenakan generasi X dan Z merasakan bahwa masih kurangnya dorongan menggunakan *e-wallet* yang ada di Yogyakarta.

4.4.3.4 Pengaruh Kondisi Fasilitas Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet

Data yang didapat setelah diolah menyebutkan bahwasanya, kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan layanan e-wallet. Hasil tersebut sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nopiani & Putra, 2021) dan (Thompson dkk., 1991). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki sumber daya untuk penggunaan *e-wallet*, tanpa memiliki pengetahuan yang baik mengenai penggunaannya, nasabah bank di Kota Yogyakarta tidak akan menggunakan e-wallet dalam transaksi perbankannya.

4.4.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet

Penelitian yang telah diolah bahwasanya layanan e-wallet bagian variabel motivasi hedonis memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengguna. Motivasi hedonis memengaruhi sikap gaya hidup, Semakin kaya seseorang, semakin besar kemungkinan mereka ingin menggunakan sistem komputer mutakhir. Beberapa penelitian, diantaranya (Baptista & Oliveira, 2015),

menunjukkan bahwa motivasi hedonis secara positif memengaruhi sikap dan niat untuk menggunakan teknologi informasi.

4.4.3.6 Pengaruh Nilai Harga Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E-Wallet

Melihat dari hasil olah data yang didapat, pada layanan e-wallet masalah nilai harga memiliki tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunanya untuk menggunakan layanan e-wallet. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andini & Hariyanti, 2021). Nilai Harga tidak berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan. Hal tersebut dikarenakan generasi X dan Z merasakan bahwa kurangnya nilai harga dalam menggunakan e-wallet di Yogyakarta.

4.4.3.7 Pengaruh Kebiasaan Terhadap Perilaku Pengguna Layanan E.Wallet

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwasanya, variabel kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *e-wallet*. Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya. Kebiasaan ini membuat mereka ketagihan (*addicted*), sehingga menggunakan e-wallet dirasakan sebagai sebuah keharusan pada saat melakukan transaksi perbankan non-tunai. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian (Venkatesh dkk., 2012) dan (Limayem dkk., 2007).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwasanya dalam penggunaan layanan e-wallet ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna untuk menggunakannya.
2. Penelitian ini memiliki hasil bahwasanya dalam penggunaan layanan mobile payment ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap perilaku untuk menggunakan layanan e-wallet.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwasanya dalam penggunaan layanan e-wallet kebiasaan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengguna untuk menggunakannya.
4. Penelitian ini memiliki hasil bahwasanya untuk menggunakan layanan e-wallet kondisi fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna.
5. Pada penelitian ini untuk menggunakan layanan e-wallet motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna.
6. Penelitian ini memiliki hasil bahwasanya untuk menggunakan layanan e-wallet nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunanya.

7. Penelitian ini memiliki hasil bahwasanya untuk menggunakan layanan e-wallet pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaannya.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang sekiranya memengaruhi hasil yang ada dalam penelitian ini, beberapa batasannya yaitu:

