

**ANALISIS PENGGUNAAN E-WALLET KALANGAN GENERASI Z DI YOGYAKARTA  
DENGAN PENDEKATAN TECHONOLGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)  
SKRIPSI**



**Ditulis Oleh:**

**Nama : Prana Wirya Muhammad**  
**NIM : 18313263**  
**Jurusan : Ilmu Ekonomi**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
YOGYAKARTA  
2022**

**HALAMAN JUDUL**

**Analisis Penggunaan *E-Wallet* Kalangan generasi Z di Yogyakarta dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)**

**SKRIPSI**

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1  
Program Studi Ekonomi Pembangunan,  
pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Prana Wiryana Muhammad  
Nomor Mahasiswa : 18313263  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UH. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Penulis,



Prana Wirya Muhammad

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Analisi Penggunaan E-Wallet Kalangan Generasi Z di Yogyakarta dengan Pendekatan  
Technology Acceptance Model

Nama : Prana Wiryana Muhammad  
Nomor Induk Mahasiswa : 18313263  
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, Juni 2023

Telah disetujui dan disahkan oleh,

Dosen Pembimbing,



Mustika Noor, M.S.I., M.Ek.

## PENGESAHAN UJIAN

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Pada Semester Genap 2022/2023, hari Rabu, tanggal 12 Juli 2023, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : PRANA WIRYA MUHAMMAD  
NIM : 18313263  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGGUNAAN E-WALLET KALANGAN  
GENERASI Z DI YOGYAKARTA DENGAN PENDEKATAN  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)  
Dosen Pembimbing : Mustika Noor Mifahi, S.E.I.,M.E.K.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

### Lulus

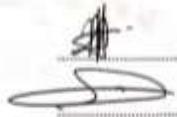
Nilai : A

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

#### Tim Penguji:

Ketua Tim : Mustika Noor Mifahi, S.E.I.,M.E.K.

Anggota Tim : Priyonggo Suseno, SE., M.Sc.



## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga tugas akhir berupa skripsi dapat diselesaikan penulis. Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua penulis Ayah dan Mama yang selalu memberi nasihat serta doa. Untuk keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan hiburan, serta sahabat dan teman-teman penulis yang selalu menemani penulis saat senang maupun susah.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas pemberian segala hidayah, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat dan mampu menyelesaikan penelitiannya dengan judul “Analisis Penggunaan E-Wallet Kalangan Generasi Z di Yogyakarta dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi tugas akhir berupa skripsi yang mana menjadi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis tidak lepas akan kekurangan yang jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat terbuka akan saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Tidak lupa atas dukungan, motivasi, petunjuk, dan arahan dari berbagai pihak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia serta kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan dan nasihat serta doa sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan atas ridho kedua orang tua.
3. Dua kakak saya atas dukungan semangat dan motivasi yang diberikan pada penulis.
4. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bu Mustika Noor, S.E.I., M.Ek. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan, arahan serta ilmu yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Rekan-rekan Prestise Investama, Gas Gas YK, dan sahabat – sahabat kuliah yang mendukung, membantu, menemani, dan ikut merasakan lika liku perkuliahan.
8. Sahabat serta teman di luar kampus yang selalu memberikan semangat
9. Teman – teman Ilmu Ekonomi 2018 yang tidak bias disebutkan satu persatu.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN UJIAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DATAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 E-Wallet Use.....	8
2.3 Extended Technology Acceptance Model (TAM).....	9
2.4 Perceived Ease of Use.....	10
2.5 Perceived Usefulness.....	10
2.6 Privacy and Security.....	11
2.7 Behavioral Intention to Use.....	11
2.8 Kerangka Berfikir.....	12
2.9 Hipotesis.....	13
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1 Ruang Lingkup.....	14
3.2 Populasi dan Sampel.....	14
3.2.1 Populasi.....	14
3.2.2 Sampel.....	14
3.2.3 Teknik Sampling.....	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.4 Definisi Operasional dan Pengukur Variabel Penelitian.....	16
3.4.1 Perceived Ease of Use.....	16
3.4.2 Perceived Usefulness.....	17
3.4.3 Privacy and Security.....	18

3.4.4	Behavioral Intention to Use.....	18
3.4.5	E-Wallet Use .....	19
3.5	Teknik Analisis Data.....	19
BAB 4	ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	20
4.1	Karakteristik Responden .....	20
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	20
4.1.2	Usia Responden.....	21
4.1.3	Pendapatan atau Uang Saku per Bulan Responden.....	21
4.1.4	Profil <i>E-Wallet</i> yang Digunakan Responden .....	22
4.2	Analisis Statistik Deskriptif .....	23
4.3	Analisis Data .....	24
4.3.1	Evaluasi Measurement (Outer Model).....	24
4.3.2	Pengujian Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ).....	26
4.4	Pengujian Hipotesis.....	27
4.4.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> (H1).....	28
4.4.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> (H2).....	28
4.4.3	Pengaruh <i>Privacy and Security</i> terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> (H3).....	28
4.4.4	Pengaruh <i>Behavioural Intention to Use</i> terhadap <i>Actual Usage</i> (H4) .....	29
4.5	Pembahasan .....	29
4.5.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> .....	29
4.5.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> .....	29
4.5.3	Pengaruh <i>Privacy and Security</i> Terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i> .....	30
4.5.4	Pengaruh <i>Behavioural Intention to Use</i> Terhadap <i>Actual Usage</i> .....	30
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
5.1	Kesimpulan .....	32
5.2	Saran.....	33
Daftar Pustaka	.....	34
LAMPIRAN	.....	41
Lampiran 1	(Kuesioner) .....	42
Lampiran 2	Karakteristik Responden.....	46
Lampiran 3	Output SmartPLS4.....	48

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Metode Pembayaran yang Sering digunakan Usaha E-Commerce tahun 2020 .....	2
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berfikir .....	12
<b>Gambar 4.6</b> Tampilan Hasil SmartPLS 4 SEM Algorithm .....	24
<b>Gambar 4.9</b> Tampilan Hasil SmartPLS 4 Boothstrapping .....	27

## **DATAR TABEL**

<b>Tabel 4.1</b> Responden Menurut Jenis Kelamin .....	20
<b>Tabel 4.2</b> Responden Menurut Usia.....	21
<b>Tabel 4.3</b> Responden Menurut Pendapatan/Uang Saku per Bulan .....	21
<b>Tabel 4.4</b> Responden Menurut Profil E-Wallet yang Digunakan Responden .....	22
<b>Tabel 4.5</b> Deskripsi Statistik .....	23
<b>Tabel 4.7</b> Convergent Validity and Reliability .....	26
<b>Tabel 4.8</b> R-Square .....	26
<b>Tabel 4.10</b> Path Coefficients .....	28

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *privacy and security*, dan *behaviour intention to use* terhadap *actual usage* pada *e-wallet* di kalangan generasi z Yogyakarta. Data yang digunakan merupakan data primer yang diambil secara langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *privacy and security* terhadap *behaviour intention to use* serta pengaruhnya *behaviour intention to use* terhadap *actual usage* pada *e-wallet*. Metode analisis yang digunakan adalah *partial least square* (PLS) yang merupakan model persamaan *structural equation model* (SEM) dengan pendekatan *variance* atau *component based structural equation modeling*. Adapun hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *privacy and security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behaviour intention to use* serta variabel *behaviour intention to use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *actual usage*. Akan tetapi variabel *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behaviour intention to use*.

**Kata Kunci:** TAM, *e-wallet*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *privacy and security*, *behaviour intention to use*, *actual usage*.

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era digital yang sedang berkembang pesat, teknologi telah mengalami pergeseran dari sektor konvensional ke sektor digital, yang sering disebut sebagai digitalisasi. Salah satu perkembangan teknologi informasi terpenting terjadi dalam bidang komunikasi, yaitu kemajuan telepon seluler atau *hand-phone* dan komputer berjaringan internet, yang memungkinkan seseorang untuk terhubung dengan orang lain tanpa batasan waktu dan jarak (Kasemin, K. 2016). Bahkan, telepon seluler telah berevolusi menjadi *smartphone* yang canggih dan dilengkapi dengan berbagai fitur unik. Kecanggihan teknologi ini mulai menarik minat masyarakat secara luas.

Perkembangan teknologi telah berdampak pada inovasi produk fintech. Kemajuan teknologi informasi yang pesat telah memberikan sistem pembayaran dengan karakteristik yang berbeda. Meskipun meningkatnya jumlah sistem pembayaran elektronik telah mendorong konsumen untuk beralih dari transaksi tunai ke non-tunai, namun mengubah praktik perdagangan berbasis tunai yang sudah mapan masih sulit dilakukan (Yaokumah et al., 2017). Selain itu, perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dituntut untuk menyediakan layanan yang prima dan cepat. Salah satu layanan yang dapat diberikan oleh perusahaan adalah layanan pembayaran yang cepat dan mudah melalui *e-wallet* (Hutami & Septyarini, 2018).

