

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERGI TANPA UANG TUNAI ATAU CASHLESS  
DI KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**



Ditulis Oleh :

Nama : Alfredo Surya Kesuma Octavia

Nomor Mahasiswa : 18311346

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

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

**2023**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERGI TANPA UANG TUNAI ATAU CASHLESS  
DI KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna untuk memperoleh gelar sarjana strata -1 di jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia.



Oleh :

Nama : Alfredo Surya Kesuma Octavia

Nomor Mahasiswa : 18311346

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

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

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan 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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 07 Juni 2023

Penulis



Alfredo Surya Kesuma Octavia

iii

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERGI TANPA UANG TUNAI ATAU *CASHLESS*  
DI KOTA PEKANBARU**

Nama : Alfredo Surya Kesuma Octavia

Nomor Mahasiswa : 18311346

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 09 Juni 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left and several smaller, more intricate strokes on the right.

Anjar Priyono SE., M.Si., Ph.D.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERGI TANPA UANG TUNAI ATAU CASHLESS DI  
KOTA PEKANBARU**

Disusun Oleh : **ALFREDO SURYA KESUMA OCTAVIA**  
Nomor Mahasiswa : **18311346**

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

Pada hari, tanggal: Kamis, 10 Agustus 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Anjar Priyono,,S.E., M.Si., Ph.D.

Penguji : Nursya'bani Purnama,,S.E., M.Si.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



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

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah tercurahkan. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang seperti saat ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor Yang Mempengaruhi Pergi Tanpa Uang Tunai atau Cashless di Kota Pekanbaru”**. Penulisan skripsi ini membahas tentang apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk pergi tanpa uang tunai yang berada di Kota Pekanbaru.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Untuk itu izikan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

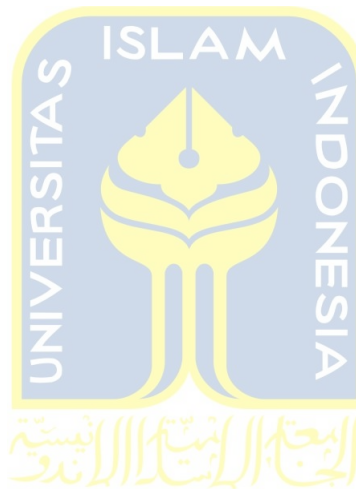
1. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CfrA,Cert IPSAS., selaku dekan fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Abdur Rafik S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
3. Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.d., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai bekal untuk agama, masyarakat, bangsa, dan negara.
5. Semua pihak yang telah berperan memberikan bantuan moral ataupun material dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik sangat penulis harapkan. Semoga Penyusunan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca

Yogyakarta, 07 Juni 2023  
Saya menyatakan,



Alfredo Surya Kesuma Octavia



## KATA PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini diajukan untuk salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-nya kepada saya serta nikmat sehat sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi penulis dan semoga shalawat serta salam tercurahkan kepada beliau.
3. Bapak (Alm. Octavianius) dan Ibu ( Khairun Nisak) terima kasih banyak atas segala kasih sayang, segala doa yang tiada henti dipanjatkan untuk saya, segala dukungan, motivasi, semangat, dan segala hal yang telah diberikan untuk kebahagiaan dan kesuksesan saya.
4. Kepada keluarga yang sudah banyak mendukung dan selalu memberi motivasi kepada saya.
5. Kepada Dosen pembimbing Bapak Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.D., yang telah membimbing dan memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat yang telah memberi motivasi, dukungan dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Secara Teoritis.....	4
1.4.2 Secara Praktis .....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian <i>Cashless</i> .....	6
2.1.2 TAM ( <i>Technology Acpetance Model</i> ).....	6
2.1.3 <i>Usefulness</i> .....	7
2.1.4 <i>Optimism</i> .....	7
2.1.5 <i>Innovativenes</i> .....	8
2.1.6 <i>Lack of Awareness</i> .....	9
2.1.7 <i>Cashless Readiness</i> .....	10
2.2 Penelitian terdahulu dan hipotesis .....	11
2.3 Model atau kerangka penelitian .....	14
2.4 Perumusan hipotesis .....	15

2.4.1 Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.....	15
2.4.2 Pengaruh <i>Usefulness</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.....	15
2.4.3 Pengaruh <i>Innovativeness</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.....	15
2.4.4 Pengaruh <i>optimism</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital	16
2.4.5 Pengaruh <i>Lack of Awareness</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital .....	16
2.4.6 Pengaruh <i>Cashless Readiness</i> terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital .....	16
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1 Pendekatan penelitian.....	18
3.2 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	18
3.2 Rancangan Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan Sampel.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.4.1 Variabel Independen.....	19
3.4.2 Variabel Intervening.....	19
3.4.3 Variabel dependent.....	19
3.5 Jenis Dan Metode Pengumpulan data .....	21
3.5.1 Jenis Pengumpulan Data .....	21
3.5.2 Metode Pengumpulan data .....	21
3.6.1 Validitas.....	22
3.6.2 Realibilitas.....	22
3.7 Teknik Analisis data.....	22
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	23
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	23
3.7.3 Uji Hipotesis.....	23
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>

4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	26
1) Uji Validitas .....	26
2) Uji Realibilitas.....	28
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
4.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	35
4.1.3 Hasil Uji Hipotesis .....	41
4.2 Pembahasan .....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....	56
5.3 Bagi Pelaku yang menggunakan <i>Cashless</i> .....	57
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>



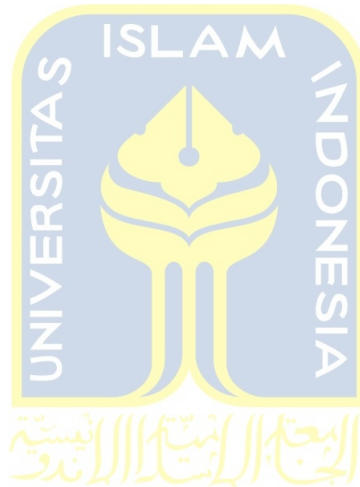
## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.....	20
Tabel 4. 1.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.2.....	28
Tabel 4.3.....	29
Tabel 4.4.....	30
Tabel 4.5.....	30
Tabel 4.6.....	31
Tabel 4.7.....	32
Tabel 4.8.....	32
Tabel 4.9.....	33
Tabel 4.10.....	34
Tabel 4.11.....	36
Tabel 4.12.....	38
Tabel 4.13.....	41
Tabel 4.14.....	42
Tabel 4.15.....	43
Tabel 4.16.....	44
Tabel 4.17.....	46
Tabel 4.18.....	47
Tabel 4.19.....	49
Tabel 4.20.....	50
Tabel 4.21.....	51
Tabel 4.22.....	50
Tabel 4.23.....	53
Tabel 4.24.....	53
Tabel 4.25.....	54



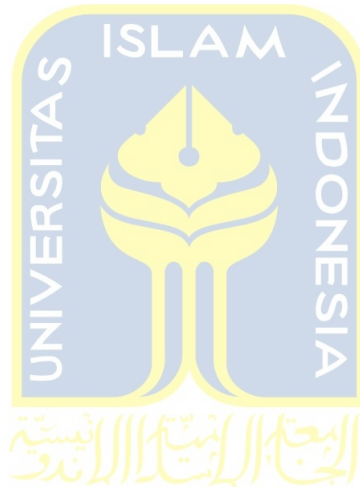
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....	14
Gambar 4. 1.....	37
Gambar 4. 2.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 ANGGKET PENELITIAN.....	58
LAMPIRAN 2 HASIL PENELITIAN.....	61
LAMPIRAN 3 HASIL UJI.....	69
LAMPIRAN 4 BERITA KONSULTASI SKRIPSI.....	82



## ABSTRAK

Mekanisme pembayaran untuk produk atau jasa telah banyak mengalami perubahan pada beberapa tahun terakhir, diiringi dengan peningkatan transaksi digital tanpa uang tunai diseluruh dunia. Hal ini menunjukkan preferensi penggunaan teknologi sangat berguna, cepat dan nyaman akan tetapi, masih terdapat beberapa masalah yang timbul dalam melakukan pembayaran digital diantaranya adalah ketidaktahuan pengguna dalam menggunakan pembayaran digital dan kurangnya kesadaran dalam mekanisme pembayaran digital, permasalahan ini disebut sebagai alasan utama sebagai penghambat dalam penggunaan teknologi pembayaran digital. Penelitian ini akan memberikan informasi dan wawasan untuk menentukan tingkat kesiapan seseorang untuk pergi tanpa uang tunai atau *cashless*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode survey dan dilakukan di daerah khususnya Kota Pekanbaru, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 221 responden yang pernah menggunakan pembayaran digital di Kota Pekanbaru dan di uji menggunakan IBM SPSS 26. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor seperti kemudahan penggunaan, kegunaan, inovasi, optimis dan kesiapan tanpa uang tunai memiliki efek positif untuk mempengaruhi kesiapan seseorang dalam mengadopsi pembayaran digital dan kurangnya kesadaran memiliki efek negatif terhadap adopsi pembayaran digital.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Inovasi, Optimis, Kurangnya Kesadaran, Kesiapan tanpa uang tunai dan Adopsi pembayaran digital.

## ABSTRACT

The payment mechanisms for products or services have undergone significant changes in recent years, accompanied by an increase in digital transactions worldwide. This demonstrates the preference for convenient, fast, and efficient technology usage. However, several issues arise in conducting digital payments, including user unfamiliarity with digital payment methods and a lack of awareness regarding the mechanisms involved. These challenges are considered the primary obstacles to the widespread adoption of digital payment technologies. This research aims to provide information and insights into determining an individual's readiness to go cashless. The study adopts a quantitative approach, specifically using a survey method, and focuses on the city of Pekanbaru. Data collection involves distributing questionnaires to 221 respondents who have previously used digital payments in Pekanbaru, and the data is analyzed using IBM SPSS 26. The results indicate that factors such as ease of use, usefulness, innovativeness, optimism, and cashless readiness have a positive effect on an individual's readiness to adopt digital payments. Conversely, a lack of awareness has a negative impact on digital payment adoption.

Keywords: Ease Of Use, Usefulness, Innovativeness, Optimisme, Lack of Awareness, Cashless Readiness and Adoption digital payment.

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini sangat pesat sejalan dengan revolusi industri keempat yang ditandai dengan banyaknya transaksi pembelian atau penjualan menggunakan kartu digital atau *e-wallet* yang dilakukan konsumen. *Cashless society* merupakan revolusi finansial teknologi (fintech), Indonesia masih lambat dalam hal mengadopsi pembayaran digital dibandingkan dengan negara lain seperti India, Singapura dan China yang memimpin dalam hal mengadopsi pembayaran digital (Shekhar et al., 2020). Dengan adanya virus Covid-19 beberapa tahun lalu, masyarakat menjadi sangat lebih berhati-hati dalam beraktivitas serta mempunyai rasa takut untuk berkontak fisik dengan orang lain. Akan tetapi, virus Covid-19 ini juga membawa gaya hidup baru dalam memenuhi kebutuhan seperti, masyarakat lebih suka berbelanja melalui sistem online di rumah dan ini membuat pembayaran digital menjadi alternatif juga dalam mekanisme pembayaran sehingga mengurangi kontak fisik guna untuk memberantas virus Covid-19 pada saat itu.

Mekanisme pembayaran untuk produk atau jasa telah banyak mengalami perubahan pada beberapa tahun terakhir, diiringi dengan peningkatan transaksi digital tanpa uang tunai diseluruh dunia (Pham & Ho, 2015). Hal menunjukkan preferensi penggunaan teknologi sangat berguna, cepat dan nyaman akan tetapi, meski masih terdapat beberapa masalah yang timbul dalam melakukan pembayaran digital diantaranya adalah ketidaktahuan pengguna dalam menggunakan pembayaran digital dan kurangnya kesadaran dalam mekanisme pembayaran digital, permasalahan ini disebut sebagai alasan utama sebagai penghambat dalam penggunaan teknologi pembayaran digital (Y. Yang et al., 2015).

Studi mengungkapkan bahwa sebagian besar penggunaan teknologi pembayaran digital mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian yang lebih terbaru dengan memperluas kata model dan memasukkan lebih banyak faktor kedalamnya (Natarajan et al., 2018). Penelitian sebelumnya didasarkan pada model *Unified Theory of Acceptance and Use of*

*Technology*, yang menyelidiki efek dari beberapa faktor yang mendasari penggunaan teknologi pembayaran digital (Oliveira et al., 2016).

Sebuah studi menemukan bahwa infrastruktur, tingkat pendapatan dan pendidikan secara signifikan berhubungan dengan persepsi kesiapan (14,6%) untuk menggunakan uang tunai. Penelitian ini juga menemukan bahwa usia seseorang berhubungan secara signifikan dan negatif terhadap kesiapan yang menunjukkan bahwa konsumen yang berusia lebih muda lebih terbuka dalam menggunakan layanan/produk keuangan digital. Hal ini dapat terjadi karena kelompok usia muda mungkin lebih mengenal teknologi tersebut (Natarajan et al., 2018). Adopsi pembayaran digital dapat dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh kinerja, inovasi, kompatibilitas, dan pengaruh sosial yang signifikan.

Dalam penggunaan pembayaran digital ada terdapat beberapa permasalahan seperti pengetahuan terhadap pembayaran digital, kemudahan dan kurangnya kesadaran yang dirasakan pengguna sering menjadi penghambat dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital (Y. Yang et al., 2015). Beberapa penelitian terdahulu, belum sepenuhnya menyelidiki berbagai efek antara kesiapan pergi tanpa uang tunai (*cashless*) dan mengadopsi layanan pembayaran digital sebagai alat pembayaran di Indonesia. Demikian pula *cashless readiness* termasuk status, kemudahan, kesenjangan, pemberdayaan dan kenikmatan telah terungkap untuk memotivasi pengguna dalam penggunaan teknologi digital seperti smartphone (Balakrishnan & Shuib, 2021a), tetapi motif ini belum sepenuhnya diselidiki dalam studi pembayaran digital khususnya di Indonesia terutama di kota Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mencoba ingin mengetahui lebih lanjut yang bertujuan untuk memenuhi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan model *Cashless Society Readiness Adoption* di Indonesia. Penelitian ini akan memberikan informasi dan wawasan bagi pembaca untuk menentukan tingkat kesiapan seseorang untuk pergi tanpa uang tunai atau *cashless*. Hasil dari penelitian ini juga akan memberikan tiga kontribusi utama, pertama berkontribusi terhadap literatur tentang kesiapan seseorang pergi tanpa uang tunai di Indonesia terutama di kota Pekanbaru. Kedua, memperkaya literatur terhadap *cashless readiness* sebagai faktor dalam penggunaan pembayaran digital atau *cashless*. Ketiga, berkontribusi terhadap pelaku penyedia aplikasi pembayaran digital tentang kesiapan seseorang warga Indonesia terutama untuk pergi tanpa uang tunai dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Karena

alasan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Faktor yang mempengaruhi pergi tanpa uang tunai atau *cashless* di Kota Pekanbaru”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yaitu apa saja yang menjadikan seseorang itu pergi tanpa uang tunai atau *cashless* maka peneliti dapat merumuskan masalah seperti;

1. Apakah *Ease of Use* memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital?
2. Apakah *Usefulness* memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital?
3. Apakah *Optimism* memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital?
4. Apakah *Innovativeness* memiliki efek positif secara langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital?
5. Apakah *Lack of Awareness* memiliki efek negatif terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital?
6. Apakah *Cashless Readiness* memiliki efek positif langsung terhadap mengadopsi teknologi pembayaran digital?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Ease of Use* dalam menggunakan pembayaran digital memiliki efek langsung terhadap kesiapan untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital.
2. Untuk mengetahui apakah *Usefulness* dalam menggunakan pembayaran digital memiliki efek langsung terhadap kesiapan untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital.
3. Untuk mengetahui apakah *Optimism* memiliki efek langsung terhadap kesiapan dalam mengadopsi pembayaran menggunakan teknologi digital.
4. Untuk menentukan apakah *Innovativeness* memiliki dampak langsung terhadap kesiapan dalam mengadopsi pembayaran digital.
5. Untuk mengetahui apakah *Lack of Awareness* memiliki efek negatif terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.