1. Hanya kuesioner online yang diisi oleh responden yang digunakan untuk memperoleh data. Karena kurangnya kontrol peneliti terhadap prosedur pengisian kuesioner, teknik ini menimbulkan kemungkinan bahwa responden mungkin tidak tulus atau jujur dalam menjawabnya.
2. Jika responden dari Generasi X dan Z terdistribusi secara merata, temuan dapat berubah karena jumlah anggota Generasi Z lebih banyak daripada Generasi X dalam jajak pendapat ini.
3. E-wallet yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini masih bersifat luas dan tidak secara tegas mengacu pada produk Platform E-wallet; melainkan didasarkan pada E-wallet yang digunakan oleh responden, yang menggunakan berbagai jenis dan layanan dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini maka terdapat saran yang direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil responden di daerah selain Yogyakarta, sehingga dapat memperluas sampel ke seluruh daerah di Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode selain kuesioner, seperti wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih objektif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini misalnya variabel kepercayaan, kecemasan, minat dan lain-lain.
4. Pengolahan data dilakukan secara gabung tidak terpisah antara gen X dan Z. Untuk itu bisa dijadikan evaluasi pada peneliti selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Al Mamun, M., Bhuiyan, M., Khalid, J., Ahmad Fauzi, F., Mohamed Soliman, M. S., Khalee, M., Karia, N., & Islam, M. S. (2019). Intention to Adopt Mobile Banking in Bangladesh: An Empirical Study of Emerging Economy. *International Journal of Business Information Systems*, 31, 1. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2019.10013142>
- 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. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762012000100008>
- Andini, F., & Hariyanti, I. (2021). Penerapan Model Utaut 2 Untuk Memahami Perilaku Penggunaan Oasis Di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. *Naratif Jurnal Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 3(02), 1–10. <https://doi.org/10.53580/naratif.v3i02.127>
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer behavioral intentions towards mobile payment services: An empirical analysis in Pakistan. *Market-Trziste*, 29(2), 161–176. <https://doi.org/10.22598/mt/2017.29.2.161>

- Auliya, S. N., Rahman, A., & Purwanto, D. (2022). Fenomena Perilaku Konsumsi menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal). *Sosio E-Kons*, 14(1), 88. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.11924>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Chairia, C., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2020). Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.655>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sagi, J. (2021). *Machine Translated by Google Jurnal Keuangan Perilaku dan Eksperimental Pembayaran FinTech di era COVID-19 : Faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku ' ' Generasi X ' ' di Hungaria untuk menggunakan pembayaran seluler*. 32(2001).
- Dwijayanti, A., Anhalsali, S., Daryati Rahayu, E., Munawar, Z., Komalasari, R., Pramesti, P., Juliawati, P., Bisnis, A., & Informatika, M. (2022). Manfaat Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Nasabah di Bank Jabar Banten (BJB). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2), 256–264. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/1155>
- Fabris, N. (2019). Cashless Society - The Future of Money or a Utopia? *Journal of*

Central Banking Theory and Practice, 8(1), 53–66.
<https://doi.org/10.2478/jcbtp-2019-0003>

Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & ... (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi* ..., 17(1), 67–82.
<https://www.jurnal.stmikasia.ac.id/index.php/jitika/article/view/890%0Ahttps://www.jurnal.stmikasia.ac.id/index.php/jitika/article/download/890/386>

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.

Gina, V. (2022). *Permudah Hidupmu Dengan Rekening Digital*. 12/11/2022.
<https://koinworks.com/blog/rekening-digital/#:~:text=Rekening digital adalah rekening atau,pembuatan dan juga proses transaksinya.>

Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). Journal of Hospitality and Tourism Technology What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework “What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework” For Authors. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
<https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>

Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).

Halim, F., Butarbutar, M., Malau, A. R., Program, M. S., Tinggi, S., Ekomomi, I., Agung, S., & Program, M. S. (2020). *Constituents Driving Interest in Using*

E-Wallets in Generation Z. 1(1), 101–116. <https://doi.org/10.31098/ic-smart.v1i1.32>

Hartono Jogiyanto, A. willy. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=gjamFF8AAAAJ&citation_for_view=gjamFF8AAAAJ:u-x6o8ySG0sC

Herdadi, H. A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI Z. 14/2/2022, 104.

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/38777/17312305.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Indah, M. (2022). *Perkembangan Cashless Society di Indonesia*. 2022. <https://iprice.co.id/trend/insights/wawasan-mingguan-tren-cashless-society-di-indonesia/>

Ispriyahadi, H., Nurlaela Wati, L., Saputra, W., Darwis, H., & Zaenudin, Z. (2022). Does Fintech Literation Affect Cashless Society and Individual Shopping Culture? *International Journal of Commerce and Finance*, 8(1), 63–84.

Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). A longitudinal model of continued IS use: An integrative view of four mechanisms underlying postadoption phenomena. *Management Science*, 51(5), 741–755. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0326>

Krivosheya. (2017). *Cashless Economy in Russia 2030 : Scenarios for the Market and Industry* *Cashless Economy in Russia 2030 : Scenarios for the Market and*

Industry.

- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Martins, C., & Oliveira, T. (2014). *International Journal of Information Management Understanding the Internet banking adoption : A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application*. 34, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.06.002>
- Mega, P. A., & Yudi, P. (2015). *Sampai dengan awal 2015 telah tergelar tidak kurang dari seratus ribu access point Wifi di seluruh Indonesia, dengan porsi terbesar di area Jakarta*. 2(2), 1085–1094.
- Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, & Elvi Fetrina. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Di kalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Nopiani, N. K. R., & Putra, I. M. P. D. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk

Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2569. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>

Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap E-Kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi utara. *E-Journal Teknik Informatika*, 2, 1–13.

Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(May), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>

Prameswari, A., Namira Hsb, D., Nur Bayani, L., & Nurbaiti, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 4(1), 60–70. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.421>

Putranto, aristya mega, & Yudi, P. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta. *E-Proceeding of Management*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/400>

Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 100004.

<https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>

- Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model. *International Education Studies*, 6(7), 157–164. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n7p157>
- Rashotte, L. (2007). The Blackwell Encyclopedia of Sociology. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology Social Influence*. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeoss154>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business : A Skill Building Approach*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(1), 1–23.
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Sukma, D. (2016). *FintechFest, Mempopulerkan Teknologi Finansial Di Indonesia*. 24/8/2016. <https://arenalte.com/berita/industri/fintech-di-indonesia/>
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Prakasam, N., & Dwivedi, Y. K. (2019). The battle of Brain vs. Heart: A literature review and meta-analysis of “hedonic motivation” use in UTAUT2. *International Journal of Information Management*, 46(January), 222–235. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.008>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.

<https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

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.
<https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>

Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
<http://www.jstor.org/stable/249443>

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions; *Decision Sciences*, Vol. 39 (2) pp 273 – 315.
Decision Sciences Institute, 39(2), 273–315.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>

Venkatesh Viswanath. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. 03/09/2003, 27, 425–478.
<https://doi.org/10.2307/30036540>

Verhoef, P. C. (2003). Understanding the Effect of Efforts on Customer Retention and. *Journal of Marketing*, 67(October), 30–45.

<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.02.002>

Wahidmurni. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*. <http://repository.uin-malang.ac.id/1984/>

Wardani, L., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code *Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 12(1), 254–263.

<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/38188%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/download/38188/22735>

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>

Widodo, M., Irawan, M. I., & Sukmono, R. A. (2019). Extending UTAUT2 to explore digital wallet adoption in Indonesia. *2019 International Conference on Information and Communications Technology, ICOIACT 2019*, 878–883. <https://doi.org/10.1109/ICOIACT46704.2019.8938415>

Wilman, J. (2022). *Apa Itu Generasi Milenial dan Perbedaannya dengan Generasi X dan Z?* 28/7/2022. [https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/your-life/generasi-milenial-x-dan-z/#:~:text=Generasi X \(kelahiran tahun 1965,\(kelahiran tahun 1996-2012\)](https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/your-life/generasi-milenial-x-dan-z/#:~:text=Generasi X (kelahiran tahun 1965,(kelahiran tahun 1996-2012))

Wulandari, N. (2017). Cashless Payment in Tourism. An Application of Technology Acceptance Model. *Journal of Environmental Management and*

Tourism,

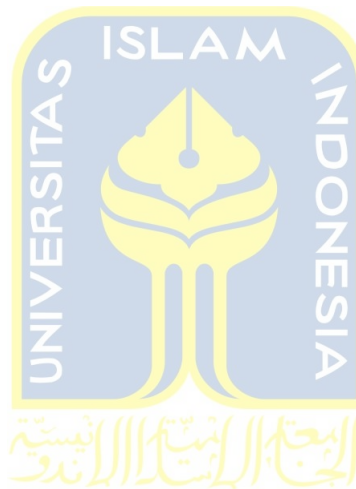
1550–1553.