Sistem pembayaran memegang peran sentral dalam ekonomi, terutama dalam memastikan transaksi pembayaran oleh masyarakat dan bisnis dapat terlaksana. Selain itu, sistem pembayaran juga memiliki peran penting dalam mendukung stabilitas sistem dan pelaksanaan kebijakan moneter (Fatmawati dan Yuliana, 2019). Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia telah mendorong kemajuan sistem pembayaran. Inovasi dalam penyelenggaraan transaksi non tunai semakin meningkat sebagai respons terhadap kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat (Lintangsari et al., 2018). Peningkatan penggunaan transaksi non tunai oleh masyarakat didorong oleh kemudahan dalam bertransaksi, yang dapat mengakibatkan penurunan biaya

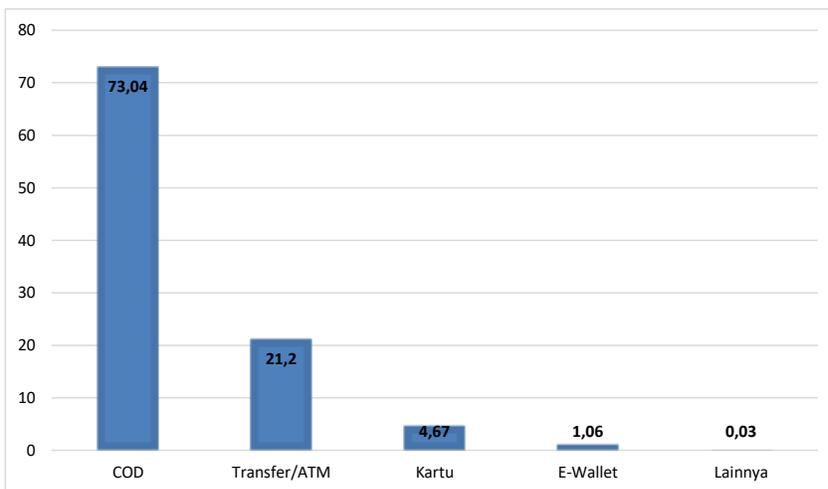
**Commented [MNMSM1]:** Secara umum pendahuluan belum mencakup:  
1. Teori yang mendasari penelitian ini (secara singkat)  
2. Pentingnya penelitian ini dilakukan  
3. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya

transaksi dan pada akhirnya merangsang pertumbuhan ekonomi (Febriaty, H. 2019). Selain kemudahan bertransaksi, penggunaan transaksi non tunai juga berpotensi mengurangi permintaan uang yang dikeluarkan oleh bank sentral, yang akan mempengaruhi pelaksanaan tugas bank sentral dalam mengendalikan kebijakan moneter (Costa Storti & De Grauwe, 2001).

Anak muda jaman sekarang terlebihnya pada kalangan generasi z saat ini telah menganggap penggunaan *smartphone* sebagai kebiasaan sehari-hari. Mereka sering melakukan transaksi digital dan *Electronic Wallet (E-Wallet)* dianggap sangat membantu, terutama bagi mahasiswa dalam melakukan berbagai aktivitas, seperti membeli pulsa, transfer uang, membayar tagihan seperti listrik, wifi, spp, dan lain-lain. Sistem pembayaran berbasis seluler banyak digunakan karena konsumen merasa metode ini memberikan keuntungan yang besar (Gokilavani et al., 2018). Penggunaan *e-wallet* tidak hanya memudahkan dan mempercepat proses pembayaran, tetapi juga memberikan rasa nyaman dan keamanan kepada konsumen saat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja (Liébana-Cabanillas et al., 2014). Karena keuntungan tersebut, *e-wallet* menjadi layanan yang cocok bagi anak muda dalam melakukan transaksi sehari-hari mereka.

**Gambar 1.1**

Metode Pembayaran yang Sering digunakan Usaha *E-Commerce* tahun 2020



**Commented [MNMSM2]:** Tidak sama dengan keterangan Gambar

Sumber: ('Statistik E-Commerce' bps.go.id, 2020)

Berdasarkan gambar data diatas, *e-wallet* masih terhitung rendah dengan presentase 1,06% dari metode pembayaran lainnya. Maka, bisa dikatakan bahwa masih banyak yang belum menggunakan *e-wallet*. Hal tersebut menunjukkan *e-wallet* memiliki peluang untuk berkembang dengan merangkul lebih banyak pengguna. Ditambah, pandemi juga mendorong transisi perilaku konsumen *cash-based* ke *cash-less*. Di Indonesia, pengguna *e-wallet* atau dompet digital semakin banyak dalam beberapa tahun terakhir (Alif & Pratama, 2014).

Adaptasi masyarakat terhadap teknologi baru merupakan hal penting untuk memastikan penerimaan dan penggunaan yang optimal. Dalam konteks ini, variabel-variabel TAM dianggap paling sesuai untuk memutuskan penerimaan teknologi baru. Penelitian akademis sering menggunakan TAM untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi baru (Burnaz & Aydin, 2016). Studi perilaku konsumen terhadap penggunaan *e-wallet* kemudian dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel TAM, seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *behaviour intention to use*, yang berhubungan dengan minat/penggunaan *e-wallet* (Karim et al., 2020).

Pada penelitian ini, peneliti terfokus pada kalangan generasi z dalam menganalisa perkembangan teknologi *e-wallet*. Lahir di era digital, kalangan ini melek teknologi, menggunakan ponsel untuk merasa terhubung dan berbelanja. Sebagai generasi yang peka terhadap globalisasi dan teknologi, mereka memiliki gaya hidup atau budaya yang lebih modern. Oleh karena itu, generasi z adalah segmen vital yang menjadi target perusahaan *fintech* untuk menembus *e-wallet* (Do & Do, 2020).

Dalam perspektif ekonomi makro, keberadaan e-wallet memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Menurut teori kuantitas uang Irving Fisher, kenaikan harga barang tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah uang yang beredar, tetapi juga oleh kecepatan peredaran uang tersebut (Lubianti, 2005). Dengan kemudahan bertransaksi melalui e-wallet, semakin banyak masyarakat yang menggunakan e-money dan melakukan transaksi secara digital. Hal ini dapat mempengaruhi jumlah uang yang beredar dan berpotensi mempengaruhi inflasi secara tidak langsung (Zunaitin et al., 2017).

Berkaitan dengan fenomena tersebut, peneliti berencana untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan spesifik terkait dengan penggunaan e-wallet di kalangan generasi

Commented [MNMSM3]: Kalimat ini kurang relevan

Commented [MNMSM4]: Kata sambung tidak boleh dijadikan awalan

Z di Yogyakarta. Hal ini bertujuan untuk membedakan penelitian sebelumnya yang cakupannya lebih luas.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berikut adalah pertanyaan penelitian yang dirumuskan setelah menganalisis latar belakang masalah di atas:

- a. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- b. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- c. Apakah *Privacy and Security* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- d. Apakah *Behavior Intention* berpengaruh terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan analisis latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian yang dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- c. Untuk menganalisis pengaruh *Privacy and Security* terhadap *Behavior Intention* untuk menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta
- d. Untuk menganalisis pengaruh *Behavior Intention* terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi Z di Yogyakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan *e-wallet* dengan memanfaatkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Diharapkan hasil analisis dari penelitian ini dapat memberikan masukan bagi masyarakat, khususnya generasi Z, terkait penggunaan *e-wallet* dan menjadi motivasi untuk memanfaatkannya dalam aktivitas ekonomi karena kemudahan dan keuntungannya. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan penggunaan *e-wallet*. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pedoman bagi perusahaan fintech atau non-fintech dalam mengoptimalkan layanan transaksi mereka. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan perkembangan teknologi di Indonesia.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh variabel TAM terhadap penerimaan teknologi baru selama beberapa tahun terakhir. Penelitian-penelitian tersebut akan menjadi landasan bagi penulis dalam melaksanakan penelitian ini, dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan maupun perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya. Hal ini akan berguna dalam kasus di mana topik penelitian sebelumnya relevan atau sama dengan penelitian tentang penggunaan *e-wallet* yang akan dilakukan oleh penulis. Ada banyak penelitian terdahulu yang erat kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Menurut Hutami dan Septyarini (2018), semakin seseorang merasakan manfaat dari penggunaan *e-wallet*, semakin besar dorongan mereka untuk terus menggunakan *e-wallet*. Demikian pula, semakin mudah penggunaan *e-wallet* dirasakan, semakin besar pula kemungkinan mereka terdorong untuk menggunakan *e-wallet*. Selain itu, apabila orang-orang disekitarnya mendukung penggunaan *e-wallet*, maka semakin besar pula dorongan mereka untuk menggunakannya.

Isrososiawan et al. (2019) melakukan penelitian tentang penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) pada pelanggan *e-wallet* 'DANA'. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi 'DANA', kenyamanan, dan kemampuan untuk digunakan di mana saja sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi. Selain itu, penggunaan aplikasi 'DANA' juga dapat meningkatkan efisiensi dan menghemat waktu dengan transaksi yang lebih cepat, sehingga mempercepat proses pelayanan dan transaksi.