6. Untuk mengetahui apakah *Cashless Readiness* memiliki efek langsung terhadap mengadopsi teknologi pembayaran digital.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah literasi ataupun kajian teoritis mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, kegunaan, optimis, inovasi, kurangnya kesadaran dan kesiapan tanpa uang tunai sebagai faktor yang mempengaruhi seseorang berpergian tanpa uang tunai atau *cashless* di kota Pekanbaru

### 1.4.2 Secara Praktis

1. Bagi pelaku bisnis yang menggunakan pembayaran digital

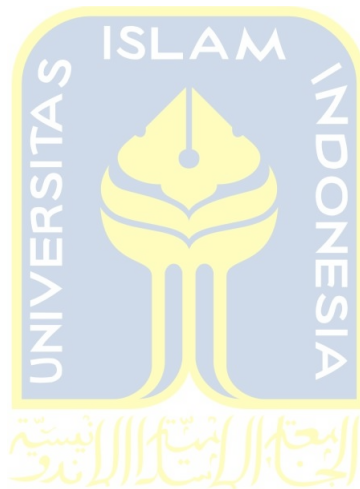
Pertumbuhan teknologi digital sangat membantu para pebisnis yang masih menggunakan metode konvensional atau bisa dibilang masih ketinggalan jaman dalam melakukan bisnis mereka tentang hal mekanisme pembayaran, dengan adanya faktor faktor pendorong dan penghambat ini dapat bermanfaat untuk para pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya agar dapat mengefesiansikan teknologi dalam hal mekanisme pembayaran serta kemudahan untuk melakukan pengembangan operasional bisnis mereka terhadap konsumen maupun para pesaing bisnis yang ada disekitar mereka.

2. Bagi developer pembayaran digital

Penelitian ini juga memberikan informasi untuk pelaku developer pengembangan pembayaran digital untuk mengembangkan mekanisme pembayaran digital yang dapat diterima oleh konsumen untuk mengakses layanan dan transaksi keuangan digital. Kebutuhan konsumen semakin dinamis dengan upaya semua pihak terkait dalam menghadirkan konsep dan sistem yang semakin memudahkan konsumen dalam bertransaksi non tunai atau *cashless*.

### 3. Bagi konsumen

Penelitian ini mengembangkan model *Cashless Society Readiness Adoption* dengan memasukkan beberapa faktor sebagai dalam penggunaan pembayaran digital, serta akan memudahkan para konsumen untuk mengetahui apa saja faktor yang menjadikan pendorong dan penghambat dalam mengadopsi pembayaran digital di Indonesia khususnya di Kota Pekanbaru yang hampir semua orang akan mengaplikasikan dalam kehidupannya sehari-hari dan diperkirakan 5 tahun.



## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian *Cashless***

*Cashless* adalah sebuah konsep atau sistem pembayaran yang tidak melibatkan penggunaan uang tunai fisik dalam proses transaksi. Istilah "*cashless*" sering digunakan untuk menggambarkan situasi di mana pembayaran dilakukan secara elektronik, melalui kartu kredit, kartu debit, transfer bank, atau metode pembayaran digital lainnya. Dalam sistem *cashless*, transaksi dilakukan dengan menggunakan instrumen non-tunai, seperti kartu pembayaran atau aplikasi mobile banking. Pengguna dapat melakukan pembelian atau pembayaran dengan hanya menggunakan perangkat elektronik mereka dan menghubungkannya dengan akun bank atau dompet digital mereka.

##### **2.1.2 TAM (*Technology Acceptance Model*)**

TAM adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk menganalisis factor-factor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem, model ini pertama kali diperkenalkan oleh Freed Davis pada tahun 1986, Model ini salah satu paling berpengaruh untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi pengguna pembayaran digital, hal ini dirasakan pada dua variabel yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, Model ini telah berhasil digunakan dalam berbagai studi adopsi teknologi seperti pembelajaran elektronik, faktanya TAM dianggap sebagai model penting untuk mengeksplorasi niat individu dalam menerima atau menolak teknologi baru (Marangunić & Granić, 2015).

dalam konteks transaksi tanpa uang tunai atau pembayaran elektronik (*cashless*) sebagian besar studi banyak didasarkan oleh TAM dengan konstruksi tambahan seperti keamanan, biaya, kepercayaan, mobilitas, ekspersi, kenyamanan, kecepatan dalam bertransaksi, kelompok sosial, privasi, kualitas sistem dan kecemasan teknologi (Natarajan et al., 2018).

### 2.1.3 Usefulness

*Usefulness* dideskripsikan sebagai apa pun yang membantu seseorang lebih dekat atau mencapai tujuannya. *Usefulness* adalah salah satu dari banyak dimensi yang mempengaruhi dan berkontribusi pada kegunaan produk. Jika sesuatu berguna, dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Desainer pada umumnya melakukan design bertujuan untuk menghasilkan produk yang bermanfaat. Dapat digunakan, di sisi lain, mengacu pada kemudahan penggunaan untuk produk tertentu dan semakin dapat digunakan suatu produk, semakin besar kemungkinan produk itu akan digunakan. Namun, yang digunakan adalah yang paling penting dari ketiga konsep ini. Jika suatu desain tidak digunakan, tidak masalah seberapa berguna dan bermanfaatnya desain itu. Desainer cenderung ingin memeriksa bagaimana transisi dari berguna dan dapat digunakan agar pekerjaan mereka berhasil (Balakrishnan & Shuib, 2021b)

Persepsi manfaat juga dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja. Dalam studi mengenai adaptasi teknologi, disebutkan bahwa persepsi manfaat adalah faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Selain itu, penelitian mengenai penggunaan pembayaran digital menunjukkan adanya hubungan antara persepsi manfaat yang dirasakan dengan loyalitas pengguna (Nemati & Khan, 2010).

### 2.1.4 Optimism

*Optimisme* biasanya mengacu pada keyakinan positif bahwa suatu produk atau layanan itu mampu memenuhi kebutuhan para pengguna, tingkat *optimisme* yang lebih tinggi menjadikan faktor pendorong niat untuk mencoba menggunakan teknologi. Pengguna yang optimis mencari teknologi yang dapat dikontrol dan nyaman dan oleh karena itu lebih mudah menerima dalam mengadopsi teknologi baru dan pengguna yang optimis ditemukan untuk lebih sering memanfaatkan teknologi baru dan fungsi inovatifnya (Natarajan et al., 2018).

*Optimisme* terhadap teknologi merupakan kontributor yang dapat meningkatkan kesiapan penggunaan teknologi pembayaran digital. *Optimisme* merupakan karakteristik pribadi yang berkaitan dengan kemauan seseorang untuk berusaha memecahkan masalah (Van der Velden et al., 2007). *Optimisme* merupakan unsur penting dalam diri seseorang untuk membangun

kepercayaan diri dan kekuatan. *Optimisme* berpotensi mengembangkan sifat-sifat kepribadian yang dapat dimanipulasi untuk tugas pribadi, dan mengatasi krisis. *Optimisme* memiliki dua konsep yang berbeda, *optimisme* disposisi dan *optimisme* situasional. *Optimisme* disposisional adalah harapan bahwa konsekuensi positif dari setiap tindakan akan terjadi dibandingkan dengan konsekuensi negatif. *Optimisme* situasional mengacu pada harapan seseorang apakah hal-hal baik atau pekerjaan akan terjadi dalam situasi tertentu. Ketertarikan pada disposisi *optimisme* muncul sebagai pengembangan desain umum pengaturan diri perilaku manusia. Carver & Scheier berasumsi bahwa perilaku diarahkan pada tujuan tertentu yang dipandu oleh sistem umpan balik negatif loop tertutup (Carver & Scheier, 1981). *Optimism* dianggap sebagai sumber daya disposisi yang umum dan stabil yang memengaruhi pengurangan perbedaan antara perilaku seseorang saat ini dan tujuan atau standar yang dipilih untuk dikejar.

Secara umum *optimisme* digunakan untuk menunjukkan sikap positif dan merupakan bagian dari psikologi positif. *Optimisme* bisa bersifat temperamental, yaitu beberapa orang pada dasarnya lebih positif tentang kehidupan, tetapi pada saat yang sama juga dapat dipelajari dengan jenis pengalaman yang tepat. Menurut konsep *optimisme* yang dipelajari, yang dikemukakan oleh Seligman (2010), *optimisme* dapat ditingkatkan dengan memilih tujuan yang dapat dicapai. Pernyataan optimis biasanya didasarkan pada fakta logis dan konkret dan bergantung pada gaya penjelasan seseorang.

### **2.1.5 Innovativeness**

Inovasi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan gerakan yang menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat, jadi secara umum inovasi berarti suatu ide, informasi teknologi, perilaku, nilai-nilai dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, keinovatifan pribadi yaitu kecenderungan individu untuk mencoba sistem informasi baru, telah terbukti mempengaruhi adopsi layanan pembayaran digital (S. Yang et al., 2012).

Inovasi adalah suatu penerapan ide yang menjadi produk, proses, atau praktik baru yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan serta nilai tambah bagi suatu perusahaan (Varadarajan & Kaul, 2018). Sedangkan menurut (Nemati & Khan, 2010), inovasi

menciptakan suatu hal yang baru, pengembangan, dan penerapan gagasan ilmiah serta penelitian yang menciptakan sebuah produk, proses atau layanan baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam inovasi, suatu perusahaan dapat dikatakan kegiatan manajemen untuk memasarkan produk baru serta mengkomersialkan penggunaan proses yang baru. Inovasi juga dapat menjadi faktor dalam penilaian kepuasan dan loyalitas pelanggan (Huang et al., 2016). Idealnya, inovasi harus memiliki kualitas dengan biaya ekonomis dan dapat memenuhi kebutuhan spesifik apapun.

Dari beberapa penjelasan teori sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah kumpulan dari beberapa ide berkualitas yang dapat menciptakan produk atau proses yang baru bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, atau keunggulan bersaing perusahaan yang menggunakan biaya ekonomis dalam melakukannya. Inovasi juga memiliki manfaat berupa manfaat ekonomi yang dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan dan manfaat sosial yang dapat memenuhi kebutuhan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya.

Inovasi memainkan peran penting dalam menentukan kinerja perusahaan ditengah lingkungan persaingan yang semakin ketat. Inovasi produk sebagai penggabungan berbagai proses yang saling mempengaruhi. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2016), produk inovatif adalah implementasi ide atau gagasan menjadi sebuah produk atau proses yang baru untuk mempertahankan kompetitif perusahaan. Selain itu, inovasi produk merupakan proses dimana ide-ide kreatif ditransformasikan menjadi produk baru atau metode kerja baru yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

### **2. 1.6 Lack of Awareness**

Pemanfaatan teknologi baru kian berkembang dan terus berkembang akan tetapi, kurangnya akan kesadaran mengacu kepada sejauh mana para pengguna menyadari teknologi baru dan membentuk kesadaran tersendiri tentang apa saja yang terlibat. Kurangnya kesadaran terhadap keberadaan teknologi baru dan kegunaanya menjadikan salah satu penghambat seseorang pergi tanpa uang tunai atau *cashless* dalam melakukan kegiatan sehari hari.

Kesadaran yang masih rendah, dan minimnya pengetahuan masyarakat terkait fungsi dan manfaat menggunakan dompet digital karena sebenarnya berbeda dari pembayaran tunai dan

transaksi digital lebih mudah dan cepat dalam proses transaksinya. Akan tetapi, di kalangan pengguna dompet digital pun, kesadaran tersebut belum menyebar sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda (Iradianty & Aditya, 2021). Dengan kondisi tersebut, pelaksanaan sosialisasi atau periklanan sebenarnya berperan penting dalam membuat masyarakat memahami produk-produk baru seperti dompet digital, sehingga periklanan khususnya iklan layanan masyarakat selain menggunakan informasi dan memahami produk yang dipromosikan kepada masyarakat dapat menyampaikan informasi. Iklan berperan signifikan dalam membentuk minat konsumen dan membangkitkan kebutuhan atau minat baru pada konsumen. Melalui periklanan yang gencar, konsumen dapat menerima model pembayaran baru jika di inginkan.

Kurangnya kesadaran dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti faktor demografis dan tidak dapat diaksesnya atau ketidaktepatan informasi atau bahkan tabu, mitos, dan ketakutan budaya, yang dapat menghentikan orang untuk mengambil tindakan (Iradianty & Aditya, 2021). Ketika seseorang kurangnya kesadaran diri, mereka sering kali tidak dapat mengenali cara untuk mengatasi di mana mereka mungkin mengalami masalah. Jadi, ketika contoh-contoh itu jelaskan oleh pasangan atau teman mungkin mereka bertindak terlalu mengontrol atau mengatakan sesuatu yang menyakitkan secara tidak sengaja, orang yang kurang kesadaran diri cenderung merespons seolah-olah mereka tidak mengetahui. Mereka yang mempunyai kurang kesadaran diri maka mereka sering kali ketinggalan informasi informasi yang penting dalam kehidupan sehari hari.

### **2.1.7 Cashless Readiness**

Kesiapan secara umum dianggap sebagai pola pikir dan bukan sebagai ukuran kompetensi teknologi dan ini didefinisikan sebagai kecendrungan terhadap seseorang untuk menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi kesiapan mengacu pada status masyarakat untuk bermigrasi dari prosedur pembayaran konvensional menjadi prosedur pembayaran modern.

Untuk menuju kesiapan tanpa uang tunai hadir dengan serangkaian tantangannya sendiri. Pertama, sistem pembayaran yang baik bergantung pada infrastruktur dan teknologi. Melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) atau uang tunai membutuhkan jaringan telekomunikasi, koneksi internet, listrik dan perangkat

lainnya seperti mesin EDC, ATM, card reader dan smartphone. Jadi jika ada suatu masalah akses ke salah satu infrastruktur dan teknologi tersebut, proses transaksi bisa terganggu dalam prosesnya. Apabila terjadi peningkatan persepsi kemudahan dan kemanfaatan pengguna dan inovasi yang selanjutnya berdampak pula pada peningkatan minat pengguna dalam menggunakan pembayaran digital di masa depan (Faizani & Indriyanti, 2021).