<https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1892>

Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021).

Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets.

Sustainability (Switzerland), 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>



LAMPIRAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Anang Rasyidin, Mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Alhamdulillah pada saat ini sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Wallet Terhadap Sikap Generasi X dan Z”** Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan anda, saya mohon ketersediaan waktu anda untuk mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pernyataan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang anda alami.

Terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Peneliti, 13 Juni 2023

Anang Rasyidin

Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

Nama :

Domisili :

Nomor Handphone :

Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

b. Perempuan

Kelompok Usia :

a. 8-26 tahun

b. 27-40 tahun

c. 41-56 tahun

d. Lebih dari 56 tahun

Lama Penggunaan :

a. <5 kali

b. 5-15 kali

c. 15-30 kali

d. >30 kali

Pendapatan perbulan :

a. < Rp 1.000.000

b. Rp 1.000.000 – 2.000.000

c. Rp 2.000.000 – 5.000.000

d. >Rp 5.000.000



B. Petunjuk Pengisian

Silahkan jawab pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan klik pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

Untuk menjawab bagian 1-6 silahkan menggunakan skala sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Agak Tidak Setuju
4. Agak Setuju
5. Setuju
6. Sangat Setuju

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan di bawah ini. Silahkan menggunakan skala di atas.

Ekspetasi Kinerja



NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> dapat mempercepat transaksi saya.						
2.	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> membantu menyelesaikan transaksi.						
3.	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> memudahkan untuk melakukan transaksi.						
4.	Saya merasa menggunakan layanan <i>E-wallet</i> membantu dalam menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.						

Ekspetasi Usaha

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
----	------------	---	---	---	---	---	---

1.	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> mudah digunakan.						
2.	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> sudah jelas dan dapat dimengerti.						
3.	Saya merasa sangat mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .						
4.	Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> memiliki fitur yang fleksibel untuk digunakan.						

Pengaruh Sosial

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Orang-orang di sekitar saya menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .						
2.	Orang-orang terdekat saya menyarankan saya untuk menggunakan <i>E-Wallet</i>						
3.	Orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir saya harus mengadopsi <i>E-Wallet</i> .						
4.	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan <i>e-wallet</i>						

Kondisi Fasilitas

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya memiliki sumber daya/fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan layanan pembayaran <i>E-Wallet</i> .						
2.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan pembayaran <i>E-Wallet</i> .						
3.	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .						
4.	Instruksi khusus mengenai penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> tersedia untuk saya.						

Motivasi Hedonis

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa senang saat menggunakan <i>E-Wallet</i> .						
2.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-Wallet</i> .						
3.	Saya merasa menikmati ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> .						
4.	Saya merasa memiliki gaya hidup yang tinggi saat menggunakan <i>E-wallet</i> .						

Nilai Harga

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Menurut saya melakukan pembayaran menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> cukup murah.						
2.	Pembayaran menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> menawarkan nilai yang lebih baik untuk keuangan saya.						
3.	Pada harga saat ini layanan <i>E-Wallet</i> memberikan nilai yang baik.						
4.	<i>E-wallet</i> harganya terjangkau dibandingkan layanan finansial teknologi lain						

Kebiasaan

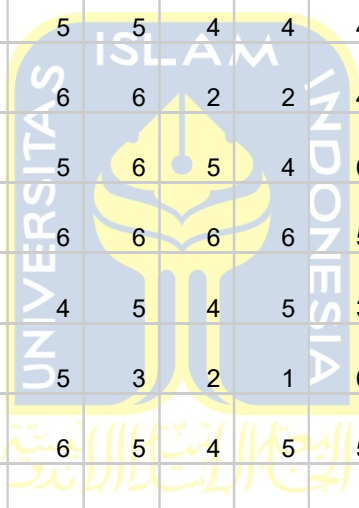
NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> sudah menjadi kebiasaan bagi saya						
2.	Saya kecanduan menggunakan layanan pada <i>E-Wallet</i> .						
3.	Saya harus menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .						
4.	Menggunakan <i>e-wallet</i> sudah menjadi hal yang wajar bagi saya.						