Berdasarkan penelitian Sharma et al. (2019) tentang persepsi konsumen terhadap *e-wallet*, disimpulkan bahwa variabel kepercayaan merupakan faktor yang paling penting bagi konsumen *e-wallet* dan juga merupakan tantangan bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk memberikan tingkat keamanan yang memadai dalam pembayaran melalui *e-wallet*. Sementara itu, variabel mobilitas ternyata menjadi faktor yang paling tidak diperhatikan oleh konsumen *e-wallet* berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh para peneliti.

Karim et al. (2020) melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran di kalangan remaja

Malaysia. Penelitian tersebut menemukan bahwa *behavioral intention* atau niat perilaku berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Selain itu, *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan niat perilaku..

Menurut Nisa & Solekah (2002), tidak terdapat pengaruh langsung dari *perceived usefulness*, *social influence*, dan *security* terhadap *intention to use*. Namun, terdapat pengaruh langsung dari *perceived ease of use* terhadap *intention to use*. Selain itu, attitude tidak dapat menjadi penghubung antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dengan *intention to use*. Sedangkan, *trust* dapat sepenuhnya menjadi penghubung antara *security* dengan *intention to use*.

Menurut penelitian Nur & Joviando (2021), pengguna *e-wallet* harus mempertimbangkan beberapa faktor sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas dan memberikan bukti tentang perilaku pengguna *e-wallet*. Kesimpulan penting dari penelitian ini adalah efikasi diri memiliki dampak signifikan pada persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet*. Model TAM diperluas dengan menambahkan konstruk efikasi diri untuk lebih memperjelas faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet*.

Ariffin et al. (2021) melakukan penelitian mengenai niat konsumen untuk menggunakan layanan *e-wallet* dan menemukan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berdampak positif pada sikap konsumen. Selain itu, sikap, norma subjektif, *positive disconfirmation*, dan *perceived behavioral control* juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kelangsungan penggunaan. Namun, *perceived value* tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan dalam memperkuat hubungan antara kepuasan pengguna dan niat untuk terus menggunakan *e-wallet*.

Menurut Tan et al. (2020) faktor penting untuk *perceived ease to use*, yaitu *previous experiences* dan *facilitating condition* hadir sebagai korelasi yang kuat dengan niat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan faktor *perceived usefulness*, yang terdiri dari *social influence*; *perceived enjoyment* dan *information knowledge* menunjukkan hubungan moderat dengan *intention to use e-wallet*.

Yang et al. (2021) mengungkapkan bahwa dalam adopsi *e-wallet*, niat untuk menggunakan aplikasi tersebut memainkan peran penting sebagai mediator antara *perceived*

*usefulness, perceived ease of use, social influence, facilitating condition, lifestyle compatibility, dan perceived trust.* Studi tersebut juga menemukan bahwa variabel demografi seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan tidak memoderasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan niat untuk menggunakan *e-wallet*, dalam perspektif yang diusulkan oleh UTAUT.

Alam et al. (2021) Melakukan penelitian tentang tantangan dan prospek dalam pemakaian *e-wallet* untuk proses perkembangan bisnis di Malaysia. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun prospek pengembangan *e-wallet* di Malaysia memiliki banyak potensi, terlihat bahwa penggunaan *e-wallet* masih rendah karena fungsionalitasnya yang berbasis teknologi. Masyarakat masih cenderung menghindari penggunaan platform ini karena baik dari golongan yang berpendidikan atau kurang berpendidikan masih gagal memahami fungsi dompet elektronik dan sistem pembayaran elektronik lainnya.

Menurut penelitian Daragmeh et al. (2021) tentang niat berkelanjutan untuk menggunakan *e-wallet* selama pandemi COVID-19, efikasi diri memiliki pengaruh signifikan pada *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai pendorong utama niat berkelanjutan. Selain itu, persepsi keparahan dan kerentanan yang dirasakan juga ditemukan berpengaruh signifikan pada adopsi/konfirmasi dan persepsi kegunaan *e-wallet*.

Ramli & Hamzah (2021) Menyetujui bahwa adopsi dari *mobile payment* diantara negara-negara berkembang agak terlambat daripada rekan-rekan mereka yang maju. Sisi baiknya ukuran pasar yang belum dimanfaatkan juga dapat memicu pertanyaan lebih lanjut apakah penyedia *e-wallet* dapat mengambil manfaat dari *early mover advantage strategy*.

## **2.2 E-Wallet Use/Actual Usage (Penggunaan E-Wallet)**

Beberapa studi yang berkaitan dengan kepuasan telah memberikan bukti bahwa ada hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan niat pasca pembelian atau pembelian kembali yaitu penggunaan terus menerus (Kuo et al., 2009; Moon & Kim, 2001) yang telah ditentukan sebagai *actual usage*. Tam dan Oliveira (2016) mengamati bahwa menarik *potential user* tidak hanya penting, tetapi juga mempertahankan *user* yang sudah ada. Mempertahankan pengguna dikaitkan dengan kepercayaan pengguna terhadap sistem karena mencakup siklus pengalaman pengguna (Sharma & Sharma, 2019). Banyak peneliti juga menemukan hubungan yang kuat antara kepuasan dengan loyalitas (de Ruyter & Wetzels, 2000; Liu et al., 2011) yang mungkin mengarah pada *actual usage*. *E-wallet* adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk melakukan transaksi perdagangan elektronik dengan cepat dan aman dengan

menyimpan informasi kartu kredit mereka (Karim et al., 2020; Upadhayaya, 2012). *E-wallet* memiliki banyak fitur keamanan yang tidak tersedia pada dompet biasa atau tradisional. Saat ini, pembayaran melalui *e-wallet* dianggap sebagai salah satu metode transaksi yang paling menonjol karena transaksi elektronik menggunakan dompet digital memiliki keunggulan kemudahan, fleksibilitas, dan perlindungan (Salah Uddin & Yesmin Akhi, 2014). *E-wallet* melindungi dompet pengguna melalui beberapa cara, seperti meminta kata sandi sebelum menampilkan kartu/akun di dompet yang dilindungi dan mengenkripsi informasi dalam kartu/akun di dompet yang dilindungi oleh kata sandi. Contoh *e-wallet* yang banyak digunakan di Indonesia adalah OVO, Gopay, Dana, ShopeePay, dan LinkAja, yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi, seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, tagihan makan di restoran, BPJS, tv kabel, belanja daring, dan biaya pendidikan (Alif & Pratama, 2014).

### **2.3 Extended Technology Acceptance Model (TAM)**

Beberapa teori telah digunakan untuk memahami niat konsumen dalam menggunakan teknologi IS. Banyak literatur sudah mempelajari model TAM secara ekstensif (Davis & Davis, 1989) dan merupakan teori layanan informasi yang memodelkan bagaimana pengguna mengadopsi dan menggunakan teknologi tertentu (Dauda & Lee, 2015). Sudah banyak penelitian yang mengembangkan model TAM dan menerapkannya ke dalam beberapa teknologi. Variabel-variabel TAM sangat sesuai untuk mengambil keputusan dalam menerima teknologi baru. Dalam penelitian akademis, TAM dianggap sebagai ekstensi yang dikenal dengan baik untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi baru (Burnaz & Aydin, 2016). Namun, variabel asli TAM mungkin tidak memadai untuk mencakup keyakinan utama yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap *e-shopping*.

Dalam rangka untuk meningkatkan kekuatan dan akurasi TAM asli, disarankan untuk mempertimbangkan beberapa variabel tambahan yang dapat ditambahkan ke dalam model (Jaradat, 2014). TAM telah diperluas dengan berbagai variabel tambahan sesuai kebutuhan, termasuk TAM2 yang dikembangkan pada tahun 2000 oleh Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis dalam penelitian mereka yang berjudul "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies" (Hutami & Septyarini, 2018). Studi TAM2 pada dasarnya adalah TAM dengan tambahan beberapa variabel pengaruh sosial seperti norma subjektif, keinginan sukarela, dan citra (Venkatesh & D. Davis, 2000). Namun,

penelitian ini hanya menambahkan variabel privasi dan keamanan untuk menguji minat perilaku dalam menggunakan *e-wallet*. Privasi dan keamanan adalah salah satu variabel tambahan yang positif terkait dengan niat perilaku untuk menggunakan teknologi baru (Barry et al., 2018).

#### **2.4 Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan)**

*Perceived ease of use* mengacu pada seberapa mudah seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan dilakukan tanpa usaha yang berlebihan (Davis & Davis, 1989). Hal ini menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan untuk menggunakan teknologi baru (Isrososiawan et al., 2019). Kemudahan penggunaan memiliki dua dampak, yaitu efek pada sikap melalui *self-efficacy* dan instrumentalitas, serta melalui kegunaannya (Davis et al., 1989). Sebuah penelitian pada mahasiswa oleh Al-Marroof & Al-Emran (2018) menunjukkan bahwa jika mahasiswa merasa teknologi *web service* mudah digunakan dan *user-friendly*, hal ini akan berdampak positif pada *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*. Platform yang mudah digunakan juga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat penggunaannya (Hernández Méndez, 2015).