## 2.2 Penelitian terdahulu dan hipotesis

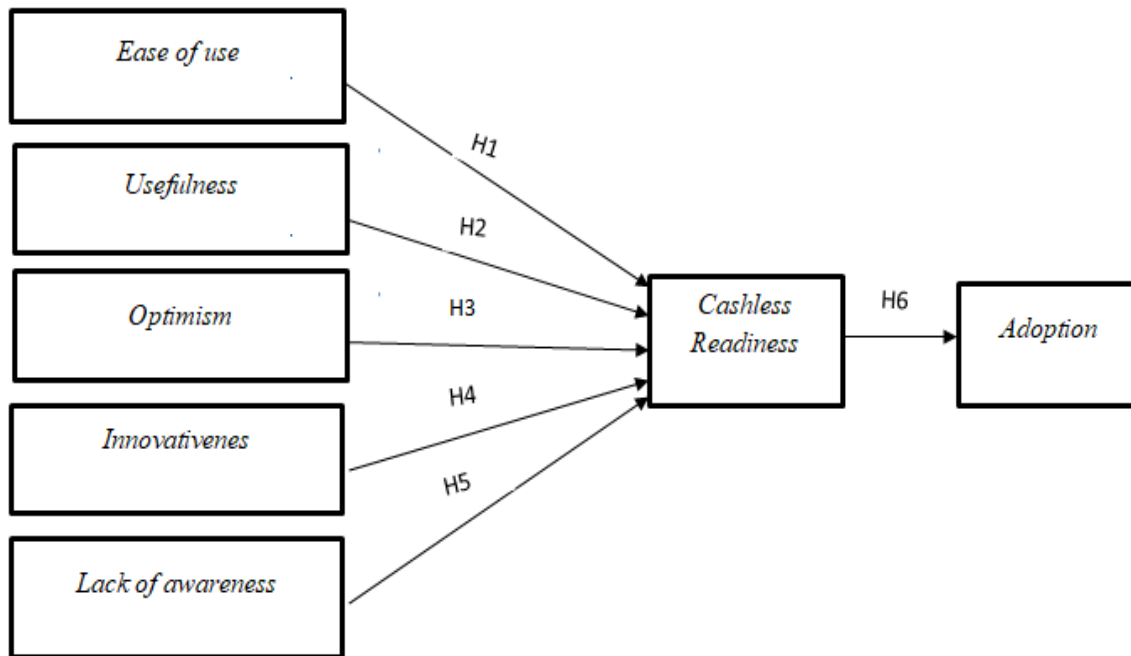
Penelitian terdahulu merupakan ringkasan yang komprehensif dari sebuah penelitian sebelumnya atau dari suatu bahan penelitian yang akan dibahas. Penelitian tersebut bersumber dari berbagai artikel/jurnal ilmiah, buku dan juga sumber-sumber lain yang relevan dari segi bidang penelitian tertentu. Penelitian terdahulu/kajian pustaka dapat memberikan pemahaman dan pengakuan terhadap sebuah karya yang dahulu sudah dibuat dan diteliti oleh peneliti sebelumnya, dengan demikian dapat meyakinkan kepada para pembaca bahwa penelitian tersebut telah dipahami dan dimengerti dengan baik. Berikut adalah refrensi penelitian terdahulu dari berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh penulis :

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Vimala Balakrishnan, Nor Liyana Mohd Shuib yang berjudul *Drivers and inhibitors for digital paymen adoption using the Cashless Society Readiness – Adoption model in Malaysia*. Penelitian tersebut bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara kesiapan menuju masyarakat tanpa uang tunai dan adopsi aplikasi tanpa uang tunai diantara orang malaysia. Driver dan inhibitor dieskpolorasi dan diperiska untuk menilai efek langsung dan tidak langsung melalui pengembangan model kesiapan adopsi cashless society. Model dikembangkan berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* dan *Technology Readiness Index 2*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan kemudahan penggunaan, kegunaan, inovasi, Optimis dan kurangnya kesadaran secara langsung mempengaruhi kesiapan seseorang untuk menggunakan pembayaran non tunai atau *cashless* dan persepsi kesiapan tidak memiliki efek langsung dalam adopsi layanan pembayaran digital, namun, efek signifikan yang ditemukan dalam penelitian tersebut ialah dengan dimaksukkanya risiko dan motivasi intrinsik sebagai faktor mediasi.

- 2) Penelitian Septi Nur Faizani, Aries Dwi Indriyanti yang berjudul Analisis pengaruh *technology readiness* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* dari *Quick Response Indonesia Standar* (QRIS) untuk pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian survei. Dimana penelitian tersebut menggunakan tiga variabel yaitu variabel eksogen (bebas) yang memberikan pengaruh dalam model penelitian, variabel intervening (antara) yaitu variabel penghubung yang menjadi perantara variabel bebas dan variabel terikat, variabel endogen (terikat) yang mendapat pengaruh atau yang menjadi dampak dalam model penelitian. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *optimism*, *innovativeness*, *discomfort* dan *insecurity* terhadap *behavioral intention* dari *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) untuk pembayaran digital. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *optimism* dan *innovativeness* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* serta *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
- 3) Penelitian Dian Dinata Houston yang berjudul Adopsi Penerimaan Digital Payment pada Kalangan Milenial. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara sebagai untuk memperoleh data. Dimana penelitian tersebut meneliti tiga variabel yaitu variabel bebas yang memberikan pengaruh dalam model penelitian, variabel antara yaitu penghubung yang menjadi perantara variabel bebas dan variabel terikat dan variabel terikat yang mendapat pengaruh atau yang menjadi dampak dalam model penelitian. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh difusi inovasi, perilaku konsumen dan generasi millennial terhadap keputusan pembelian pada *digital payment*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi terus maju yang menghasilkan sebuah inovasi baru yaitu pembayaran yang dapat dilakukan secara online dan membuat generasi millennial lebih memilih bertransaksi menggunakan *digital payment* dibandingkan dengan uang tunai.

- 4) Penelitian Yufan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati, Fahri Ali Azhar yang berjudul *Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi di Masa Pandemi Covid 19*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian survei. Dimana penelitian tersebut menggunakan tiga variabel yaitu variabel bebas yang memberikan pengaruh dalam penelitian, variabel antara yaitu penghubung yang menjadi perantara variabel bebas dan variabel terikat, variabel terikat yang mendapat pengaruh atau yang menjadi dampak dalam model penelitian. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat ulang masyarakat menggunakan aplikasi pembayaran non tunai pada masyarakat Muslim di Solo Raya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, kualitas layanan digital dan *e-trust* berpengaruh terhadap minat ulang masyarakat Muslim Solo Raya untuk tetap melakukan transaksi secara digital meskipun pandemi covid-19 sudah mengalami secara signifikan.
- 5) Penelitian Angeliqueen Steffie, Agus Kusnawan yang berjudul *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Berulang ShopeePay (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z)*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian survei. Dimana penelitian tersebut menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas yang memberikan pengaruh dalam penelitian dan variabel terikat yang mendapat pengaruh atau yang menjadi dampak dalam model penelitian. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, kepuasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan berulang ShopeePay pada konsumen generasi Z. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, kepuasan pelanggan mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan penggunaan berulang.

### 2.3 Model atau kerangka penelitian



Gambar 2. 1  
Kerangka Berpikir

## 2.4 Perumusan hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh *ease of use* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital

TAM dianggap sebagai salah satu model yang paling berpengaruh untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi pengguna. Hal ini didasarkan hanya pada dua variabel, yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Sejak awal, model ini telah berhasil digunakan dalam berbagai studi adopsi teknologi seperti *cloud computing*, *telemedicine* dan *e-learning* (Marangunic & Granic, 2015). Faktanya, TAM dianggap sebagai model penting untuk memeriksa niat individu untuk menolak atau menerima teknologi baru

**H1.** *Ease of use* penggunaan memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.

### 2.4.2 Pengaruh *usefulness* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital

Studi UTAUT dan UTAUT2 melaporkan bahwa kemudahan penggunaan dan kemudahan penggunaan berdampak signifikan pada adopsi *e-wallet* di India, di mana kemudahan penggunaan ditemukan memengaruhi penerimaan pembayaran peer-to-peer (Phonthanukitithaworn et al., 2016). Menurut Phonthanukitithaworn et al, pengguna yang merasa percaya bahwa suatu teknologi akan mempermudah proses pembayaran justru lebih termotivasi untuk menggunakannya karena menghemat waktu dan tenaga.

**H2.** *Usefulness* memiliki efek positif secara langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.

### 2.4.3 Pengaruh *innovativeness* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital

Kapasitas inovatif pribadi (yaitu kemauan individu untuk bereksperimen hal baru) misalnya, sistem informasi baru memiliki dampak yang terbukti pada adopsi layanan pembayaran digital (Kim et al., 2010). Inovasi memegang peranan penting dalam kesiapan dan implementasi teknologi, dan mempertimbangkan penggunaan layanan pembayaran tanpa uang tunai dengan menggunakan layanan pembayaran digital.

**H3.** *Innovativeness* memiliki efek positif secara langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.

#### **2.4.4 Pengaruh *optimism* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital**

*Optimisme* adalah sikap positif terhadap suatu produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna. melalui penelitian, memenuhi kebutuhan pengguna menunjukkan optimisme yang lebih tinggi untuk mendorong niat menggunakan teknologi. Peneliti seperti Carter telah menemukan bahwa pengguna yang optimis mencari teknologi yang dapat dikontrol dan nyaman, dan karena itu lebih mudah menerima untuk mengadopsi teknologi baru (Carter & Schaupp, 2009). Pengguna yang sangat optimis ditemukan lebih sering menggunakan teknologi.

baru dan inovatif.

**H4.** *Optimism* memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital.

#### **2.4.5 Pengaruh *lack of awareness* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital**

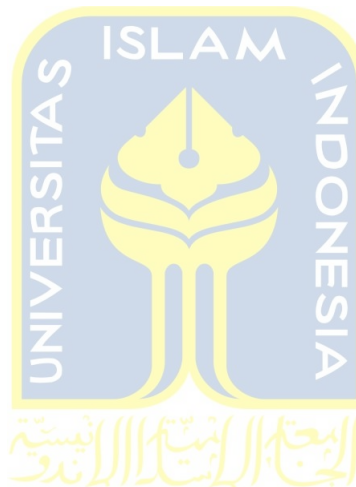
Kesadaran mengacu pada sejauh mana pengguna menyadari teknologi baru dan mengembangkan kesadaran umum tentang apa yang terlibat. kurangnya kesadaran keberadaan teknologi dan pemanfaatannya berdampak pada kendala yang menghambat transisi cashless. Kurangnya informasi kegunaan dan penggunaan produk, resistensi dan dukungan infrastruktur yang buruk juga memengaruhi seseorang untuk menggunakan pembayaran digital (Dinev & Hu, 2007). Kesadaran pelanggan terhadap teknologi dipandang sebagai faktor penting yang mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan teknologi, dan dengan demikian kesadaran bertindak sebagai pendahulu pembentukan sikap pengguna. Oleh karena itu, kurangnya kesadaran dapat berdampak negatif pada adopsi pengguna.

**H5.** *Lack of awareness* yang dirasakan memiliki efek negatif langsung terhadap adopsi layanan pembayaran digital.

#### 2.4.6 Pengaruh *cashless readiness* terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital

Kesiapan dipandang sebagai pola pikir umur, bukan ukuran sebagai kompetensi teknologi. Ini didefinisikan sebagai kecenderungan orang untuk mengadopsi dan mencoba teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan pribadi dan di tempat kerja oleh karena itu berkorelasi dengan tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi (Parasuraman, 2000). Studi sebelumnya telah menunjukkan dampak signifikan dari kesiapan teknologi pada adopsi nirkabel dan layanan elektronik. Dalam konteks *cashless society*. Persepsi kesiapan mengacu pada status orang yang bermigrasi dari transaksi pembayaran tunai menjadi non tunai.

**H6.** *Cashless readiness* yang dirasakan memiliki efek positif langsung pada adopsi layanan pembayaran digital.



## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan kaidah ilmiah, yaitu metode yang obyektif, sistematis, konkrit dan rasional. Sebutan untuk penelitian kuantitatif, karena metode ini berkaitan dengan penelitian dalam bentuk angka atau analisis statistik (Sugiyono., 2013). Jenis penelitian yang digunakan adalah survey, Metode survey adalah teknik penelitian yang diperlukan untuk memperoleh informasi saat ini atau masa lalu tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, atau perilaku untuk menguji hipotesis tentang variabel yang diberikan.

#### **3.2 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini bagian dari yang menyelidiki apa saja yang menjadikan seseorang warga Indonesia khususnya di Kota Pekanbaru memiliki kesiapan terhadap transaksi tanpa uang tunai serta faktor yang menjadi penghambat bagi seseorang untuk mengadopsi layanan dan teknologi pembayaran digital di kota Pekanbaru. Sebagian kecil dari hasil yang hanya berfokus pada profil sosio-demografis (usia, pendidikan dan tingkat pendapatan) dan variabel yaitu (Kenyamanan, Privasi, dan Biaya yang dirasakan), Penelitian ini akan dilaksanakan di kota Pekanbaru dan pengambilan data dilaksanakan pada bulan October 2022 sampai Desember 2022.

#### **3.2 Rancangan Penelitian**

Metode yang digunakan dalam pengujian untuk mengeksplorasi lebih lanjut faktor-faktor yang menjadikan pendorong dan penghambat persepsi seseorang warga kota se-Pekanbaru menuju non-tunai yang bertujuan untuk melengkapi dan memvalidasi determinan kesiapan dan adopsi layanan pembayaran digital di Indonesia terutama di Pekanbaru melalui model kerangka kerja terbaru TRI2.0 dan UTAUT2. Model ini (TRI2.0, UTAUT2) adalah model yang kuat yang telah terus digunakan dalam studi penelitian teknologi informasi serta penelitian bisnis, disamping itu model ini juga membuat metodologi cocok untuk analisis kami dalam penelitian

tersebut, lalu kami juga menggunakan path analysis sebagai menganalisis data yang akan tersedia jika studi ini diterbitkan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah domain yang terdiri dari objek dan subjek yang karakteristik dan cirinya ditentukan oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono., 2014). Semua masyarakat yang menggunakan pembayaran digital dan memiliki sarana untuk menggunakan pembayaran digital di Kota Pekanbaru diikutsertakan dalam penelitian ini.

Data sampel yang digunakan untuk penelitian ini terdiri dari kuesioner pelaporan diri yang terdiri dari 22 item dikembangkan dengan menggunakan model Kesiapan Adopsi Cashless Society, item survey tersebut diadaptasi dari TRI 2.0 dan UTAUT2 untuk warga Pekanbaru yang menggunakan menggunakan pembayaran digital ( $\leq 250$  warga Pekanbaru) sebagai sample yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah *ease of use* sebagai (X1), *usefulness* sebagai (X2), *innovativeness* sebagai (X3), *optimism* sebagai (X4), *lack of awareness* sebagai (X5).