Perilaku Pengguna

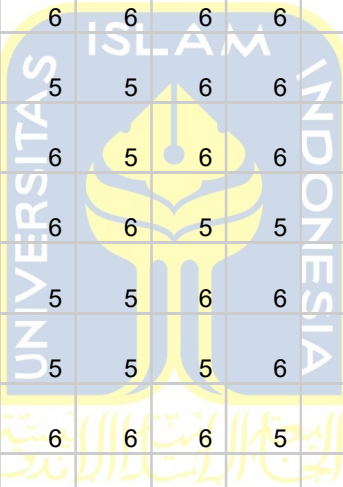
NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saat ini saya menggunakan <i>E-Wallet</i> .						
2.	Saat ini saya membayar pembelian menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .						
3.	Saya menggunakan <i>E-Wallet</i> untuk mentransfer uang ke keluarga, teman, atau kontak lainnya.						
4.	saya senang menggunakan <i>E-Wallet</i> kapan pun dan di mana pun.						

EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS2	PS3	PS4	KF1	KF2	KF3	KF4	MH1
5	6	6	6	6	5	4	5	4	2	2	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	2	2	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	6	5	6	3	4	3	4	3	5	4	5	4
6	5	6	6	5	5	4	4	4	4	4	5	6	6	2	6	6
6	6	5	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5
5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6
6	6	6	6	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	6	5	5	5	5	5	2	2	2	2	6	5	5	5	5
6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	3	3	6	6	6	6	6
5	5	5	4	6	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6
6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	6

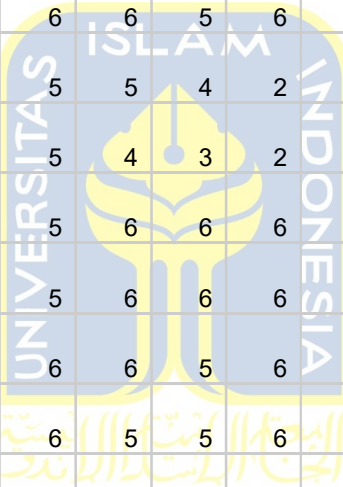
6	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6
2	6	6	6	4	4	3	5	6	1	1	1	5	4	6	6	6
5	5	5	5	5	5	4	5	2	3	3	2	4	5	4	4	4
3	5	5	6	6	6	6	6	4	3	3	2	5	5	5	6	4
2	6	6	2	6	5	4	5	4	3	3	4	5	6	5	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	5	6	6	5	6	4	4	5	5	5	6	5	5	5
5	5	5	5	5	6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	4	4	6	6	6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



5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	5	5	5	5	5	
6	6	6	6	6	5	6	6	4	5	4	4	6	6	6	6	6	
5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	
6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	
5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	
5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	
6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	
6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	
5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5
6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6
6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6
6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5
5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	5
6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6
6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5	5	6
6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5
6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5
6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6

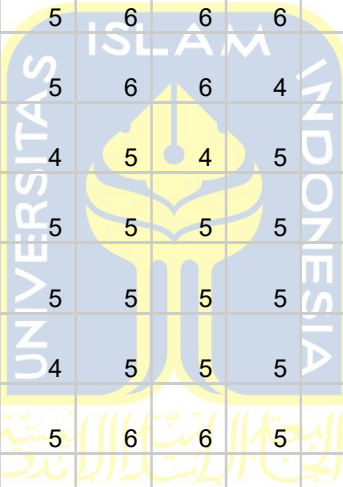


6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	4	4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