#### **2.5 Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)**

*Perceived usefulness* merupakan suatu penilaian subjektif yang menunjukkan seberapa besar kemungkinan teknologi dapat membantu konsumen mencapai tujuan mereka (Isrososiawan et al., 2019). Dalam konteks penelitian ini, *perceived usefulness* dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan sistem *e-wallet*. Dalam kerangka TAM, *perceived usefulness* diasumsikan memiliki hubungan langsung dengan *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi (Park et al., 2014). Menurut (Venkatesh et al., 2003), model TAM telah diperluas dan ditemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *behavioral intention* dan merupakan salah satu faktor yang paling kuat dalam memprediksi niat untuk menggunakan suatu sistem. (Yi & Hwang, 2003) juga menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention*.

## 2.6 Privacy and Security (Privasi dan Keamanan)

Privasi diartikan sebagai kemampuan individu untuk memantau informasi pribadi yang relevan dengan dirinya sendiri (Cliquet et al., 2013). Menurut penelitian (Soodan & Rana, 2020), salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* adalah privasi dan keamanan yang dianggap lebih signifikan. Kurangnya keamanan dan privasi adalah salah satu masalah yang menghalangi pelanggan dalam melakukan transaksi elektronik (Milberg et al., 2000). Namun, pembayaran menggunakan *e-wallet* tanpa fitur keamanan dapat menyebabkan akses yang tidak sah ke informasi pribadi dan menjadi peluang bagi penjahat dunia maya untuk melakukan tindakan yang merugikan (Kaur et al., 2018). Menurut Sharma et al., (2019), privasi dan anonimitas sangat penting untuk penggunaan *m-wallet* dan menunjukkan kemampuan untuk mengaktifkan akses ke data yang dilindungi hanya oleh entitas yang berwenang. Pelanggan mungkin tidak akan mempercayai penyedia sistem informasi dan akan menolak melakukan transaksi apapun melalui pembayaran elektronik kecuali jika ada fitur privasi dan keamanan yang terjamin (Gitau & Nzuki, 2014). Pelanggan yang tidak berpengalaman dalam penggunaan teknologi mungkin memiliki kekhawatiran terkait keamanan dan privasi. Karena perkembangan teknologi yang cepat dan masalah keamanan menjadi perhatian serius bagi pelanggan yang menggunakan teknologi pintar untuk melakukan transaksi (Mohamad et al., 2010). Tanpa perlindungan privasi dan keamanan yang tepat, pelanggan akan berhati-hati dalam menggunakan teknologi *e-wallet* (Wei et al., 2009).

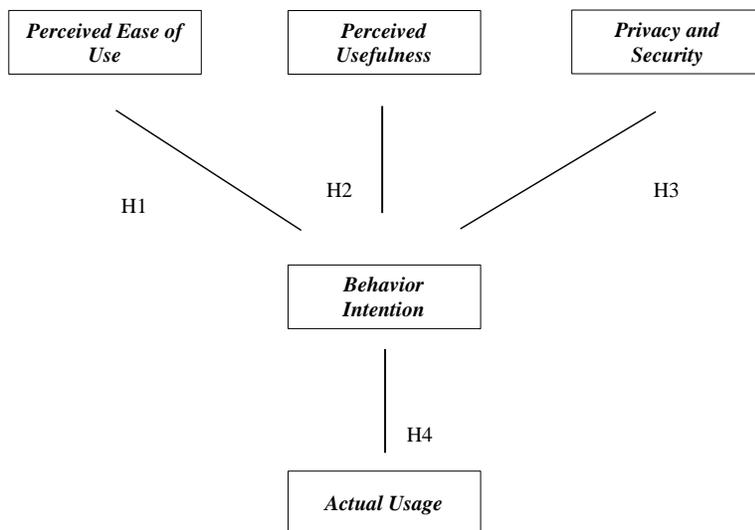
## 2.7 Behavioral Intention to Use (Minat Penggunaan)

*Behavioral intention* adalah kemauan atau keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu (Ajzen, 2005). Menurut Zhao dan Othman (2011), niat mengacu pada serangkaian tindakan yang ingin dicapai oleh seseorang. Dalam konteks *e-wallet*, *behavioral intention* mengacu pada kemauan pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik ini. Diharapkan bahwa penggunaan *e-wallet* akan terus meningkat di masa depan di Malaysia (Nizam et al., 2018). Menurut (Yi & Hwang, 2003), *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use*, yang berarti semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin besar kemungkinannya untuk benar-benar menggunakannya. Selain itu, (Venkatesh et al., 2003) memperluas model penerimaan teknologi dengan menambahkan empat variabel, dan menemukan bahwa niat perilaku untuk menggunakan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku penggunaan.

## 2.8 Kerangka Berfikir

Struktur konseptual dalam penelitian ini diilustrasikan melalui bagan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
Kerangka Berfikir



## 2.9 Hipotesis

Hipotesis berlandaskan kerangka pemikiran yang dicantumkan oleh peneliti.

Dalam kerangka pemikiran terkandung masalah pokok dan tujuan yang akan dicapai.

1. *Perceived ease of use* (PEU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* (BI).
2. *Perceived usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* (BI).
3. *Privacy and Security* (PS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* (BI).
4. *Behavioral Intention to use* (BI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet use* (AU).

Commented [MNMSM5]: Cukup Hipotesisnya saja

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Ruang Lingkup**

Penelitian ini berfokus pada populasi kalangan generasi z di Yogyakarta. Sampel akan diambil secara acak dan akan dibahas lima variabel, yaitu penggunaan *e-wallet*, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, privasi dan keamanan, dan niat perilaku untuk menggunakan *e-wallet*.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, objek yang dibutuhkan oleh peneliti untuk memecahkan masalah adalah populasi. Dengan menentukan populasi, peneliti dapat melakukan pengolahan data yang diperlukan. Untuk mempermudah pengolahan data, peneliti akan mengambil sampel dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Sampel ini membantu peneliti dalam mengolah data secara lebih mudah dan menghasilkan hasil yang lebih kredibel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti memilih kalangan generasi z di Yogyakarta sebagai populasi dan mengambil sampel 100 orang dari rekan-rekan peneliti yang berusia antara 17-25 tahun di Yogyakarta, baik yang tinggal di Bantul, Sleman, Kota, Wonosari, maupun Kulon Progo.

##### **3.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi dari objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan langkah penting dalam penelitian karena dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi penelitian. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada kalangan generasi z yang berada di Yogyakarta pada bulan November 2022 sampai Januari 2023. Total penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta dengan rentang usia 17-25 tahun adalah 469.225 jiwa per semester ke 2 tahun 2021 (kependudukan.jogjapro.go.id, 2023).

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang diharapkan dapat merepresentasikan

populasi dalam penelitian. Sugiyono (2017:81) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel diambil karena terdapat keterbatasan dalam penelitian, seperti keterbatasan waktu, tenaga, dana, dan jumlah populasi yang besar. Oleh karena itu, peneliti harus memilih sampel yang representatif untuk dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah 100 pengguna *e-wallet* yang berusia 17-25 tahun dan berdomisili di Yogyakarta. Sampel 100 diperoleh dari rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{469.225}{1 + 469.225(0,1)^2}$$

$$n = 99,9 = 100$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

### 3.2.3 Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2017:81), ada teknik tertentu yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik yang termasuk dalam metode *non-probability*, yang digunakan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dipilih dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* yang berusia 17-25 tahun dan berdomisili di Yogyakarta. Data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis menggunakan aplikasi *Partial Least Square* (PLS), yang merupakan jenis analisis statistik yang mirip dengan analisis *covariance* dalam SEM. Oleh karena itu, PLS yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbasis regresi linear.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pentingnya teknik pengumpulan data dan alat pengumpulan data sangat berkaitan dengan kesuksesan sebuah penelitian. Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data, sementara instrumen pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2017:137), sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner online berupa google form melalui group wa dan menghubungi langsung responden. Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan instrumen kuesioner melalui google form yang dapat

diakses secara online oleh responden.