#### 3.4.2 Variabel Intervening

Variabel intervening yaitu variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dari hubungan langsung dan tidak langsung dari setiap variabel tersebut. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *cashless readiness* (X6).

#### 3.4.3 Variabel dependent

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *adoption* (Y).

Tabel 3. 1 Variabel dependent dan Indikator

Variabel	Indikator
<i>Ease of use (X1)</i>	Sejauh mana menggunakan layanan pembayaran digital dianggap mudah
<i>Usefulness (X2)</i>	Pembayaran digital akan membuat hidup lebih mudah karena manfaatnya
<i>Innovativeness</i>	Kecendrungan individu untuk mencoba layanan pembayaran digital baru yang lebih baik
<i>Optimism (X4)</i>	Pembayaran digital menawarkan peningkatan kontrol, fl eksibilitas dan efisiensi kepada orang dalam kehidupan mereka
<i>Lack of awareness (X5)</i>	Sejauh mana pengguna tidak mengetahui layanan pembayaran digital yang ada serta kegunaan dan manfaatnya
<i>Cashless readiness</i>	Tingkat kesiapan untuk menerima dan mengadopsi layanan pembayaran digital.
<i>Adoption (Y)</i>	Tingkat minat untuk mengadopsi layanan pembayaran digital dalam waktu dekat

### 3.5 Jenis Dan Metode Pengumpulan data

#### 3.5.1 Jenis Pengumpulan Data

##### 1) Data Primer

Data primer merupakan data pokok yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari para pengguna pembayaran elektronik atau *cashless* yang berada di Kota Pekanbaru. Data yang diperoleh dari para pengguna pembayaran digital adalah tentang faktor yang mempengaruhi seseorang berpergian tanpa uang tunai, kemudian data didapatkan dengan cara memberi kuesioner kepada seluruh pengguna pembayaran digital di Kota Pekanbaru.

##### 2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperlukan untuk penelitian, dimana data tambahan untuk penelitian ini berasal dari berbagai penelitian terhadap buku, artikel, jurnal, tesis, dan lain sebagainya.

#### 3.5.2 Metode Pengumpulan Data

##### 1) Observasi

Observasi yaitu kegiatan yang memusatkan perhatian pada objek penelitian dan menggunakan seluruh panca indera. Tujuan dari kegiatan observasi ini adalah untuk mengamati dan mempelajari secara langsung penggunaan pembayaran elektronik di Kota Pekanbaru

##### 2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data berupa catatan, buku, dokumen, surat kabar atau lainnya. Bagian penting dari penelitian ini adalah situasi dimana penelitian dilakukan.

##### 3) Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah bentuk pengumpulan data dimana responden ditanyai pertanyaan tertulis tentang masalah yang sedang ditangani.

Dalam penelitian ini digunakan alternatif jawaban untuk setiap item dalam instrumen kuesioner, yaitu :

- a) Sangat setuju (SS) yang berarti nilainya adalah 5
- b) Setuju (S) yang berarti nilainya adalah 4
- c) Netral (N) yang berarti nilainya adalah 3
- d) Tidak setuju (TS) yang berarti nilainya adalah 2
- e) Sangat tidak setuju (STS) yang berarti nilainya adalah 1

Kuisoner terdiri dari dua bagian, Bagian A difokuskan pada profil demografi responden dan bagian B mengukur persepsi responden berdasarkan pendorong dan penghambat dalam mengadopsi layanan pembayaran digital di Indonesia terutama di kota Pekanbaru.

### 3.6 Validitas dan Realibilitas

#### 3.6.1 Validitas

Validitas adalah tingkat ketepatan antara informasi yang tersedia dalam objek penelitian dan efek yang dilaporkan oleh peneliti. Hasil dari penelitian dapat dikatakan valid apabila mempunyai kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang digunakan dalam penelitian.

#### 3.6.2 Realibilitas

Dalam penelitian kuantitatif, realibilitas diimplementasikan dengan menentukan harga realibilitas instrument, instrument terlebih dahulu diuji dan hasil data pengujian dihitung secara statistik dengan menggunakan beberapa rumus statistik.

### 3.7 Teknik Analisis data

Teknik analisis data yakni cara analisis data yang apabila telah terkumpul semua oleh semua responden. Teknik analisis data terdiri dari pengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan semua variabel yang diteliti dan membuat perhitungan untuk hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini.

### 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Teknik analisis deskriptif adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan data terkumpul meliputi mean (nilai rata-rata dilihat dari kecenderungan umum), median, mode (untuk menunjukkan kecenderungan yang ada), persentase (jumlah data yang ada), standar deviasi (digunakan untuk mengelompokkan variabel penelitian yang digunakan, misalnya tinggi, rendah, banyak dan sedikit).

### 3.7.2 Pengujian Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas menguji apakah data variabel *independent* dan data variabel *dependent* dalam persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogrov smirnov* dengan tingkat 5%, sehingga jika signifikansi *Kolmogrov-smirnov* ditunjukkan pada keluaran SPSS (*Asymp.Sig (2-tailed)*)  $>5\%$ , maka data yang digunakan berdistribusi normal.

#### 2) Uji Heterokesiditas

Menguji Heteroksiditas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu tidak terjadi heteroskedastistas.

#### 3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas mempunyai kegunaan untuk melakukan uji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Variable bebas yang baik adalah variabel yang tidak terjadi multikolinearitas, apabila terjadi maka variabel dalam penelitian tersebut tidak orthogonal.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

#### 1) Path analysis

Untuk menguji pengaruh variabel intervening, metode analisis jalur (path analysis) digunakan. Analisis jalur adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan sebab-akibat antara berbagai variabel dalam sebuah model atau sistem. Setiap jalur terdiri dari serangkaian hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel tersebut. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel.

#### 2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Kegunaan dari koefisien determinasi ialah untuk mengetahui apakah kedua variabel menunjukkan kontribusi yang signifikan antara keduanya. Semakin besar nilai determinasi, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai determinasi lebih kecil yaitu mendekati nol, variabel independen memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap variabel dependen.

#### 3) Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika F hitung nilainya lebih besar dari F table pada tingkat signifikansi 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Sebaliknya, apabila F hitung lebih kecil dari F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dan hipotesis ditolak. Analisis yang digunakan dalam uji F yaitu ANOVA (*Analisis of Variance*).

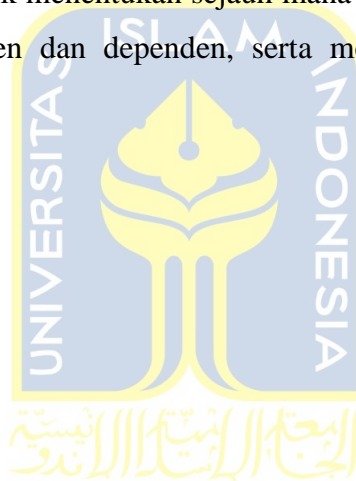
#### 4) Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui bahwa variabel tersebut

signifikan maka dapat menggunakan perbandingan antara thitung dengan ttabel atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansi pada tabel output “Coefficient” dalam SPSS.

### 5) Uji Sobel

Metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien mediasi dalam analisis jalur atau analisis efek antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediator. Uji Sobel digunakan untuk mengevaluasi apakah efek yang diobservasi antara variabel independen dan dependen berubah secara signifikan setelah memperhitungkan mediator. Dalam analisis mediasi, mediator adalah variabel yang meneruskan atau menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Tujuan dari tes Sobel untuk menentukan sejauh mana mediator mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, serta menguji apakah perbedaan tersebut signifikan secara statistik.



## BAB 4

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

##### 4.1.1 Uji Instrumentasi

Tes instrumental adalah tes yang mengukur variabel dalam suatu penelitian yang menggunakan kuisisioner atau angket yang dibagikan kepada responden untuk melihat apakah survei tersebut benar-benar dapat mengungkapkan dengan tepat apa yang sedang dipelajari. Uji instrumen terdiri dari dua bagian, uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1) Uji Validitas

Tes validitas berguna untuk menilai sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner dapat dianggap valid atau sah. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalamnya mampu mengungkapkan secara akurat variabel yang dinilai dalam angket tersebut. Tes validitas penelitian ini dilakukan dengan SPSS 26, tes validitas penelitian ini mengukur valid tidaknya kuesioner dengan skor total pada taraf signifikan 5%, jumlah sampel adalah 221 responden. Untuk menguji validitas, peneliti membandingkan korelasi pearson untuk setiap butir soal dengan tabel r moment. Ketika r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka dari itu item pernyataan dianggap valid. Hasil dari uji validitas dapat diketahui pada tabel dibawah ini dengan  $n = 221$ , maka ketekahai df sebesar  $221 - 2 = 219$  dan  $\alpha = 5\%$  maka nilai dari r tabel sebesar 0.1320.

$r_i > 0.1320$  item pernyataan kuesioner dianggap valid

$r_i < 0.1320$  item pernyataan kuesioner dianggap tidak valid

Berikut adalah perhitungan dari hasil tes validitas :

No	Variable	R hitung	R tabel	Ketentuan
1	<i>Ease of use (X1)</i>			
	1	0.829	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.807	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.765	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
2	<i>Usefulness (X2)</i>			
	1	0.781	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.831	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.776	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
3	<i>Optimism (X3)</i>			
	1	0.781	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.811	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.821	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
4	<i>Innovativeness (X4)</i>			
	1	0.786	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.811	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.819	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
5	<i>Lack of awareness (X5)</i>			
	1	0.786	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.803	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.809	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
6	<i>Cashless readiness (Y1)</i>			
	1	0.809	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.823	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.784	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
7	<i>Adoption (Y2)</i>			
	1	0.793	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	2	0.816	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>
	3	0.824	<b>0.1320</b>	<b>Valid</b>

Source : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas koefisien korelasi pertanyaan pada tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai semua item pertanyaan setiap variabel adalah  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan valid dan dapat dilanjutkan dengan menguji reliabilitas.

## 2) Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas sangat berguna dalam memutuskan apakah akan menggunakan instrumen penelitian. Dalam hal ini, kuesioner bisa digunakan lebih dari satu kali atau paling tidak oleh responden yang sama. Menghitung realibilitas adalah perhitungan konsistensi data kuesioner dengan menggunakan rumus Alpha-Cronbach. Rumus ini disesuaikan dengan teknik penskoran yang digunakan untuk setiap unsur instrumen. Nilai korelasi total item dari indikator yang dinyatakan reliabel adalah minimal 0.70. Berikut adalah hasil tes reliabilitas untuk setiap masing-masing variabel

Tabel 4.1. Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	<i>Ease of use</i>	0.719	<b>Reliabel</b>
2	<i>Usefulness</i>	0.709	<b>Reliabel</b>
3	<i>Optimism</i>	0.725	<b>Reliabel</b>
4	<i>Innovativeness</i>	0.728	<b>Reliabel</b>
5	<i>Lack of awareness</i>	0.718	<b>Reliabel</b>
6	<i>Cashless readiness</i>	0.729	<b>Reliabel</b>
7	<i>Adoption</i>	0.739	<b>Reliabel</b>

Source : *Output SPSS*

Berdasarkan hasil dari tes realibilitas pada tabel diatas, diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar  $> 0.7$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut reliabel.

### 4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai data penelitian sehingga dapat memberikan penjelasan dan juga gambaran suatu data, yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum dan standar deviasi. Berikut merupakan hasil pengujian statistik deskriptif yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

#### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Ease of use*

Tabel 4.2. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1.1	221	3	2	5	4.15	.722	.522
X1.2	221	3	2	5	4.03	.797	.636
X1.3	221	3	2	5	4.20	.717	.515
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, didapatkan informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Menurut saya, mudah untuk mempelajari pembayaran digital”, didapatkan hasil dari nilai minimum yaitu sebesar 2 dengan nilai maksimum yaitu sebesar 5 dan nilai rata rata yaitu sebesar 4.15
- Pada item 2 mengenai “Menurut saya, mudah untuk menggunakan pembayaran digital”, didapatkan hasil nilai minimum sebesar 2 dengan nilai maksimum sebesar 5 dan nilai rata-rata sebesar 4.03
- Pada item 3 mengenai “Menurut saya, nyaman saat melakukan pembayaran secara digital”, diketahui hasil nilai minimum yaitu 2 dengan nilai maksimum 5 dan nilai rata-rata yaitu sebesar 4.20

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Usefulness*

Tabel 4.3. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X2.1	221	3	2	5	4.19	.718	.515
X2.2	221	3	2	5	4.17	.666	.443
X2.3	221	3	2	5	4.04	.722	.521
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Menurut saya, semua jenis pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan pembayaran digital”, didapatkan hasil nilai minimum yaitu 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-ratanya 4.19
- Pada item 2 mengenai “Menurut saya, dengan menggunakan pembayaran digital maka pembayaran dapat dilakukan secara efisien”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu sebesar 5 dan nilai rata-rata 4.17
- Pada item 3 mengenai “Menurut saya, menggunakan pembayaran digital dapat membantu mengelola pengeluaran dengan lebih baik”, didapatkan hasil dari nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu sebesar 5 dan nilai rata-ratanya 4.04

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Optimism*

Tabel 4.4. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X3.1	221	4	1	5	4.23	.637	.406
X3.2	221	4	1	5	3.98	.763	.581
X3.3	221	4	1	5	4.12	.756	.571
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Menurut saya, pembayaran digital cocok dengan gaya hidup sehari hari”, didapatkan hasil dari nilai minimum adalah 1 dengan nilai maksimum yaitu sebesar 5 dan nilai rata-rata 4.23
- Pada item 2 mengenai “Saya memiliki sarana untuk menggunakan pembayaran digital”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 1 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 3.98
- Pada item 3 mengenai “Menurut saya, pembayaran digital memberikan fleksibilitas dalam melakukan pembayaran”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 1 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.12

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Innovativeness*

Tabel 4.5. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X4.1	221	3	2	5	4.11	.675	.455
X4.2	221	3	2	5	4.19	.692	.479
X4.3	221	3	2	5	4.05	.743	.552
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

1. Pada item 1 mengenai “Saya tidak keberatan untuk mencoba aplikasi pembayaran digital yang baru di pasaran”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.11
- Pada item 2 mengenai “Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan aplikasi dan teknologi”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.19
  - Pada item 3 mengenai “Menurut saya, saya tertarik dengan menggunakan pembayaran digital terbaru”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.05

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Lack of Awareness*

Tabel 4.6. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X5.1	221	3	2	5	4.16	.699	.488
X5.2	221	3	2	5	4.14	.730	.533
X5.3	221	3	2	5	4.03	.716	.513
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Menurut saya, kurangnya informasi tentang pembayaran digital (misalnya membayar tagihan, layanan, jasa, transportasi) kurang tersedia”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.16
- Pada item 2 mengenai “Saya tidak tahu dimana dapat menggunakan pembayaran digital (misalnya bandara, mall)”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.14
- Pada item 3 mengenai “Menurut saya, banyak yang belum mengetahui aplikasi pembayaran digital yang tersedia”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.03