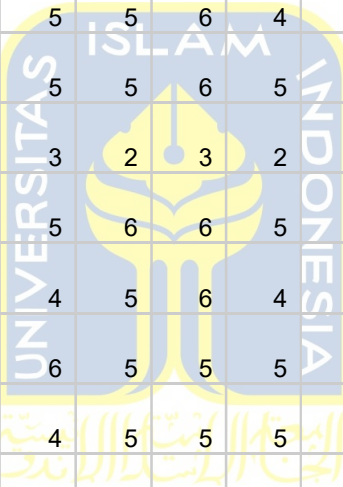


6	5	6	5	6	5	4	5	5	5	4	2	4	5	6	5	5
1	1	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6
6	6	6	6	6	6	5	6	4	5	6	6	6	3	4	6	6
6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6
6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	5
6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5
5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6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

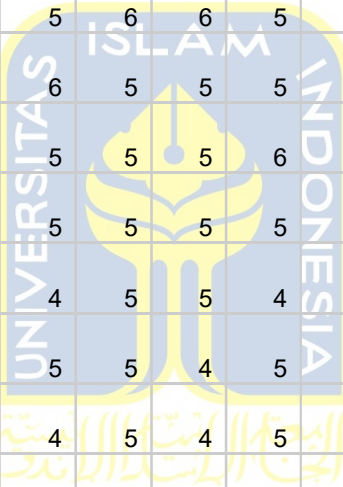
5	6	5	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6
5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	4	6	6	6	5	6	6
6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6
6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
6	5	4	5	2	5	5	5	4	4	4	6	5	5	5	6	5
6	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6
6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6
6	5	5	6	6	4	5	5	6	4	5	6	6	4	5	5	6
6	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	6	6	5	4	5	6
6	6	6	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	6	6
6	6	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	6	5	4	5	5
6	5	5	5	6	5	4	5	5	5	6	5	6	5	4	6	6
4	6	5	5	4	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	5	6	5	5	5	6	4	5	5	6	5	4	5	6
6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	4	5	5
6	5	5	4	4	6	5	6	6	5	5	6	6	5	4	5	5
6	6	5	5	6	5	5	4	4	5	6	5	6	5	6	5	5
6	5	4	6	6	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	6	5	4	6
6	6	6	6	6	5	5	5	5	5		6	5	5	5	6	6



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



4	5	6	6	5	5	4	4	5	4	5	6	6	5	5	6	6
4	5	5	6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
4	5	6	5	6	4	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6
6	5	5	6	6	5	4	5	4	4	5	5	6	5	4	5	5
6	5	5	4	6	5	5	4	4	5	6	6	6	5	5	4	4
6	4	5	5	6	4	5	5	6	5	4	5	6	5	4	5	6
5	5	4	5	6	5	5	4	4	5	6	5	6	4	5	5	6
6	5	4	6	6	4	5	6	6	5	5	4	6	5	6	5	6
6	5	5	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6
6	4	5	5	6	4	5	5	5	6	5	5	6	4	5	6	6
6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
6	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
6	6	6	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	5	4	6	6
4	5	5	6	6	5	4	5	4	5	5	5	4	5	6	5	6
6	4	5	5	6	4	5	5	6	5	4	5	6	5	5	6	4
6	5	4	5	4	5	6	5	5	5	5	6	6	4	5	6	5
4	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5
6	5	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	4	5	6	6
6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6