Isi kuisioner pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- I : mengenai karakteristik responden
- II : mengenai *perceived ease of use*
- III : mengenai *perceived usefulness*
- IV : mengenai *privacy and security*
- V : mengenai *behavioral intention to use*
- VI : mengenai *e-wallet use*

Dalam penelitian ini, pengukuran tanggapan responden akan dilakukan dengan menggunakan skala likert yang memungkinkan responden untuk menilai faktor kualitatif dari setiap indikator yang terkait. Menurut Sutrisno (1991), skala likert merupakan alat pengukuran yang meminta responden untuk menentukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan yang terkait dengan objek stimulus (Djaali, 2017). Dalam hal ini, akan digunakan lima skala likert yang memungkinkan responden untuk memberikan tanggapan dengan tingkat kekuatan perasaan yang berbeda, antara lain:

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi poin : 5
- Jawaban Setuju (S) diberi poin : 4
- Jawaban Netral (N) diberi poin : 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi poin : 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin : 1

### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukur Variabel Penelitian

Definisi operasional dalam penelitian adalah definisi yang mengacu pada metode spesifik yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian (Indriantoro, 2007). Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel yang akan diukur, yaitu *e-wallet usage* sebagai variabel dependen, serta *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *privacy and security*, serta *behavior intention to use* sebagai variabel independen. Berikut adalah definisi operasional untuk masing-masing variabel:

#### 3.4.1 *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

*Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh

mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha (Davis & Davis, 1989). Variabel ini merupakan salah satu variabel independen dalam penelitian ini yang berhubungan dengan *Behavioral Intention to Use*. Peneliti menggunakan enam pertanyaan untuk mengukur variabel ini, antara lain yaitu:

- a. Mengakses *e-wallet* mudah untuk dipelajari
- b. Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam mengoperasikan *e-wallet*
- c. Mengoperasikan *e-wallet* sangat jelas dan mudah dipahami
- d. Mengakses *e-wallet* tidak sulit bagi saya
- e. Menurut saya *e-wallet* sangat efisien
- f. *E-wallet* menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami

#### **3.4.2 Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)**

Dalam penelitian ini, variabel independen *perceived usefulness* diartikan sebagai probabilitas subjektif bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam mencapai tujuan mereka (Isrososiawan et al., 2019). Untuk mengukur *perceived usefulness*, peneliti menggunakan enam pertanyaan sebagai berikut:

- a. *E-wallet* mempercepat kegiatan transaksi
- b. *E-wallet* memudahkan kegiatan transaksi saya
- c. *E-wallet* bermanfaat bagi saya
- d. *E-wallet* meningkatkan produktivitas saya
- e. Menggunakan *e-wallet* memungkinkan saya untuk menyelesaikan lebih banyak pekerjaan
- f. *E-wallet* meningkatkan keefektivan kegiatan transaksi saya

### 3.4.3 Privacy and Security (Privasi dan Keamanan)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Soodan dan Rana (2020), salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* adalah masalah privasi dan keamanan yang dianggap sangat penting. Masalah kurangnya keamanan dan privasi seringkali menjadi kendala yang menghambat pelanggan untuk melakukan transaksi kecuali ada jaminan keamanannya (Milberg et al., 2000). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Privacy and Security* yang mempengaruhi *Behavioral Intention to Use*. Peneliti menggunakan 6 pertanyaan untuk mengukur variabel tersebut, yaitu:

- a. *E-wallet* memiliki keamanan yang terjamin
- b. *E-wallet* menjaga privasi saya
- c. Saya percaya *e-wallet* menjaga informasi yang saya beri
- d. Saya merasa aman dan nyaman menggunakan *e-wallet*
- e. *E-wallet* aman untuk digunakan karena sudah terdaftar di OJK
- f. Saya diberikan hak atas privasi dan keamanan atas informasi yang saya berikan

### 3.4.4 Behavioral Intention to Use (Minat Penggunaan)

Ajzen (2005) mendefinisikan behavioral intention sebagai probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan tindakan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Perilaku yang bermaksud atau *behavioral intention* diartikan sebagai serangkaian tindakan yang ingin dilakukan oleh individu (Zhao & Othman, 2011). *Behavioral intention* merupakan variabel dependen dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *privacy and security*, serta menjadi variabel independen terhadap *actual usage*. Dalam penelitian ini, terdapat 6 pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *behavioral intention*, antara lain:

- a. Sebisa mungkin saya menggunakan *e-wallet* dalam ber-transaksi
- b. Saya berminat untuk menggunakan *e-wallet* dalam ber-transaksi
- c. Saya akan merekomendasikan *e-wallet* kepada orang lain
- d. Saya ingin menggunakan *e-wallet* secara mandiri
- e. Saya ingin selalu menggunakan *e-wallet* kapanpun
- f. Saya berminat menggunakan *e-wallet* untuk mempermudah transaksi saya

### 3.4.5 E-Wallet Use (Penggunaan E-Wallet)

Dalam konteks penelitian ini, *electronic-wallet* atau dompet digital adalah suatu alat pembayaran elektronik yang memfasilitasi transaksi secara digital dengan cepat dan aman (Upadhayaya, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan *e-wallet*. Peneliti menggunakan enam pertanyaan untuk mengukur variabel ini, yaitu:

- a. Saya mengerti dan memahami cara menggunakan *e-wallet*
- b. Saya senang menggunakan *e-wallet*
- c. Saya menggunakan *e-wallet* dalam ber-transaksi
- d. Saya sering menggunakan *e-wallet*
- e. Saya mahir dalam menggunakan *e-wallet*
- f. Saya memahami syarat dan kondisi menggunakan *e-wallet*

### 3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah *partial least squares* (PLS). PLS adalah sebuah model persamaan *structural equation modeling* (SEM) yang menggunakan pendekatan *variance* atau *component based structural equation modeling*. Tujuan dari PLS-SEM, seperti yang dikemukakan oleh (Ghozali & Latan, 2015), adalah untuk mengembangkan atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten. Kelebihan dari PLS adalah metode analisis yang *powerful* karena tidak mengasumsikan data acak dengan pengukuran skala tertentu dan jumlah sampel kecil (Ghozali, 2011).

Karena model yang digunakan dalam penelitian ini cukup kompleks dan jumlah sampel terbatas, maka analisis data menggunakan *software* SmartPLS. SmartPLS menggunakan metode bootstrap atau perkalian acak sehingga tidak perlu memperhatikan asumsi normalitas data. Selain itu, dengan menggunakan bootstrap, SmartPLS tidak memerlukan jumlah sampel minimal tertentu, sehingga dapat diterapkan pada penelitian dengan sampel kecil. Analisis PLS terdiri dari dua sub model, yaitu model pengukuran outer dan model struktural atau inner model.

## BAB 4

### ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan diinterpretasikan hasil penelitian mengenai *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *privacy and security*, dan *behavioural intention to use* terhadap penggunaan *e-wallet* (e-wallet use). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada generasi z yang menggunakan *e-wallet*. Jawaban dari responden digunakan sebagai jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada bab sebelumnya. Karakteristik responden dijelaskan dengan analisis deskriptif, dan analisis PLS digunakan untuk mengetahui model dan keuntungan dari desain yang diusulkan serta pengujian hipotesis.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 4. Setelah hasil pengolahan data didapatkan, bukti akan dihasilkan berdasarkan hipotesis yang telah ditarik setelah model penelitian direvisi, dan kesimpulan akan diambil dari hasil tersebut.

#### 4.1 Karakteristik Responden

Data deskriptif diterima dari responden tertentu untuk menyampaikan kekhususan responden. Dalam penelitian deskriptif berupa deskripsi profil data penelitian serta interaksi antar variabel yang dipakai dalam penelitian. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini tersebar dalam beberapa daerah yang mewakili D.I.Yogyakarta baik yang dari Bantul sebanyak 19 orang, Gunungkidul 4 orang, Kota Jogja 34 orang, Sleman 41 orang, atau Kulon Progo 2 orang. Total dari resoponden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari 61 orang wanita dan 39 orang laki-laki. Jumlah keseluruhan responden ini sesuai dengan jumlah minimal responden yang dihitung menggunakan rumus slovin.

##### 4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 di bawah ini menunjukkan persentase jenis kelamin dari responden:

**Tabel 4.1** Responden Menurut Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
------------	--------	------------

Laki – Laki	39	39%
Wanita	61	61%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari seluruh responden, 39% di antaranya adalah laki-laki yang berjumlah 39 responden, sedangkan 61% adalah perempuan yang berjumlah 61 responden.

#### 4.1.2 Usia Responden

Tabel 4.2 dibawah ini menunjukkan persentase usia responden.:

**Tabel 4.2** Responden Menurut Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
17-18	0	0%
19-20	5	5%
21-22	57	57%
>22	38	38%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Menurut tabel 4.2, data menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari beberapa kelompok usia. Kelompok usia 19-20 tahun memiliki 5 responden atau 5% dari total responden. Kelompok usia 21-22 tahun memiliki 57 responden dengan persentase 57%. Kelompok usia di atas 22 tahun memiliki 38 responden atau persentasenya adalah 38%. Sedangkan kelompok usia 17-18 tahun tidak memiliki responden dalam penelitian ini.

#### 4.1.3 Pendapatan atau Uang Saku per Bulan Responden

Tabel 4.3 dibawah memperlihatkan persentase pendapatan atau uang saku per bulan dari responden dalam penelitian ini:

**Tabel 4.3** Responden Menurut Pendapatan/Uang Saku per Bulan

Keterangan	Jumlah	Presentase
<150.000	2	2%
150.000 – 500.000	3	3%
500.000 – 1.000.000	17	17%
1.000.000-2.000.000	35	35%
>2.000.000	43	43%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3, terlihat bahwa responden dalam penelitian ini dibagi berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan. Terdapat 2 responden (2%) dengan pendapatan atau uang saku kurang dari Rp 150.000, 3 responden (3%) dengan pendapatan atau uang saku per bulan antara Rp 150.000 sampai Rp 500.000, 17 responden (17%) dengan pendapatan atau uang saku per bulan antara Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000, 35 responden (35%) dengan pendapatan atau uang saku per bulan antara Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000, dan 43 responden (43%) dengan pendapatan atau uang saku per bulan lebih dari Rp 2.000.000.