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Cashless Readiness*

Tabel 4.7. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y1.1	221	3	2	5	4.18	.707	.501
Y1.2	221	3	2	5	4.14	.705	.497
Y1.3	221	3	2	5	4.24	.668	.447
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Menurut saya, saya memiliki pengetahuan dan informasi yang cukup untuk menggunakan pembayaran digital”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.18

- Pada item 2 mengenai “Menurut saya, transaksi non tunai (*cashless*) merupakan transaksi yang dapat dilakukan dimana saja”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.14
- Pada item 3 mengenai “Menurut saya, saya berminat menggunakan transaksi non tunai (*cashless*) karena memiliki banyak jenis layanan”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.24

### Hasil Statistika Deskriptif Variabel *Adoption*

Tabel 4.8. Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y2.1	221	3	2	5	4.11	.724	.525
Y2.2	221	4	1	5	4.18	.714	.510
Y2.3	221	4	1	5	4.17	.722	.522
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

- Pada item 1 mengenai “Saya menggunakan transaksi pembayaran digital karena banyak memiliki kelebihan dari pada pembayaran tunai”, didapatkan hasil nilai minimum adalah 2 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.11
- Pada item 2 mengenai “Saya berniat untuk melakukan pembayaran lewat pembayaran digital” didapatkan hasil nilai minimum adalah 1 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata sebesar 4.18
- Pada item 3 mengenai “Saya menggunakan pembayaran digital karena merasa lebih efisien dari pada pembayaran tunai” didapatkan hasil nilai minimum adalah 1 dengan nilai maksimum yaitu 5 dan nilai rata-rata 4.17

## Hasil Statistika Deskriptif Variabel

Tabel 4.9. Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
<i>Ease of use</i>	221	9	6	15	12.38	1.791	3.209
<i>Usefulness</i>	221	9	6	15	12.40	1.675	2.804
<i>Optimism</i>	221	12	3	15	12.33	1.736	3.015
<i>Innovativeness</i>	221	8	7	15	12.34	1.700	2.890
<i>Lack of awareness</i>	221	9	6	15	12.33	1.715	2.942
<i>Cashless readiness</i>	221	8	7	15	12.56	1.677	2.811
<i>Adoption</i>	221	9	6	15	12.45	1.751	3.067
Valid N (listwise)	221						

Berdasarkan hasil statistika deskriptif pada Tabel diatas, didapatkan informasi bahwa jumlah observasi (n) yaitu sebesar 221 yang mana dari setiap variabel penelitian menggunakan sampel sebesar 221. Diketahui rincian nilai dari setiap variabel sebagai berikut:

1. Variabel *Ease of use* diketahui nilai minimum adalah sebesar 6 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.38 serta nilai standar deviasi yaitu sebesar 1.791. Nilai dari standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.
2. Pada variabel *Usefulness* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 6 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.40 serta standar deviasi yaitu sebesar 1.675. Nilai dari standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.
3. Pada variabel *Optimism* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 3 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.33 serta standar deviasi yaitu sebesar 1.736. Nilai dari

standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.

4. Pada variabel *Innovativeness* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 6 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.34 serta standar deviasi yaitu sebesar 1.700. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.
5. Pada variabel *Lack of awareness* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 6 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.33 serta standar deviasi yaitu sebesar 1.715. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.
6. Pada variabel *Cashless readiness* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 7 dan nilai maksimum yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.56 serta standar deviasi yaitu sebesar 1.677. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.
7. Pada variabel *Adoption* diperoleh nilai minimum adalah sebesar 6 dan nilai maksimum atau yaitu sebesar 15, dengan *mean* 12.45 serta standar deviasi sebesar 1.751. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai *mean* dapat diartikan nilai *Mean* bisa digunakan untuk mempresentasikan data.

#### 4.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan pada tahap awal setelah menerima data untuk mendapatkan perkiraan dan kondisi awal untuk melakukan uji regresi linier. Langkah-langkah pada uji validitas sebagai berikut :

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar mengetahui apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Ada dua cara untuk menentukan residual berdistribusi normal atau tidak dalam pengujian normalitas, yaitu analisis grafis dan analisis statistik. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

karena ukuran data yang lebih besar dari 30. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, dilakukan dengan membandingkan antara nilai Asymp.Sig. (2-tailed), dengan signifikan yang digunakan  $\alpha=0,05$ . Sumber dari pengambilan keputusan adalah dengan melihat angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan-ketentuan berikut:

- Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0.05$  dapat disimpulkan bahwa normalitas terpenuhi.
- Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0.05$  dapat disimpulkan bahwa normalitas tidak terpenuhi.

Berikut adalah hasil uji Normalitas yang menggunakan analisis statistik tersaji pada tabel dibawah :

Tabel 4.10. Uji Normalitas

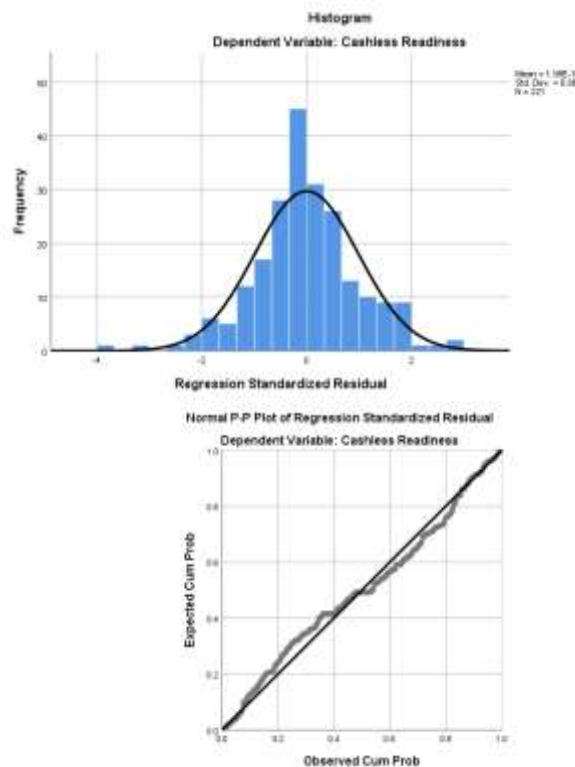
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		221
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.04487206
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.060
	Positif	.056
	Negatif	-.060
Test Statistik		.060
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.051 <sup>c</sup>
<i>a. Tes distribusi Normal.</i>		
<i>b. dihitung dari data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		

Source: *Output SPSS*

Berdasarkan dari hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas, diketahui nilai probabilitas  $p$  atau Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,051. Karena nilai probabilitas  $p$  0.051 lebih besar dibandingkan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dapat diartikan asumsi normalitas

dipenuhi. Selain menggunakan analisis statistik, uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan analisis grafik berupa histogram dan normal P-Plot. Berikut merupakan hasil dari analisis grafik.

Gambar 4. 1. Hasil Uji Grafik Normalitas



Berdasarkan dari grafik histogram tersebut, diketahui bahwa sebaran data memiliki bentuk menyerupai lonceng atau berdistribusi normal. Di sisi lain, pada grafik normal p-plot diketahui bahwa titik-titik sampel mengikuti garis diagonal dari sisi kiri bawah ke sisi kanan atas. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Jika terdapat korelasi yang signifikan antara dua atau lebih variabel independen, maka dapat diindikasikan adanya masalah multikolinearitas. Untuk

menyelidiki apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance. Nilai VIF yang lebih tinggi dan nilai Tolerance yang rendah menunjukkan adanya indikasi multikolinearitas. Regresi yang baik yaitu jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Berikut adalah hasil dari uji multikoloniearitas yang diketahui pada tabel dibawah.

Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	<i>(Constant)</i>	1.042	.631		1.652	.100		
	<i>Ease of use</i>	.149	.058	.159	2.567	.011	.471	2.125
	<i>Usefulness</i>	.230	.064	.229	3.593	.000	.443	2.255
	<i>Optimism</i>	.141	.061	.146	2.321	.021	.455	2.198
	<i>Innovativeness</i>	.193	.063	.196	3.084	.002	.449	2.227
	<i>Lack of awareness</i>	.219	.056	.224	3.927	.000	.553	1.809

a. Dependent Variabel: *Cashless Readiness*

Sumber : Output SPSS

Dalam uji multikolinearitas, data yang digunakan adalah data dari variabel independen dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan linier yang kuat atau korelasi tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan tabel yang diatas, diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

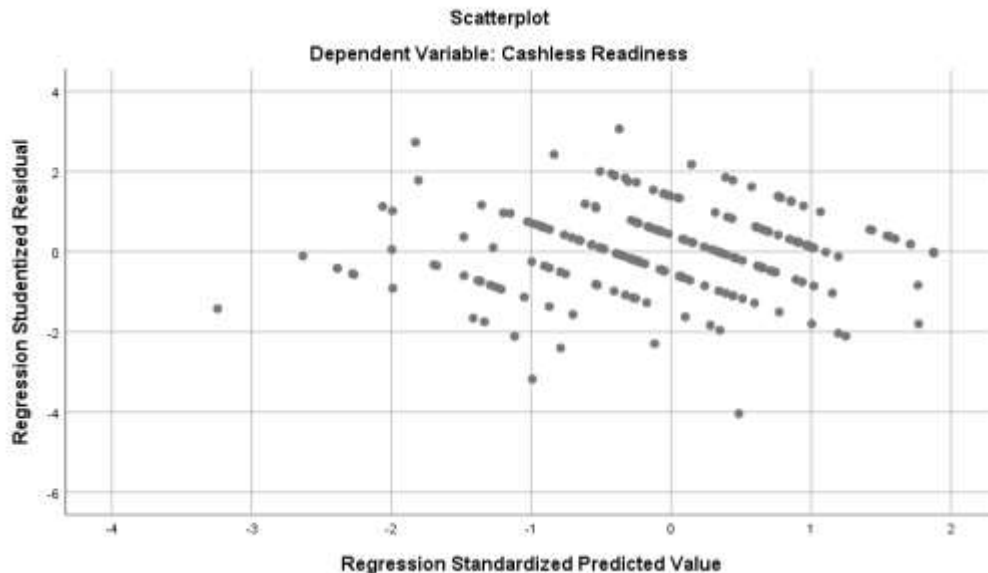
- a. Nilai VIF untuk variabel Independent *Ease of use* adalah  $2.125 < 10$  dan nilai Tolerance yaitu sebesar  $0.471 > 0.10$  dapat diartikan bahwa variabel independen *Ease Of Use* dinyatakan tidak ada gejala multikoloniearitas.

- b. Nilai VIF untuk variabel Independent *Usefulness* adalah  $2.255 < 10$  dan nilai Tolerance yaitu sebesar  $0.443 > 0.10$  dapat diartikan bahwa variabel independen *Usefulness* dinyatakan tidak ada gejala multikolonieritas.
- c. Nilai VIF untuk variabel Independent *Optimism* adalah  $2.198 < 10$  dan nilai Tolerance yaitu sebesar  $0.455 > 0.10$  dapat diartikan bahwa variabel independen *Optimism* dinyatakan tidak ada gejala multikolonieritas.
- d. Nilai VIF untuk variabel Independent *Innovativeness* adalah  $2.227 < 10$  dan nilai Tolerance yaitu sebesar  $0.449 > 0.10$  dapat diartikan variabel independen *Innovativeness* dinyatakan tidak ada gejala multikolonieritas.
- e. Nilai VIF untuk variabel Independent *Lack Of Awareness* adalah  $1.809 < 10$  dan nilai Tolerance yaitu sebesar  $0.553 > 0.10$  dapat diartikan variabel independen *Lack Of Awareness* dinyatakan tidak ada gejala multikolonieritas

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak memiliki heterokedastisitas atau keberagaman varians residual. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan scatter plot dan pengujian glesjer. Berikut adalah hasil dari analisis scatter plot yang ada pada gambar dibawah.

Gambar 4. 2



Diketahui pada tampilan scatterplot diatas bahwa titik-titik tersebut menyebar diatas maupun dibawah angka 0 terdistriubsi pada sumbu Y, dan data tersebut terdistribusi secara acak. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas, namun analisis menggunakan scatter plot memiliki kelemahan yang signifikan karena jumlah observasi mempengaruhi hasil plot. Semakin sedikit sampel pengamatan, semakin sulit untuk menginterpretasikan hasil scatter plot. Dengan demikian, untuk menjamin keakuratan hasil yang didapatkan, diperlukan penggunaan uji statistik yang lebih akurat seperti uji Glejser. Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dalam mengidentifikasi pola variasi yang tidak merata. Pengujian glesjer dilakukan dengan regresi residual absolute (AbsRes) dari variabel independen, berikut adalah dasar untuk pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser.

- Apabila nilai Sig. > 0.05 Dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- Apabila nilai Sig. < 0.05 Dapat diartikan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil uji Heteroskedastisitas pada tabel dibawah.

Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.415		4.520	.000
	<i>Ease of use</i>	-.011	.038	-.028	-.287	.774
	<i>Usefulness</i>	.042	.042	.100	1.001	.318
	<i>Optimism</i>	-.064	.040	-.158	-1.599	.111
	<i>Innovativeness</i>	-.017	.041	-.041	-.413	.680
	<i>Lack of awareness</i>	-.040	.037	-.097	-1.083	.280

a. Dependent Variabel: ABSRESIDUAL

Soruce: *Output SPSS*

Nilai dari probabilitas (Sig) variabel *Ease of use* yaitu 0.774, variabel *Usefulness* yaitu 0.318, *Optimism* yaitu 0.111, *Innovativeness* yaitu 0.680, dan *Lack of awareness* yaitu 0.280. Apabila nilai probabilitas (Sig) dari setiap variabel lebih dibandingkan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5%, dapat diartikan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Ini berarti tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 4.1.3 Hasil Uji Hipotesis

#### 1) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi atau varian dari variabel dependen. Ini memberikan informasi tentang seberapa besar persentase variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model regresi (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika

angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi. Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

**Koefisien Determinasi *Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness* dan *Lack of Awareness* terhadap *Cashless Readiness***

Tabel 4.13. Hasil Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.603	1.057
a. Predictors: (Constant), <i>Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness, Lack of Awareness</i>				
b. Dependent Variabel: <i>Cashless Readiness</i>				

Source: Output SPSS

Berdasarkan hasil dari pengujian koefisien determinasi diatas, nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen). Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $R^2$  adalah 0,603 yang berarti bahwa 60.3% variasi dari variabel dependen *Cashless Readiness* dapat diterangkan oleh variasi dari kelima variabel independent tersebut, yaitu *Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness, Lack of awareness* Sedangkan sisanya sebesar (100% - 60.3% = 39.7%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### Koefisien Determinasi *Cashless readiness* terhadap *Adoption*

Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 <sup>a</sup>	.379	.377	1.383
a. Predictors: (Constant), <i>Cashless Readiness</i>				

Source : Output SPSS

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi di atas, nilai  $R^2$  (*R Square*) model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Diketahui bahwa nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,379 yang mengartikan bahwa 37.9% variasi dari variabel *Adoption* dapat dijelaskan dengan variasi dari variabel independent yaitu *cashless readiness*. Dengan demikian sisanya sebesar (100% - 37.9% = 62.1%) variabel lain diluar penelitian ini berperan.