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

6	6	6	6	6	5	5	5	6	4	6	5	6	5	5	4	4
5	4	5	6	6	5	5	4	4	5	6	5	6	4	6	6	5
6	4	6	5	5	4	5	5	6	6	5	5	6	4	5	6	6
6	6	5	5	5	5	5	6	4	5	6	4	4	5	6	5	6
5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6
5	6	5	5	6	5	5	5	6	4	5	6	6	4	5	5	6
5	6	6	5	6	4	5	6	6	4	5	5	6	4	5	5	4
6	4	5	5	6	4	5	5	6	5	5	6	5	5	6	6	6
6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5
5	4	5	6	5	5	4	6	6	6	4	5	4	5	5	4	4
6	4	5	6	6	5	5	4	4	5	6	5	6	5	5	6	6
5	5	5	4	4	6	5	4	5	5	6	5	6	4	5	5	4
4	5	5	6	6	4	5	6	5	4	5	5	6	5	5	4	6
4	5	5	4	4	5	5	6	6	4	5	6	6	5	5	6	6
6	4	5	5	5	5	4	6	4	5	5	6	6	5	5	5	4
4	5	6	5	6	4	5	5	6	4	5	5	5	5	4	6	6
4	5	5	5	6	4	5	5	6	5	5	5	4	5	6	5	4
4	6	5	4	6	4	5	5	6	4	5	5	6	4	5	5	5
4	5	6	5	6	4	5	6	5	4	5	5	4	5	5	6	4
4	5	6	5	5	4	5	5	5	6	6	5	4	5	6	5	6

MH 2	MH 3	MH 4	NH 1	NH 2	NH 3	NH 4	K 1	K 2	K 3	K 4	PP 1	PP 2	PP 3	PP 4
5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	6	6	6	6

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

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

6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5	5	
6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	
6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	
6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	
6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	6	6	6	
6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	
6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	
6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	
5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	
5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	
6	5	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	
6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5
6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	
5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	3	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	

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

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

5	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6
5	5	6	6	4	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6
5	4	5	5	5	4	6	6	5	5	4	4	5	5	6
5	6	4	5	5	5	6	6	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	6	5	4	5	6	6	5	5	6	4	5	5
6	5	4	4	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6
5	4	5	5	5	6	5	6	5	4	5	5	5	4	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	6	5	4	5	6	5	5	4	6	5	4	5
5	4	6	6	6	6	5	6	5	4	5	6	6	5	6
5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6
5	4	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	5	4	6
5	5	4	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	4	5	6	5	5	5	6	5	6	5
5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5
4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	6	5	6	5	5
4	5	6	5	5	5	5	6	5	4	5	6	6	5	6
4	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6
5	5	4	4	5	6	5	5	5	5	6	6	5	4	5
5	4	5	5	5	6	4	4	5	5	6	6	5	4	5
5	4	5	4	5	5	6	6	5	5	6	4	5	5	6
5	5	4	4	5	5	6	6	5	5	4	6	4	5	5

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

5	5	4	6	4	5	6	6	5	5	6	6	4	5	5
6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6
5	5	5	6	6	5	5	6	4	5	6	6	5	5	6
5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5
5	6	5	6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	6
5	5	5	4	5	4	5	6	4	5	5	5	5	6	6
5	4	5	6	4	5	5	5	5	6	5	4	5	5	6
5	5	6	6	5	5	5	4	5	6	5	6	5	4	5
5	6	6	6	5	5	4	6	4	5	6	6	4	5	6
5	5	6	6	4	5	6	5	5	6	5	6	4	5	6
5	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6
5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	6
6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6
5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6
5	5	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5
5	6	6	6	5	5	4	4	5	6	5	6	5	5	4
6	5	5	4	5	5	6	5	5	5	5	6	4	5	5
5	4	5	4	5	5	5	6	5	4	6	6	5	5	5
4	5	5	6	4	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6
4	5	6	4	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5	4
6	6	5	4	5	5	5	6	4	5	6	5	6	6	6
4	5	6	5	5	5	4	4	5	6	4	4	5	5	5

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

4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5
5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5
5	6	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	6	6	5
5	5	5	6	4	5	6	5	5	5	6	5	5	6	4
5	5	6	6	4	5	6	5	5	4	6	6	5	5	4
4	5	6	6	5	5	6	5	5	4	5	6	4	5	6
4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	4	5	5
5	5	6	6	4	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6
6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	4	5	6
6	5	4	4	5	5	4	5	5	5	6	6	4	5	5
5	5	5	6	4	6	6	5	5	5	6	5	6	6	4
5	5	6	5	4	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5
5	5	5	6	5	6	5	4	6	5	5	4	5	5	6