#### 4.1.4 Profil *E-Wallet* yang Digunakan Responden

Berikut ini terdapat tabel 4.4 yang menunjukkan persentase dari e-wallet yang biasa digunakan oleh responden dalam penelitian ini.

**Tabel 4.4** Responden Menurut Profil *E-Wallet* yang Digunakan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
GoPay	26	26%
OVO	15	15%
DANA	22	22%
LinkAja	3	3%
ShopeePay	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2023

**Commented [MNMSM6]:** Bahasa bisa diubah. Profil e-wallet yang digunakan responden

Berdasarkan table 4.4 menunjukkan responden dalam penelitian ini adalah responden yang biasa menggunakan GoPay sebanyak 26 responden atau memiliki presentase sebanyak 26%, responden yang biasa menggunakan OVO sebanyak 15 responden atau memiliki presentase sebanyak 15%, responden yang biasa menggunakan DANA sebanyak 22 responden atau memiliki presentase sebanyak 22%, responden yang biasa menggunakan LinkAja sebanyak 3 responden atau memiliki presentase sebanyak 3%, sedangkan responden yang biasa menggunakan ShopeePay sebanyak 34 responden atau memiliki presentase sebanyak 34%.

#### 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Data dari tanggapan responden telah diolah dan dianalisis untuk menemukan penjelasan untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik bootstrapping pada SmartPLS 4. Hasil pengolahan data tersebut menghasilkan deskripsi statistik untuk setiap variabel penelitian, yang terlihat pada tabel 4.5 berikut ini:

**Tabel 4.5** Deskripsi Statistik

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
PEU1	4.360	5.000	1.000	5.000	0.900
PEU2	4.250	4.000	1.000	5.000	0.887
PEU3	4.350	5.000	1.000	5.000	0.865
PEU4	4.450	5.000	1.000	5.000	0.853
PEU5	4.170	4.000	1.000	5.000	0.949
PEU6	4.300	5.000	1.000	5.000	0.911
PU1	4.310	4.000	1.000	5.000	0.857
PU2	3.940	4.000	1.000	5.000	1.028
PU3	3.610	4.000	1.000	5.000	0.904
PU4	3.550	4.000	1.000	5.000	0.899
PU5	3.540	4.000	1.000	5.000	0.994

PU6	3.760	4.000	1.000	5.000	0.929
PS1	3.620	4.000	1.000	5.000	1.047
PS2	3.980	4.000	1.000	5.000	0.938
PS3	3.810	4.000	1.000	5.000	1.007
PS4	3.950	4.000	1.000	5.000	0.994
PS5	4.310	4.000	1.000	5.000	0.880
PS6	4.150	4.000	1.000	5.000	0.887
BI1	4.190	4.000	1.000	5.000	0.857
BI2	4.340	5.000	1.000	5.000	0.940
BI3	4.300	5.000	1.000	5.000	0.922
BI4	4.040	4.000	1.000	5.000	0.958
BI5	4.260	4.000	1.000	5.000	0.832
BI6	3.550	3.000	1.000	5.000	1.052
AU1	4.020	4.000	1.000	5.000	1.000
AU2	3.880	4.000	1.000	5.000	0.962
AU3	3.860	4.000	1.000	5.000	0.949
AU4	3.970	4.000	1.000	5.000	1.063
AU5	4.070	4.000	1.000	5.000	0.919
AU6	4.150	4.000	1.000	5.000	0.910

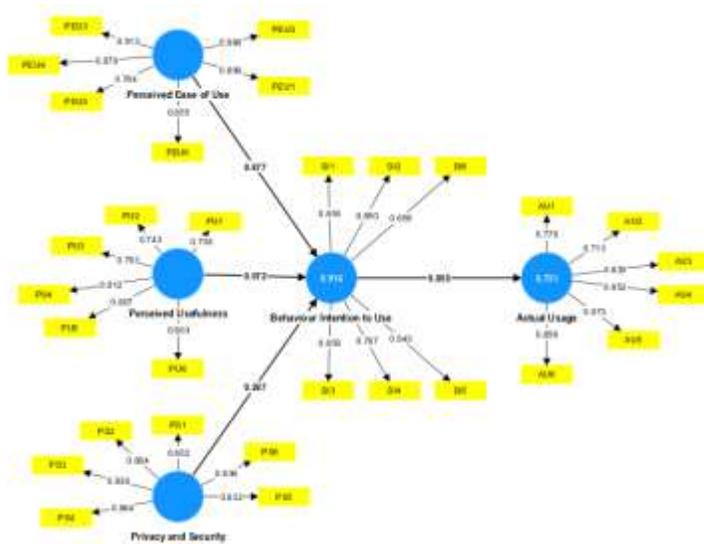
Sumber: Output SmartPLS 4, 2023

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Evaluasi Measurement (Outer Model)

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas model pengukuran, koefisien determinasi model, dan koefisien jalur untuk model persamaan guna menentukan apakah variabel sudah memenuhi syarat untuk menjadi objek penelitian. Hasil uji validasi ini diperlihatkan pada Gambar 4.6 dibawah.

**Gambar 4.6** Tampilan hasil SmartPLS 4 SEM Algorithm



Sumber: Output SmartPLS SEM Algorithm, 2023

Pengukuran *convergent* dan *discriminant* digunakan untuk mengevaluasi model. Untuk mengevaluasi *convergent validity*, nilai *composite reliability* dan *crobach's alpha* diharapkan melebihi 0,7 (Chin, 1998). Selain itu, nilai rata-rata *variance extract* (AVE) juga harus lebih besar dari 0,5 seperti yang direkomendasikan oleh (Hair et al., 2006). Tabel 4.6 menunjukkan hasil pengujian penelitian ini yang menunjukkan bahwa semua *item* model pengukuran memiliki reliabilitas yang baik dan *convergent validity* yang cukup. Studi ini menunjukkan nilai berkisar antara 0,905 hingga 0,948 untuk CR dan 0,878 hingga 0,933 untuk semua *crobach's alpha*. Untuk nilai *average variance extract* (AVE) berkisar antara 0,613 hingga 0,751 Dengan demikian, hasil pengujian dari penelitian ini dapat menyimpulkan reliabilitas yang baik dari semua item. Untuk mengilustrasikan *discriminant validity*, ini mengacu pada sejauh mana factor tidak berkorelasi dan berbeda (Hair et al., 2013). Ukuran konstruksi yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi satu sama lain (Fornell dan Larcker, 1981). Tabel 4.7 menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena menggambarkan AVE kuadrat masing-masing factor lebih besar daripada korelasinya dengan factor lainnya.

**Tabel 4.7** Convergent Validity and Reliability

	<b>AVE</b>	<b>CR</b>	<b>a</b>	<b>AU</b>	<b>BI</b>	<b>PEU</b>	<b>PU</b>	<b>PS</b>
<b>AU</b>	0.624	0.908	0.878	<b>0.896</b>				
<b>BI</b>	0.659	0.920	0.894	0.812	<b>0.867</b>			
<b>PEU</b>	0.751	0.948	0.933	0.791	0.855	<b>0.937</b>		
<b>PU</b>	0.613	0.905	0.883	0.776	0.763	0.721	<b>0.843</b>	
<b>PS</b>	0.711	0.936	0.918	0.790	0.783	0.780	0.761	<b>0.849</b>

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

Model struktural dalam penelitian ini mencerminkan hubungan antara variabel laten yang dihipotesiskan. Nilai koefisien jalur dan skor R2 ditentukan oleh analisis model struktural. Menurut Hair et al. (2017), skor R2 yang tinggi menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang substansial, sedangkan skor R2 yang rendah menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang lemah. Secara khusus, skor R2 sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing diartikan sebagai tingkat akurasi prediksi yang substansial, sedang, dan lemah.