## 2) Path Analysis

Metode analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menguji pengaruh variabel intervening. Metode ini memungkinkan kita untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening. Dengan menganalisis jalur pengaruh antar variabel, metode analisis jalur membantu dalam memahami hubungan kompleks antara variabel-variabel dalam suatu model. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda. Ini melibatkan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kuualitas antara variabel dalam suatu model kausal yang telah ditetapkan berdasarkan teori.

**Analisis Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness dan Lack of Awareness terhadap  
Cashless Readiness**

Tabel 4.15. Hasil Analisis Variabel Terhadap *Cashless Readiness*

		Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.042	.631		1.652	.100			
	<i>Ease of use</i>	.149	.058	.159	2.567	.011	.471	2.125	
	<i>Usefulness</i>	.230	.064	.229	3.593	.000	.443	2.255	
	<i>Optimism</i>	.141	.061	.146	2.321	.021	.455	2.198	
	<i>Innovativeness</i>	.193	.063	.196	3.084	.002	.449	2.227	
	<i>Lack of awareness</i>	.219	.056	.224	3.927	.000	.553	1.809	

a. Dependent Variable: *Cashless Readiness*

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada Tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.042 + 0.149X_1 + 0.230X_2 + 0.141X_3 + 0.193X_4 + 0.219X_5$$

Dimana :

$Y$  = *Cashless readiness*

$X_1$  = *Ease of use*

$X_2$  = *Usefulness*

$X_3$  = *Optimism*

$X_4$  = *Innovativeness*

$X_5$  = *Lack of awareness*

Berdasarkan hasil dari model regresi linear yang diketahui, diperoleh data sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 1.042 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (*Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness, Lack of Awareness*) maka variabel dependent (Kesiapan Tanpa Uang Tunai) nilainya adalah 1.042

2. Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel *Ease of use* (X1) adalah 0.149 dan menunjukkan positif. Artinya, jika variabel *Ease of use* mengalami peningkatan sebesar 1 poin yang signifikan dengan variabel independent lain bernilai tetap. Maka dari itu variabel *Ease of use* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *cashless readiness* yaitu 0.149.
3. Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel *Usefulness* (X2) adalah 0.230 dan menunjukkan positif. Artinya, jika variabel *Usefulness* mengalami peningkatan yaitu sebesar 1 poin yang signifikan dengan variabel independent lain bernilai tetap. Maka dari itu variabel *Usefulness* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *cashless readiness* yaitu 0.230.
4. Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel *Optimism* (X3) adalah 0.141 dan menunjukkan positif. Artinya jika variabel *Optimism* mengalami peningkatan yaitu sebesar 1 poin secara signifikan dengan variabel independent lain bernilai tetap. Maka dari itu variabel *Optimism* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *cashless readiness* yaitu 0.141.
5. Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel *Innovativeness* (X4) adalah 0.193 dan menunjukkan positif. Artinya jika variabel *Innovativeness* mengalami peningkatan yaitu sebesar 1 poin secara signifikan dengan variabel independent lain bernilai tetap. Maka dari itu variabel *Innovativeness* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *cashless readiness* yaitu 0.193.
6. Koefisien regresi yang didapatkan pada variabel *Lack of Awareness* (X5) adalah 0.219 dan menunjukkan positif. Artinya jika variabel *Lack of Awareness* mengalami peningkatan sebesar 1 poin yang signifikan dengan variabel independent lain bernilai tetap. Maka dari itu variabel *Lack of Awareness* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *cashless readiness* yaitu 0.219.

### Analisis *Cashless Readiness* terhadap *Adoption*

Tabel 4.16. Hasil Analisis *Cashless Readiness* terhadap *Adoption*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.371	.705		6.203	.000
	<i>Cashless readiness</i>	.643	.056	.616	11.571	.000

a. Dependent Variabel: *Adoption*

Sumber : *Output SPSS*

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang diketahui pada Tabel diatas, diperoleh masing-masing model regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = 4.731 + 0.643Y_1$$

Dimana :

$Y_2 = \text{Adoption}$

$Y_1 = \text{Cashless readiness}$

Berdasarkan hasil dari model regresi linear diatas, diketahui informasi sebagai berikut.

1. Konstanta yaitu sebesar 4.731 diartikan apabila tidak didapatkan perubahan pada nilai variabel independen (*cashless readiness*) maka variabel dependen (*adoption*) nilainya adalah sebesar 4.731
2. Koefisien regresi variabel *cashless readiness* ( $Y_1$ ) yaitu 0.643 dan menunjukkan positif, dapat diartikan jika variabel *cashless readiness* mengalami peningkatan sebesar 1 poin yang signifikan dengan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka dari itu variabel *cashless readiness* akan mengalami peningkatan nilai dari variabel *adoption* yaitu 0.643.

### 3) Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial atau simultan terhadap variabel dependen dan seberapa besar pengaruh variabel independen tersebut terhadap model regresi. Penelitian ini menggunakan uji analisis jalur untuk memprediksi dampak dari *Ease of Use*, *Usefulness*, *Optimism*, *Innovativeness* dan

*Lack of Awareness* terhadap *Cashless readiness* serta *Cashless readiness* terhadap *Adoption*. Perhitungan uji ini dilakukan dengan SPSS 26, sedangkan hasil dari uji hipotesis dibagi menjadi dua yaitu uji simultan dengan menggunakan uji f dan uji parsial dengan menggunakan uji t. Berikut adalah hasil dari pengujian hipotesis.

#### 4) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Dasar pengambilan keputusan uji f ini yaitu :

- Apabila nilai Sig. < 0.05 atau Fhitung > Ftabel maka dapat diartikan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
- Apabila nilai Sig. > 0.05 atau Fhitung < Ftabel maka dapat diartikan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan populasi sampel sebesar 221, variabel independen yaitu 5 dan taraf nyata yaitu 5%, maka dari itu akan didapatkan Ftabel sebesar  $(k; n-k) = (5, 216) = 2.255$

Tabel 4.17. Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378.239	5	75.648	67.715	.000 <sup>b</sup>
	Residual	240.187	215	1.117		
	Total	618.425	220			
a. Dependent Variabel: <i>Cashless readiness</i>						
b. Predictors: (Constant), <i>Ease of use, usefulness, optimism, innovativeness, lack of awareness</i>						

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan informasi nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai Fhitung sebesar  $67.715 > Ftabel$  sebesar 2.255 yang artinya variabel independen berupa *Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness* dan *Lack of Awareness* terhadap variabel dependent yaitu *Cashless readiness*. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh

yang signifikan secara simultan dari setiap variabel independen yang berupa *Ease of use*, *Usefulness*, *Optimism*, *Innovativeness* dan *Lack of Awareness* terhadap variabel dependen berupa *Cashless readiness*.

### 5) Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian parsial dilakukan untuk mengetahui secara parsial pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dapat dilakukan pada statistik uji *t* dengan cara membandingkan nilai Sig. *t* dengan nilai alpha 0.05. dan juga perhitungan *t* dengan *t* tabel, dasar dari pengambilan keputusan yaitu:

- Apabila Sig. < 0.05. atau jika positif ketika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sedangkan negative ketika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- Apabila Sig. > 0.05. atau jika positif ketika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , sedangkan negatif ketika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  maka dapat diartikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan populasi sampel sebanyak 221, variabel independen adalah 5 dan taraf nyata yaitu 5%, maka dari itu akan didapatkan *t* tabel sebesar  $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 215) = 1.971$

**Uji Parsial *Ease of use, Usefulness, Optimism, Innovativeness* dan *Lack of awareness* terhadap *Cashless readiness***

Tabel 4.18. Hasil Uji Parsial

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.042	.631		1.652	.100		
	<i>Ease of use</i>	.149	.058	.159	2.567	.011	.471	2.125
	<i>Usefulness</i>	.230	.064	.229	3.593	.000	.443	2.255
	<i>Optimism</i>	.141	.061	.146	2.321	.021	.455	2.198
	<i>Innovativeness</i>	.193	.063	.196	3.084	.002	.449	2.227
	<i>Lack of awareness</i>	.219	.056	.224	3.927	.000	.553	1.809

a. Dependent Variabel: *Cashless Readiness*

Sumber : *Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji t yang didapatkan pada Tabel diatas diperoleh masing-masing informasi sebagai berikut:

1. Variabel *Ease of use* didapatkan nilai signifikansi yaitu 0.011 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $2.567 > t_{tabel}$  (1.971) maka *Ease of use* berpengaruh kepada variabel *Cashless readiness*. Sehingga dapat diartikan hipotesis pertama,  $H_1$  : variabel *Ease of use* memiliki pengaruh signifikan secara parsial kepada variabel *Cashless readiness* “diterima”.
2. Variabel *Usefulness* didapatkan nilai signifikansi yaitu 0.000 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $3.593 > t_{tabel}$  (1.971) maka *Usefulness* berpengaruh kepada variabel *Cashless readiness*. Sehingga dapat diartikan hipotesis kedua,  $H_2$  : variabel *Usefulness* memiliki pengaruh signifikan secara parsial kepada variabel *Cashless readiness* “diterima”.
3. Variabel *Optimism* didapatkan nilai signifikansi yaitu 0.021 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $2.321 > t_{tabel}$  (1.971) maka *Optimism* berpengaruh kepada variabel *Cashless readiness*. Sehingga dapat diartikan hipotesis ketiga,  $H_3$  : variabel *Optimism* memiliki pengaruh signifikan secara parsial kepada variabel *Cashless readiness* “diterima”.

4. Variabel *Innovativeness* didapatkan nilai signifikansi yaitu 0.002 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $3.084 > t_{tabel}$  (1.971) maka *Innovativeness* berpengaruh kepada variabel *Cashless readiness*. Sehingga dapat diartikan hipotesis keempat,  $H_4$  : variabel *Innovativeness* memiliki pengaruh signifikan secara parsial kepada variabel *Cashless readiness* “diterima”.
5. Variabel *Lack of awareness* didapatkan nilai signifikansi yaitu 0.000 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $3.927 > t_{tabel}$  (1.971) maka *Lack of awareness* berpengaruh kepada variabel *Cashless readiness*. Sehingga dapat diartikan hipotesis kelima,  $H_5$  : variabel *Lack of awareness* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *Cashless readiness* “diterima”.

### Uji Parsial *Cashless Readiness* terhadap *Adoption*

Tabel 4.19. Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.371	.705		6.203	.000
	<i>Cashless readiness</i>	.643	.056	.616	11.571	.000

a. Dependent Variabel: *Adoption*

Sumber : *Output SPSS*

Hasil dari uji t pada tabel diatas didapatkan informasi yaitu variabel *Cashless readiness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sementara t hitung diketahui nilai sebesar  $11.571 > t_{tabel}$  (1.971) maka dari itu *Cashless readiness* berpengaruh kepada variabel *Adopsi*. Sehingga hipotesis keenam,  $H_6$  : variabel *Cashless readiness* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *Adoption* “diterima”.

## 6) Uji Sobel

Signifikansi efek mediasi diperiksa menggunakan metode uji sobel. Pada dasarnya, uji sobel adalah uji t khusus yang menguji pengaruh masukkan variabel perantara ke dalam model untuk menentukan apakah variabel tersebut benar benar berpengaruh signifikan secara statistik atau tidak. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai Sig. Yang dibandingkan dengan 0.05, jika nilai sig. lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pengaruh mediasi. Berikut perhitungannya:

### 1. Pengaruh *Ease of use* terhadap *Adoption* melalui *Cashless readiness*.

Pengaruh langsung *Ease of use* terhadap *Adoption* diketahui dari perhitungan berikut ini.

#### a. Menghitung :

$$a = 0.159 \quad S_a = 0.058$$

$$b = 0.616 \quad S_b = 0.056$$

#### b. Menghitung uji sobel menggunakan aplikasi *Sobel Test Calculation For Significance Of Mediation*

Tabel 4.20. Uji Sobel *Ease Of Use*

	Input		Test statistic	Std. Error	p-value
a	0.159	Test Sobel	2.66001836	0.0368208	0.00781364
b	0.616	Test Aroian	2.64972932	0.03696378	0.00805563
s <sub>a</sub>	0.058	Test Goodman	2.6704282	0.03667726	0.00757546
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate		

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil uji sobel melalui aplikasi *Sobel Test Calculation* diperoleh nilai sig. sebesar  $0.007 < 0.05$ . Dapat diartikan bahwa *Cashless readiness* secara signifikan memediasi pengaruh *Ease of use* terhadap *Adoption*. Hasil tersebut mengartikan bahwa *Ease of use* berpengaruh langsung terhadap *Adoption*.

2. Pengaruh *Usefulness* terhadap *Adoption*. Melalui *Cashless readiness*.

Pengaruh langsung Kegunaan terhadap Adopsi diketahui dari perhitungan berikut ini.

a. Menghitung :

$$a = 0.229 \quad Sa = 0.064$$

$$b = 0.616 \quad Sb = 0.056$$

b. Menghitung uji sobel menggunakan aplikasi *Sobel Test Calculation For Significance Of Mediation*

Tabel 4.21. Uji Sobel *Usefulness*

	Input		Test statistic	Std. Error	p-value
a	0.229	Test Sobel	3.40263451	0.04145729	0.00066739
b	0.616	Test Aroian	3.38999025	0.04161192	0.00069895
sa	0.064	Test Goodman	3.41542133	0.04130208	0.00063683
sb	0.056	Reset all		Calculate	

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil uji sobel melalui aplikasi *Sobel Test Calculation* diperoleh nilai sig. sebesar  $0.0006 < 0.05$ . Dapat diartikan bahwa *Cashless readiness* secara signifikan memediasi pengaruh *Usefulness* terhadap *Adoption*.. Hasil tersebut mengartikan bahwa *Usefulness* berpengaruh langsung terhadap *Adoption*.

3. Pengaruh *Optimism* terhadap *Adoption*. melalui *Cashless readiness*.

Pengaruh langsung *Optimism* terhadap *Adoption*. diketahui dari perhitungan berikut ini.

a. Menghitung :

$$a = 0.146 \quad Sa = 0.061$$

$$b = 0.616 \quad Sb = 0.056$$

b. Menghitung uji sobel menggunakan aplikasi *Sobel Test Calculation For Significance Of Mediation*

Tabel 4.22. Uji Sobel *Optimism*

	Input		Test statistic	Std. Error	p-value
a	0.146	Test Sobel	2.33872115	0.0384552	0.01934987
b	0.616	Test Aroian	2.32954812	0.03860663	0.01983005
s <sub>a</sub>	0.064	Test Goodman	2.3480034	0.03830318	0.01887435
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate		

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil uji sobel melalui aplikasi *Sobel Test Calculation* diperoleh nilai sig. sebesar  $0.019 < 0.05$ . Dapat diartikan bahwa *Cashless readiness* secara signifikan memediasi pengaruh *Optimism* terhadap *Adoption*.. Hasil tersebut mengartikan bahwa Optimis berpengaruh langsung terhadap *Adoption*.

4. Pengaruh *Innovativeness* terhadap *Adoption* melalui *Cashless readiness*.

Pengaruh langsung *Innovativeness* terhadap Adopsi dapat dilihat dari perhitungan berikut ini.

a. Menghitung

$$a = 0.193 \quad S_a = 0.063$$

$$b = 0.616 \quad S_b = 0.056$$

b. Menghitung uji sobel menggunakan aplikasi *Sobel Test Calculation For Significance Of Mediation*

Tabel 4.23. Uji Sobel *Innovativeness*

	Input		Test statistic	Std. Error	p-value
a	0.193	Test Sobel	2.95117971	0.04028491	0.00316563
b	0.616	Test Aroian	2.93992722	0.0404391	0.00328289
s <sub>a</sub>	0.063	Test Goodman	2.9625624	0.04013013	0.0030509
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate		

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil uji sobel melalui aplikasi *Sobel Test Calculation* diperoleh nilai sig. sebesar  $0.0003 < 0.05$ . Dapat diartikan bahwa *Cashless readiness* secara signifikan memediasi pengaruh *Innovativeness* terhadap *Adoption*. Hasil

tersebut mengartikan bahwa berpengaruh langsung terhadap *Adoption*.

5. Pengaruh *Lack of Awareness* terhadap *Adoption* melalui *Cashless readiness*.

Pengaruh langsung *Lack of awareness* terhadap *Adoption* diketahui dari perhitungan berikut

a. Menghitung

$$a = 0.224 \quad Sa = 0.056$$

$$b = 0.616 \quad Sb = 0.056$$

b. Menghitung uji sobel menggunakan aplikasi *Sobel Test Calculation For Significance Of Mediation*

Tabel 4.24. Uji Sobel *Lack of Awareness*

	Input		Test statistic	Std. Error	p-value
a	0.224	Test Sobel	3.75917369	0.03670594	0.00017048
b	0.616	Test Aroian	3.74552874	0.03683966	0.00018001
sa	0.056	Test Goodman	3.77296887	0.03657173	0.00016132
sb	0.056	Reset all		Calculate	

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil uji sobel melalui aplikasi *Sobel Test Calculation* diperoleh nilai sig. sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dapat diartikan bahwa *Cashless readiness* secara signifikan memediasi pengaruh *Lack of Awareness* terhadap *Adoption*. Hasil tersebut mengartikan bahwa *Lack of Awareness* berpengaruh langsung terhadap *Adoption*.

## 4.2 Pembahasan

Penelitian yang dilakukan di Kota Pekanbaru ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *ease of use*, *usefulness*, *optimism*, *inovativeness*, *lack of awareness* dan *cashless readiness* terhadap mengadopsi pembayaran digital. Peneliti membagikan kuesioner kepada 221 orang yang pernah menggunakan pembayaran digital untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini.

1. Pengaruh *ease of use* terhadap Kesiapan Tanpa Uang Tunai berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0.011, angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *ease of use* berpengaruh terhadap *Cashless Readiness* untuk mengadopsi pembayaran digital.
2. Pengaruh *usefulness* terhadap Kesiapan Tanpa Uang Tunai berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0.000 angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *usefulness* berpengaruh terhadap *Cashless Readiness* untuk mengadopsi pembayaran digital.
3. Pengaruh *Optimism* terhadap Kesiapan Tanpa Uang Tunai berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0.021, angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *optimism* berpengaruh terhadap *Cashless Readiness* untuk mengadopsi pembayaran digital.
4. Pengaruh *Innovativeness* terhadap Kesiapan Tanpa Uang Tunai berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0.002, angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *innovativeness* berpengaruh terhadap *Cashless Readiness* untuk mengadopsi pembayaran digital.
5. Pengaruh *Lack of Awareness* terhadap Kesiapan Tanpa Uang Tunai berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000, angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Lack of Awareness* berpengaruh terhadap *Cashless Readiness* untuk mengadopsi pembayaran digital.
6. Pengaruh *Cashless Readiness* terhadap *Adoption* berlandaskan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Cashless Readiness* berpengaruh terhadap mengadopsi pembayaran digital.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa faktor-faktor seperti Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Optimis, Inovasi, dan Kesiapan Tanpa Uang Tunai mempengaruhi kesiapan seseorang dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital. Faktor-faktor tersebut memiliki efek positif langsung terhadap kesiapan mengadopsi teknologi pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah, berguna, inovatif, dan optimis seseorang terhadap teknologi pembayaran digital, semakin besar kemungkinan ia akan siap untuk mengadopsinya. Kurangnya kesadaran yang dirasakan memiliki efek negatif langsung terhadap adopsi layanan pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kurangnya kesadaran seseorang tentang teknologi pembayaran digital, semakin kecil kemungkinan mereka akan siap untuk mengadopsinya. Kesiapan Tanpa Uang Tunai yang dirasakan memiliki efek positif langsung pada adopsi layanan pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin siap seseorang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital, semakin besar kemungkinan mereka akan benar-benar mengadopsinya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kegunaan, inovasi, optimisme, kesadaran, dan kesiapan dalam menggunakan teknologi digital secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kesiapan seseorang dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.

#### **5.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Studi lanjutan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital, seperti faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang dapat mempengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.
- b. Studi komparatif antara faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital di berbagai negara atau budaya, mengingat bahwa faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada konteks sosial, ekonomi, dan budaya masing-masing negara.

- c. Studi lanjutan tentang pengaruh faktor-faktor lain, seperti keamanan dan privasi terhadap kesiapan individu dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital di Indonesia.

### 5.3 Bagi Pelaku yang menggunakan *Cashless*

- a. Meningkatkan kesadaran tentang teknologi pembayaran digital dan manfaatnya. Masyarakat bisa membaca artikel atau menonton video tentang teknologi pembayaran digital atau bahkan mengikuti pelatihan online.
- b. Memastikan bahwa masyarakat merasa nyaman dengan teknologi pembayaran digital yang ingin digunakan dengan mencoba beberapa aplikasi dan pilih yang paling mudah dan nyaman.
- c. Memastikan bahwa teknologi pembayaran digital yang masyarakat gunakan benar-benar bermanfaat. Pilih aplikasi yang memiliki fitur dibutuhkan, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan pembelian online.
- d. Tidak takut untuk mencoba hal baru dan inovatif dalam teknologi pembayaran digital. Selalu ada kemungkinan menemukan cara baru untuk menggunakannya dan memanfaatkannya untuk keuntungan masyarakat sendiri.
- e. Berpikirlah secara optimis tentang teknologi pembayaran digital. Teknologi ini dapat membantu dalam hal keamanan, kenyamanan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan

### 5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian memiliki sejumlah keterbatasan. Meskipun responden dalam penelitian ini berusia antara 18 dan 60 tahun, namun sebagian besar adalah masyarakat perkotaan yang berpendidikan, karena keterbatasan waktu, penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru dan ditunjukkan kepada para pengguna *cashless* sebagai populasi sampel dalam penelitian ini. Maka dari itu, diharapkan semakin banyak peneliti yang dapat memperluas cakupan objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Balakrishnan, V., & Shuib, N. L. M. (2021a). Drivers and inhibitors for digital payment adoption using the Cashless Society Readiness-Adoption model in Malaysia. *Technology in Society*, 65(June 2020), 101554. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101554>
- Balakrishnan, V., & Shuib, N. L. M. (2021b). Drivers and inhibitors for digital payment adoption using the Cashless Society Readiness-Adoption model in Malaysia. *Technology in Society*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101554>
- Carter, L., & Schaupp, L. C. (2009). Relating acceptance and optimism to e-file adoption. *International Journal of Electronic Government Research*, 5(3), 62–74. <https://doi.org/10.4018/jegr.2009070105>
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1981). Self-consciousness and reactance. *Journal of Research in Personality*, 15(1), 16–29. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(81\)90003-9](https://doi.org/10.1016/0092-6566(81)90003-9)
- Dinev, T., & Hu, Q. (2007). The centrality of awareness in the formation of user behavioral intention toward protective information technologies. *Journal of the Association for Information Systems*, 8(7), 386–408. <https://doi.org/10.17705/1jais.00133>
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(2), 85–93.
- Huang, X. X., Hu, Z. P., Liu, C. S., Yu, D. J., & Yu, L. F. (2016). The relationships between regulatory and customer pressure, green organizational responses, and green innovation performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 3423–3433. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.106>
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2021). Student Awareness of Digital Payment Services (Case

- Study in Indonesia). *Journal of Physics: Conference Series*, 1823(1).  
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1823/1/012036>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95.  
<https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2018). The moderating role of device type and age of users on the intention to use mobile shopping applications. *Technology in Society*, 53, 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.003>
- Nemati, A. R., & Khan, K. (2010). Impact of Innovation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty, A Study of Mobile Phones users in Pakistan. In *European Journal of Social Sciences* (Vol. 16, Issue 2).
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307–320.  
<https://doi.org/10.1177/109467050024001>
- Pham, T. T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments. *Technology in Society*, 43, 159–172. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2015.05.004>
- Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). A Comparative Study of Current and Potential Users of Mobile Payment Services. *SAGE Open*, 6(4).  
<https://doi.org/10.1177/2158244016675397>

- Shekhar, S., Manoharan, B., & Rakshit, K. (2020). Going cashless: Change in institutional logic and consumption practices in the face of institutional disruption. *Journal of Business Research*, 114, 60–79. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.010>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- van der Velden, P. G., Kleber, R. J., Fournier, M., Grievink, L., Drogendijk, A., & Gersons, B. P. R. (2007). The association between dispositional optimism and mental health problems among disaster victims and a comparison group: A prospective study. *Journal of Affective Disorders*, 102(1–3), 35–45. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2006.12.004>
- Varadarajan, R., & Kaul, R. (2018). Doing well by doing good innovations: alleviation of social problems in emerging markets through corporate social innovations. *Journal of Business Research*, 86, 225–233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.017>
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012). Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.019>
- Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. *Industrial Management and Data Systems*, 115(2), 253–269. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2014-0243>

## LAMPIRAN 1 : ANGKET PENELITIAN

## ANGKET PENELITIAN

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERGI TANPA UANG TUNAI ATAU CASHLESS DI  
KOTA PEKANBARU

## A. Identitas responden

Apakah pernah menggunakan *cashless*

Usia

Pekerjaan

## B. Petunjuk pengisian

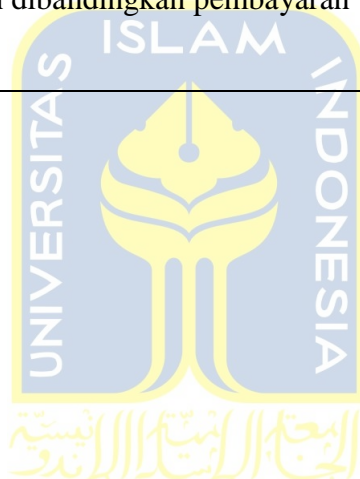
Jawablah pertanyaan-pertanyaan dengan memberikan tanda centang (V) pada salah satu alternatif jawaban yang sudah tersedia yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

## C. Pertanyaan

EASE OF USE						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya, mudah untuk mempelajari pembayaran digital					
2	Menurut saya, mudah untuk menggunakan pembayaran digital					
3	Menurut saya, nyaman saat melakukan pembayaran digital					
USEFULNESS						
1	Menurut saya, semua jenis pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan pembayaran digital					
2	Menurut saya, dengan menggunakan pembayaran digital maka dapat dilakukan secara efisien					
3	Menurut saya, menggunakan pembayaran digital dapat membantu mengelola pengeluaran dengan					

	lebih baik					
<b>OPTIMISM</b>						
1	Menurut saya, pembayaran digital cocok dengan gaya hidup sehari-hari					
2	Saya memiliki sarana untuk menggunakan pembayaran digital					
3	Menurut saya, pembayaran digital memberikan fleksibilitas dalam melakukan pembayaran					
<b>INNOVATIVENESS</b>						
1	Saya tidak keberatan untuk mencoba aplikasi pembayaran digital yang baru di pasaran					
2	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan aplikasi dan teknologi					
3	Menurut saya, saya tertarik dengan menggunakan pembayaran digital terbaru					
<b>LACK OF AWARENESS</b>						
1	Menurut saya, kurangnya informasi tentang pembayaran digital (misalnya membayar tagihan, layanan dan jasa) kurang tersedia					
2	Saya tidak tahu dimana dapat menggunakan pembayaran digital (misalnya bandara, mall)					
3	Menurut saya, banyak yang belum mengetahui aplikasi pembayaran digital yang tersedia					
<b>CASHLESS READINESS</b>						
1	Menurut saya, memiliki pengetahuan dan informasi yang cukup untuk menggunakan pembayaran digital					
2	Menurut saya, transaksi non tunai (cashless) merupakan transaksi yang dapat dilakukan dimana saja					

3	Menurut saya, saya berniat menggunakan transaksi non tunai (cashless) karena memiliki banyak jenis layanan					
<b>ADOPTION</b>						
1	Saya menggunakan transaksi pembayaran digital karena memiliki banyak kelebihan dibandingkan pembayaran tunai					
2	Saya berniat untuk melakukan pembayaran melalui pembayaran digital					
3	Saya menggunakan pembayaran digital karena merasa lebih efisien dibandingkan pembayaran tunai					



## LAMPIRAN 2 : HASIL PENELITIAN

HASIL PENELITIAN VARIABEL *EASE OF USE, USEFULNESS, OPTIMISM, INNOVATIVENESS, LACK OF AWARENESS, CASHLESS READINESS, ADOPTION*

NO	EASE OF USE			USEFULNESS			OPTIMISM			INNOVATIVENESS			LACK OF AWARENESS			CASHLESS READINESS			ADOPTION		
	K1	K2	K3	K1	K2	K3	K1	K2	K3	K1	K2	K3	K1	K2	K3	K1	K2	K3	K1	K2	K3
1	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	3	5	3	5	5
2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	2
5	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
6	5	5	5	3	4	2	3	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	3
7	5	4	4	3	4	4	2	5	5	4	5	5	3	2	4	2	4	4	3	4	3
8	5	5	5	3	4	3	3	5	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4
9	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2	4	4	3	3
10	5	5	5	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	3	4	2	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	5	4	2	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5
16	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
17	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4
20	4	3	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	3	2	5	3	4	4	5
21	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3	3	2	3	3
24	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	5	3	5	4

25	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	2	4	4	3	3	5	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	3	2	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	4
30	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	2	2	3	3	2	4	2	2	5
31	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	3	5
34	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
35	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	5
36	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	5
37	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5
38	5	5	5	4	3	5	3	4	4	3	5	5	2	3	4	5	4	5	2	3	4
39	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	2	2	5
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	5
41	5	3	2	2	3	4	3	4	3	4	5	4	2	4	5	4	4	3	2	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
43	5	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	5	2	3	5	4	5	5	5	4	5
44	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	3	3	3	5	3	4	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	2	3	5
46	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	3	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3
49	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	2	4	5
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	5	3	3	4	2	2	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	2	2	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	2	2	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