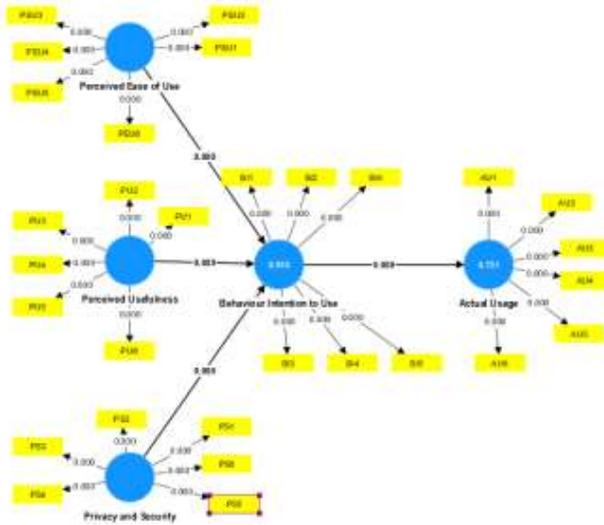
**Tabel 4.8** R-Squared

	R-Square	R-Square Adjusted
Actual Usage	0.731	0.729
Behaviour Intention to Use	0.916	0.913

Sumber: Output SmartPLS 4, 2023

Dari hasil tabel 4.8, dapat dilihat bahwa variabel *actual usage* memiliki tingkat akurasi prediksi sedang dengan nilai R-Square sebesar 0,731. Hal ini menunjukkan bahwa *behavior intention to use* mempengaruhi *actual usage* pada *e-wallet* sebesar 73,1%, sedangkan faktor lain mempengaruhi sebesar 72,9%. Sementara itu, variabel *behavioural intention to use* memiliki tingkat akurasi prediksi yang substansial dengan nilai R-Square 0,916. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *privacy and security* mempengaruhi *behavioural intention to use* pada *e-wallet* sebesar 91,6%, sedangkan faktor lain mempengaruhi sebesar 91,3%.

**Gambar 4.9** Tampilan hasil SmartPLS 4 Bootstrapping



Sumber: Output Bootstrap SmartPLS 4, 2023

Untuk mengetahui signifikansi model pada pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai t-statistik antara variabel independen dan dependen. Informasi ini tertera pada tabel path coefficient pada hasil output SmartPLS.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan hasil dari pengujian model struktural yang mencakup output r-square, koefisien parameter, dan t-statistik. Pengujian dilakukan untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan melihat signifikansi antara konstruk, t-statistik, dan p-value. Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan software SmartPLS 4 dan nilai-nilai yang diperoleh dapat dilihat melalui hasil bootstrapping. Dalam penelitian ini, nilai t-statistik yang lebih besar dari 1,96 dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta positif digunakan untuk menentukan kebermaknaan hipotesis.

**Tabel 4.10 Path Coefficient**

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standart Deviation</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P Values</i>
BI=>AU	0.855	0.855	0.037	23.389	0.000
PEU=>BI	0.677	0.667	0.053	12.766	0.000
PU=>BI	0.072	0.077	0.042	1.700	0.089
PS=>BI	0.267	0.272	0.052	5.142	0.000

Sumber: Output SmartPLS 4, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$BI=0,677.PEU+0,072.PU+0,267.PS+e \quad (i)$$

$$AU=0,855.BI+e \quad (ii)$$

#### 4.4.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioural Intention to Use* (H1)

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa sampel nilai *perceived ease of use* sebesar 0,677 dengan signifikansi 5%, menunjukkan nilai p-value  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention to Use*. Berdasarkan hasil regresi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

#### 4.4.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioural Intention to Use* (H2)

Dalam tabel 4.10 terlihat bahwa nilai sampel *perceived usefulness* sebesar 0,072 dengan signifikansi 5% menunjukkan bahwa nilai p-value  $0,089 > 0,05$ . Oleh karena itu, hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention to use*. Berdasarkan hasil regresi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut tidak diterima.

#### 4.4.3 Pengaruh *Privacy and Security* terhadap *Behavioural Intention to Use* (H3)

Dalam tabel 4.10 terdapat nilai sampel *privacy and security* sebesar 0,267 dengan signifikansi 5% menunjukkan bahwa nilai p value  $0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan bahwa *privacy and security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima berdasarkan hasil regresi.

#### 4.4.4 Pengaruh *Behavioural Intention to Use* terhadap *Actual Usage* (H4)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai contoh dari *behavioural intention to use* adalah 0,855 dengan tingkat signifikansi 5%, menunjukkan bahwa nilai p value  $0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *behavioural intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual usage*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima berdasarkan hasil regresi.

### 4.5 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi niat penggunaan *e-wallet* pada generasi Z dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*. Selain itu, penelitian ini juga memeriksa niat perilaku dan pengaruhnya terhadap penggunaan aktual. Peran utama dalam menguji niat perilaku untuk menggunakan *e-wallet* adalah tingkat kegunaan yang dirasakan, tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan, serta privasi dan keamanan.

#### 4.5.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioural Intention to Use*

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh hasil uji hipotesis variabel *perceived ease of use* dengan nilai sebesar 0,677 dan signifikansi sebesar 5%, menunjukkan bahwa p value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *perceived ease of use* dan *behavioural intention to use e-wallet* oleh generasi z di Yogyakarta. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Hutami & Septyarini (2018), Isrososiawan et al. (2019), Tan et al. (2020), Karim et al. (2020), dan Ariffin et al. (2018).

Dari hasil survey tersebut dipastikan bahwa responden merasakan kemudahan dalam penggunaan *e-wallet*. Rasa mudah dalam penggunaan suatu teknologi baru memang menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan. Semakin mudah *e-wallet* digunakan, semakin berguna sehingga hasilnya konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh (Venkatesh et al., 2000).

#### 4.5.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioural Intention to Use*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel *perceived usefulness* memiliki nilai sebesar 0,072 dengan tingkat signifikansi 5%, di mana nilai p value  $0,089 > 0,05$ . Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness* dengan *behavioural intention to use* pada generasi Z di Yogyakarta. Hasil ini sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah menerapkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) seperti yang dilakukan oleh Hutami dan Septyarini (2018), Karim dkk. (2020), dan Isrososiawan et al. (2019). Meskipun begitu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Suhendro (2009).

Minimnya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* mungkin disebabkan oleh masih berkembangnya teknologi *e-wallet* ini sehingga konsumen belum merasakan manfaat yang bersifat mutlak. Atau juga bisa dikarenakan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel *perceived usefulness* (Suhendro, 2009). Maka, peneliti menyarankan untuk penelitian lebih lanjut dengan masukan variabel-variabel baru yang bervariasi dalam konteks penelitian yang sama.

#### **4.5.3 Pengaruh *Privacy and Security* Terhadap *Behavioural Intention to Use***

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *privacy and security* memiliki nilai sebesar 0,267 dengan signifikansi 5%, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention to use* oleh generasi z di Yogyakarta. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Barry et al., 2018), (Wei et al., 2009), dan (Nisa & Solekah, 2002).

Karena privasi dan keamanan menjadi fokus utama generasi muda dalam menggunakan teknologi digital, penelitian ini menggunakan variabel privasi dan keamanan untuk menguji pengaruhnya terhadap perubahan perilaku. Keamanan dan privasi dianggap sebagai dimensi yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh penyedia layanan *e-wallet* agar dapat menciptakan niat positif di kalangan konsumen. Tanpa perlindungan privasi dan keamanan yang memadai, konsumen akan lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi *e-wallet* (Wei et al., 2009).

#### **4.5.4 Pengaruh *Behavioural Intention to Use* Terhadap *Actual Usage***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai koefisien variabel *behavioural intention to use* adalah sebesar 0,855 dengan signifikansi 5% yang menunjukkan nilai p value  $0,000 <$

0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *behavioural intention to use* dengan penggunaan *e-wallet* oleh generasi z di Yogyakarta. Penemuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Barry et al., 2018), (Venkatesh et al., 2003), (Al-Marroof dan Al-Emran, 2018), (Davis, 1989), dan (Karim et al., 2020).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa minat atau niat untuk menggunakan *e-wallet* mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*. Minat ini merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk menggunakan *e-wallet*. Selain itu, *perceived ease of use* dan *privacy and security* juga berpengaruh tidak langsung terhadap penggunaan *e-wallet* yang dimediasi oleh *behavioural intention to use*. Dalam hal ini, penyedia *e-wallet* harus memperhatikan faktor-faktor ini untuk menciptakan niat positif di antara konsumen, sehingga dapat meningkatkan penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi z. Moon & Kim, (2021) menyimpulkan *actual usage* sebagai penggunaan terus menerus, hal ini dapat diartikan bahwa *actual usage* yang didorong oleh faktor kemudahan dan kegunaanya akan meningkatkan penggunaan *e-wallet*. Peningkatan penggunaan transaksi non tunai oleh masyarakat yang dapat mengakibatkan penurunan biaya transaksi, pada akhirnya akan merangsang pertumbuhan ekonomi (Febriaty, H. 2019). Selain kemudahan bertransaksi, penggunaan transaksi non tunai juga berpotensi mengurangi permintaan uang yang dikeluarkan oleh bank sentral, yang akan mempengaruhi pelaksanaan tugas bank sentral dalam mengendalikan kebijakan moneter (Costa Storti & De Grauwe, 2001).

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian ini yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan analisis SmartPLS dan kuesioner yang diberikan kepada 100 konsumen yang menggunakan *e-wallet*, ditemukan beberapa kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut:

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama-tama, karena keterbatasan waktu peneliti, penelitian ini hanya berfokus pada kalangan generasi Z di wilayah Jogja, yang mungkin tidak dapat mewakili seluruh generasi Z di DIY maupun Indonesia secara keseluruhan. Karena penggunaan sistem pembayaran digital semakin luas, disarankan agar penelitian ini dilakukan di seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah perkotaan dan pedesaan.