56	5	5	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3
57	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	3	3	4	4	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
59	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
60	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	4
61	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3
62	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4
63	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	5
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5
66	5	5	5	4	5	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	5	4	4
70	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	2	3	4	3	3
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3
73	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3
74	5	5	3	3	5	2	4	5	5	3	5	2	3	4	4	4	4	4	2	2	3
75	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	2	3	3	2	4	5	2	2	5
76	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
78	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	3	5	5	3	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	4	3
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
86	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	5	4	2	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	3	5

88	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	3	5	2	2	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	3	4	4
92	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	5	2	3	5	1	4	5	3	4	4
94	4	4	4	3	4	3	3	5	5	3	4	4	3	2	3	2	2	4	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
96	4	5	5	3	4	3	4	5	5	3	4	4	3	2	4	3	4	4	2	4	3
97	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	2	1	4	5	5	4	4
98	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	5	5
99	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	5	4	4	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	1	4	5	5	5	5
101	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3	3	5	4	4	3
103	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	2	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
107	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
108	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
109	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4
110	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	2	2	5	5	4	4	4
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	5
112	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	5	2	5	2	2	4	2	2	4
113	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2	4	2	4	5	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
115	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	2	4	5	4	4	5	4	4	4
118	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
119	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4

120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
121	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4
122	5	5	5	2	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	2	3	5	4	4	4	5
123	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	4	2	4	5	4	4	2
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
125	5	5	5	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4
126	5	5	4	2	4	4	4	5	5	5	2	5	2	4	2	2	5	5	4	4	4
127	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	3	4	5	5
128	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	5	5
132	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
134	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
135	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
136	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
137	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
139	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	4	5	5
140	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
141	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
142	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5
143	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	2	4
144	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
145	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4
146	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	5	4	4	4
147	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	2	5	4	5	5
148	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	2	2	2	5	5	4	4	5
149	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
150	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	4	5	4	5	5
151	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4

152	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	4
153	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4
154	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	4	5	4	4	5
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	5	2
157	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	4	5	5	5
158	5	5	5	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4
159	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5
160	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
161	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4
162	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5
164	5	5	5	4	3	5	3	4	4	3	5	5	2	5	4	5	4	5	4	3	4
167	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3
169	5	3	2	2	3	4	3	4	3	4	5	2	2	4	5	4	4	3	4	4	4
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
172	5	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	5	2	3	5	4	5	5	4	4	5
173	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	3	3	3	5	4	4	3
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	5	3
175	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
178	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3
179	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	4	5
180	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
181	4	4	5	2	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	3	4	4	5	4
183	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4
186	5	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5
187	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	3	3	4	5	5	4

188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4
189	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
190	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5
191	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	4	5
192	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	5	4
193	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
195	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5
196	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	4	5	4
197	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
198	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
199	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
200	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
201	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
202	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
203	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	4	5	5
204	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
205	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
206	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5
207	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4
208	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
209	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4
210	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	5	4	5	4
211	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	2	5	4	5	5
212	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	1	2	2	4	4	5	4	4	5
213	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
214	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5
215	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	5	4	4	4
216	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	2	4	5	5	4	4
217	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	4	4	5	5	5	4
218	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	5	5	5	5

219	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	5	4	4	4
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	4	4
221	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	4	5	2	4

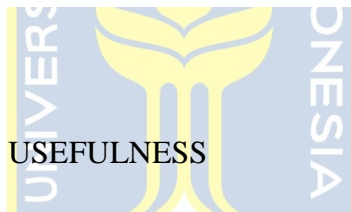


## LAMPIRAN 3 :HASIL UJI

## HASIL VALIDITAS VARIABEL EASE OF USE

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	Ease Of Use
X1.1	Pearson Correlation	1	.522**	.484**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
X1.2	Pearson Correlation	.522**	1	.380**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
X1.3	Pearson Correlation	.484**	.380**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Ease Of Use	Pearson Correlation	.829**	.807**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221



## HASIL VALIDITAS VARIABEL USEFULNESS

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	Usefulness
X2.1	Pearson Correlation	1	.513**	.345**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
X2.2	Pearson Correlation	.513**	1	.496**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
X2.3	Pearson Correlation	.345**	.496**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Usefulness	Pearson Correlation	.781**	.831**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

## HASIL VALIDITAS VARIABEL OPTIMISM

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Optimism
X3.1	Pearson Correlation	1	.458**	.489**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
X3.2	Pearson Correlation	.458**	1	.469**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
X3.3	Pearson Correlation	.489**	.469**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Optimism	Pearson Correlation	.781**	.811**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## HASIL VALIDITAS VARIABEL INNOVATIVENES

## Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Innovativeness
X4.1	Pearson Correlation	1	.471**	.452**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
X4.2	Pearson Correlation	.471**	1	.496**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
X4.3	Pearson Correlation	.452**	.496**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Innovativeness	Pearson Correlation	.786**	.811**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL VALIDITAS VARIABEL LACK OF AWARENESS

## Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Lack Of Awareness
X5.1	Pearson Correlation	1	.436**	.462**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
X5.2	Pearson Correlation	.436**	1	.478**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
X5.3	Pearson Correlation	.462**	.478**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Lack Of Awareness	Pearson Correlation	.786**	.803**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## HASIL VALIDITAS VARIABEL CASHLESS READINESS

## Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Cashless Readiness
Y1.1	Pearson Correlation	1	.504**	.439**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
Y1.2	Pearson Correlation	.504**	1	.476**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
Y1.3	Pearson Correlation	.439**	.476**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
Cashless Readiness	Pearson Correlation	.809**	.823**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL VALIDITAS VARIABEL ADOPSI

**Correlations**

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	ADOPSI
Y2.1	Pearson Correlation	1	.455**	.469**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221
Y2.2	Pearson Correlation	.455**	1	.533**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
Y2.3	Pearson Correlation	.469**	.533**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221
ADOPSI	Pearson Correlation	.793**	.816**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *EASE OF USE***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *USEFULNESS***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *OPTIMISM***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *INNOVATIVENESS***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *LACK OF AWARENESS***Reliability Statistics**

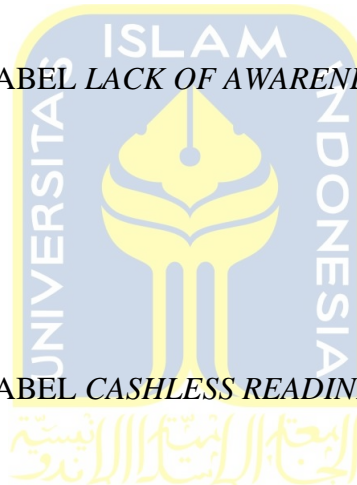
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *CASHLESS READINESS***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL *ADOPSION***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	3



## HASIL DESKRIPTIF STATISTIK

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Ease Of Use	221	9	6	15	12.38	1.791	3.209
Usefulness	221	9	6	15	12.40	1.675	2.804
Optimism	221	12	3	15	12.33	1.736	3.015
Innovativeness	221	8	7	15	12.34	1.700	2.890
Lack Of Awareness	221	9	6	15	12.33	1.715	2.942
Cashless Readiness	221	8	7	15	12.56	1.677	2.811
ADOPSI	221	9	6	15	12.45	1.751	3.067
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *EASE OF USE*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1.1	221	3	2	5	4.15	.722	.522
X1.2	221	3	2	5	4.03	.797	.636
X1.3	221	3	2	5	4.20	.717	.515
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *USEFULNESS*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X2.1	221	3	2	5	4.19	.718	.515
X2.2	221	3	2	5	4.17	.666	.443
X2.3	221	3	2	5	4.04	.722	.521
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *OPTIMISM*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X3.1	221	4	1	5	4.23	.637	.406
X3.2	221	4	1	5	3.98	.763	.581
X3.3	221	4	1	5	4.12	.756	.571
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *INNOVATIVENESS*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X4.1	221	3	2	5	4.11	.675	.455
X4.2	221	3	2	5	4.19	.692	.479
X4.3	221	3	2	5	4.05	.743	.552
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *LACK OF AWARENESS*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X5.1	221	3	2	5	4.16	.699	.488
X5.2	221	3	2	5	4.14	.730	.533
X5.3	221	3	2	5	4.03	.716	.513
Valid N (listwise)	221						

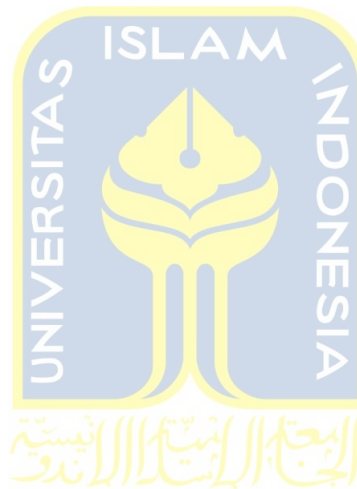
HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *CASHLESS READINESS*

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y1.1	221	3	2	5	4.18	.707	.501
Y1.2	221	3	2	5	4.14	.705	.497
Y1.3	221	3	2	5	4.24	.668	.447
Valid N (listwise)	221						

HASIL ANALISIS DEKRIPTIF VARIABEL *ADOPSION*

**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y2.1	221	3	2	5	4.11	.724	.525
Y2.2	221	4	1	5	4.18	.714	.510
Y2.3	221	4	1	5	4.17	.722	.522
Valid N (listwise)	221						

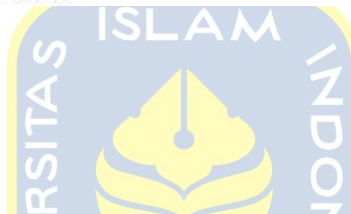


## HASIL UJI NORMALITAS

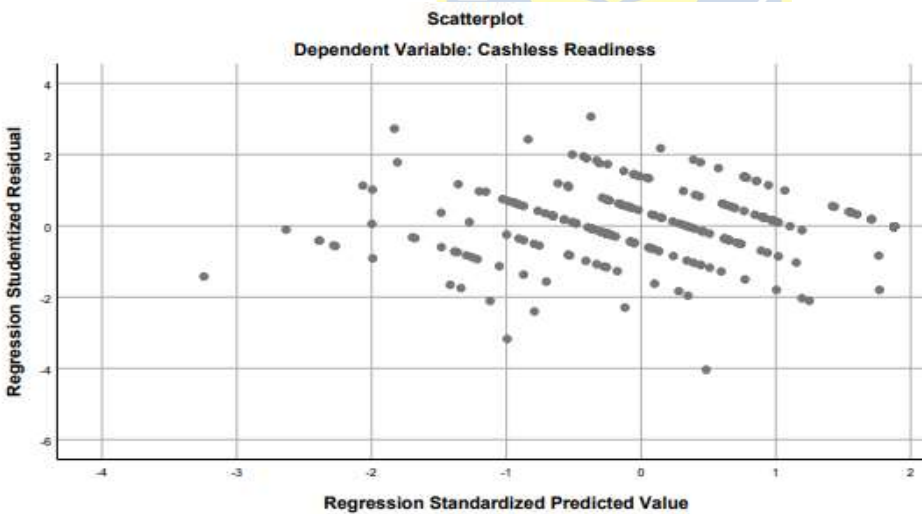
## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		221
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04487206
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.056
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.



## HASIL UJI HETEROKSIDITAS



## HASIL UJI MULTIKOLENIEARITAS

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.042	.631		1.652	.100		
	Ease Of Use	.149	.058	.159	2.567	.011	.471	2.125
	Usefulness	.230	.064	.229	3.593	.000	.443	2.255
	Optimism	.141	.061	.146	2.321	.021	.455	2.198
	Innovativeness	.193	.063	.196	3.084	.002	.449	2.227
	Lack Of Awareness	.219	.056	.224	3.927	.000	.553	1.809

a. Dependent Variable: Cashless Readiness

Sumber : Output SPSS

## HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANA DAN UJI T

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.042	.631		1.652	.100		
	Ease Of Use	.149	.058	.159	2.567	.011	.471	2.125
	Usefulness	.230	.064	.229	3.593	.000	.443	2.255
	Optimism	.141	.061	.146	2.321	.021	.455	2.198
	Innovativeness	.193	.063	.196	3.084	.002	.449	2.227
	Lack Of Awareness	.219	.056	.224	3.927	.000	.553	1.809

a. Dependent Variable: Cashless Readiness

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.371	.705		6.203	.000
	Cashless Readiness	.643	.056	.616	11.571	.000

a. Dependent Variable: ADOPSI

## HASIL UJI F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378.239	5	75.648	67.715	.000 <sup>b</sup>
	Residual	240.187	215	1.117		
	Total	618.425	220			
a. Dependent Variable: Cashless Readiness						
b. Predictors: (Constant), Lack Of Awareness, Optimism, Ease Of Use, Innovativeness, Usefulness						

## HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.603	1.057
a. Predictors: (Constant), Lack Of Awareness, Optimism, Ease Of Use, Innovativeness, Usefulness				
b. Dependent Variable: Cashless Readiness				

## HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI ADOPSI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 <sup>a</sup>	.379	.377	1.383
a. Predictors: (Constant), Cashless Readiness				

### HASIL UJI SOBEL EASE OF USE TERHADAP ADOPSI MELALUI CASHLESS READINESS

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.159	Sobel test: 2.66001836	0.0368208	0.00781364
b	0.616	Aroian test: 2.64972932	0.03696378	0.00805563
s <sub>a</sub>	0.058	Goodman test: 2.6704282	0.03667726	0.00757546
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate	

### HASIL UJI SOBEL USEFULNESS TERHADAP ADOPSI MELALUI CASHLESS READINESS

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.229	Sobel test: 3.40263451	0.04145729	0.00066739
b	0.616	Aroian test: 3.38999025	0.04161192	0.00069895
s <sub>a</sub>	0.064	Goodman test: 3.41542133	0.04130208	0.00063683
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate	

### HASIL UJI SOBEL OPTIMISM TERHADAP ADOPSI MELALUI CASHLESS READINESS

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.146	Sobel test: 2.33872115	0.0384552	0.01934987
b	0.616	Aroian test: 2.32954812	0.03860663	0.01983005
s <sub>a</sub>	0.061	Goodman test: 2.3480034	0.03830318	0.01887435
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate	

### HASIL UJI SOBEL INNOVATIVENESS TERHADAP ADOPSI MELALUI CASHLESS

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.193	Sobel test: 2.95117971	0.04028491	0.00316563
b	0.616	Aroian test: 2.93992722	0.0404391	0.00328289
s <sub>a</sub>	0.063	Goodman test: 2.9625624	0.04013013	0.0030509
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate	

### HASIL UJI SOBEL LACK OF AWARENESS TERHADAP ADOPSI MELALUI CASHLESS

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.224	Sobel test: 3.75917369	0.03670594	0.00017048
b	0.616	Aroian test: 3.74552874	0.03683966	0.00018001
s <sub>a</sub>	0.056	Goodman test: 3.77296887	0.03657173	0.00016132
s <sub>b</sub>	0.056	Reset all	Calculate	