Berdasarkan hasil penelitian, yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menganalisis 100 konsumen yang menggunakan *e-wallet* dengan menggunakan SmartPLS dan kuesioner, dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *privacy and security* mempengaruhi *behavioural intention to use*. Artinya, semakin mudah penggunaan *e-wallet* dan semakin terjamin keamanan dan privasi pengguna, semakin tinggi minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Namun, dalam penelitian ini, variabel *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioural intention to use*. Hal tersebut mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum dipertimbangkan dalam penelitian ini, sehingga menjadikan sebuah kelemahan dalam penelitian ini dan penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tersebut. Selanjutnya, variabel *behavioural intention to use* berpengaruh terhadap *actual usage*, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

## 5.2 Saran

Saran atau rekomendasi lain yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan penelitian lebih lanjut terkait dengan kelemahan dalam penelitian ini dimana penelitian memiliki variabel yang terbatas. Variabel berbeda seperti kepercayaan, biaya, dan kehandalan direkomendasikan lebih lanjut untuk diterapkan dalam studi minat perilaku menggunakan *e-wallet*. Sehingga penelitian selanjutnya dapat direplikasi dengan menggunakan konsep yang sama tetapi konteks yang berbeda untuk mempelajari minat perilaku menggunakan *e-wallet*.
2. Melakukan optimalisasi layanan *e-wallet* agar lebih efektif dan efisien karena kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* menjadi salah satu point pertimbangan bagi *user* terkait dengan minat untuk menggunakan maupun untuk keputusan penggunaan atau penggunaan kembali. Menjadikan variabel-variabel penelitian sebagai parameter evaluasi bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet*. Sehingga user atau konsumen dapat menikmati layanan *e-wallet* dengan maksimal.
3. Menjadikan hasil penelitian ini sebagai objek diskusi bagi pemerintah. Maka, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan tolak ukur dalam preferensi pembuatan kebijakan pemerintah. Hal ini ditujukan untuk adanya jaminan proteksi maupun keamanan dan kenyamanan bagi warga negara dalam menggunakan layanan *e-wallet*.

### Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, pp. 117–191).
- Al-Marroof, R. A. S., & Al-Emran, M. (2018). Students acceptance of google classroom: An exploratory study using PLS-SEM approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(6), 112–123. <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i06.8275>
- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. Bin. (2021). Using e-wallet for business process development: challenges and prospects in Malaysia. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1142–1162. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0528>
- Alif, M. S., & Pratama, A. R. (2014). *Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia*.
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Barry, M., Jan, M. T., & Islamic, I. (2018). *M-COMMERCE : AN EXTENDED TECHNOLOGY*. 1(1), 157–183.
- Burnaz, S., & Aydin, G. (2016). *Adoption of mobile payment systems : a study on mobile wallets*. March. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2016116555>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Cliquet, G., Gonzalez, C., Huré, E., & Picot-Coupey, K. (2013). *From mobile phone to smartphone : what's new about m-shopping*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00828010>
- Costa Storti, C., & De Grauwe, P. (2001). Monetary Policy in a Cashless Society (SSRN Scholarly Paper No. Centre for Economic Policy Research).

- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2).  
<https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Dauda, S. Y., & Lee, J. (2015). Technology adoption : A conjoint analysis of consumers ' preference on future online banking services preference on future online banking services. *Information Systems*, 53(May), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.is.2015.04.006>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.  
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. September. <https://doi.org/10.2307/249008>
- de Ruyter, K., & Wetzels, M. G. M. (2000). The Impact of Perceived Listening Behavior in Voice-to-Voice Service Encounters. *Journal of Service Research*, 2(3), 276–284.  
<https://doi.org/10.1177/109467050023005>
- Djaali, D. (2017). PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN NASIONAL MELALUI PROGRAM SERTIFIKASI. In *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan* (Vol. 5, Issue 1). Puslitbang Pendidikan Agama dan Keagamaan Balitbang Kementerian Agama RI.  
<https://doi.org/10.32729/edukasi.v5i1.272>
- Do, N. B., & Do, H. N. T. (2020). An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89–99.  
<https://doi.org/10.15722/jds.18.10.202010.89>
- Fatmawati, M. N. R., & Yuliana, I. (2019). PENGARUH TRANSAKSI NON TUNAI TERHADAP JUMLAH UANG BEREDAR DI INDONESIA TAHUN 2015- 2018 DENGAN INFLASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 269–283. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1608>
- Febriaty, H. (2019). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Dalam Era Digital Terhadap Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. <http://www.prosidingfrima.stembi.ac.id/>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. In *BP Undip. Semarang*.
- Gitau, L., & Nzuki, D. (2014). Analysis of Determinants of M-Commerce Adoption by Online Consumers. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(3), 88–94.
- Gokilavani, R., Kumar, D. V., Durgarani, M., & Mahalakshmi, R. (2018). Can India Move Towards Digital Sovereign Currency ? a Study on Perception of Consumers Towards. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(17), 2167–2175.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. saGe publications.
- Hernández Méndez, J. (2015). *Travel 2.0 tools: User behavior analysis and modeling. Special emphasis on advertising effectiveness through the eye-tracking methodology*.
- Hutami, L., & Septyarini, E. (2018). INTENSI PENGGUNAAN ELECTRONIC WALLET GENERASI MILLENNIAL PADA TIGA STARTUP “UNICORN” INDONESIA BERDASARKAN MODIFIKASI TAM. 8(2), 136–145.
- Indriantoro, S. N. (2007). Metodologi Penelitian Bisnis. In *Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta*.
- Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Study of “Dana” E-Wallet Users. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 181. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.11274>
- Jaradat, M. R. (2014). *Applying the technology acceptance model to the introduction of mobile voting*

*Applying the technology acceptance model to the introduction of mobile voting Mohammed-Issa Riad Jaradat. October.* <https://doi.org/10.1504/IJMLO.2013.051572>

Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>

Kasemin, K. (2016). Agresi Perkembangan Teknologi Informasi. Prenada Media.  
[https://books.google.co.id/books?id=R%5C\\_ouDwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=R%5C_ouDwAAQBAJ)

Kaur, R., Li, Y., Iqbal, J., Gonzalez, H., & Stakhanova, N. (2018). A Security Assessment of HCE-NFC Enabled E-Wallet Banking Android Apps. *Proceedings - International Computer Software and Applications Conference*, 2(Cic), 492–497. <https://doi.org/10.1109/COMPSAC.2018.10282>

Kependudukan.jogjaprovo.go.id. (2021). Jumlah Penduduk D.IYogyakarta Semester II 2021 Menurut Golongan Usia 1. Diakses pada 21 Juli 2023, dari  
<https://kependudukan.jogjaprovo.go.id/statistik/penduduk/golonganusia/17/1/00/00/34.clear>

Khoirun Nisa, U., & Aslamatis Solekah, N. (2002). *The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust*. 8(1), 1–16.

Kuo, Y.-F., Wu, C.-M., & Deng, W.-J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887–896. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.003>

Liébana-Cabanillas, F. J., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management and Data Systems*, 114(2), 220–240.  
<https://doi.org/10.1108/IMDS-03-2013-0137>

Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47–62.

Liu, C.-T., Guo, Y. M., & Lee, C.-H. (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 31(1), 71–79.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.008>

Lubianti, D. (2005). PENGARUH INFLASI TERHADAP VELOCITY OF MONEY DI INDONESIA.

- Milberg, S. J., Smith, H. J., & Burke, S. J. (2000). Information Privacy: Corporate Management and National Regulation. *Organization Science*, 11(1), 35–57.  
<https://econpapers.repec.org/RePEc:inm:ororsc:v:11:y:2000:i:1:p:35-57>
- Mohamad, K. A., Khan, M. I., & Jan, M. T. (2010). Online Banking Acceptance In Malaysia A Students' Behaviour Perspective. *Malaysian Management Review*, 2, 1–14.
- Moon, J.-W., & Kim, Y.-G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38(4), 217–230. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00061-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00061-6)
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*.
- Nizam, F., Hwang, H. J., & Valaei, N. (2018). Measuring the Effectiveness of E-Wallet in Malaysia. *Big Data, Cloud Computing, Data Science & Engineering*.
- Nur, T., & Joviando, J. (2021). Determination of E-Wallet Usage Intention : EExtending the TAM Model with Self Efficacy. *3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent Systems, ICORIS 2021, October 2021*. <https://doi.org/10.1109/ICORIS52787.2021.9649568>
- Park, N., Rhoads, M., Hou, J., & Lee, K. M. (2014). Understanding the acceptance of teleconferencing systems among employees: An extension of the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior*, 39, 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.048>
- Ramli, F. A. A., & Hamzah, M. I. (2021). Mobile payment and e-wallet adoption in emerging economies: A systematic literature review. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 9(2), 1. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v9i2.13617>
- Salah Uddin, M., & Yesmin Akhi, A. (2014). E-Wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216–219. <https://doi.org/10.7763/ijmo.2014.v4.376>
- Sharma, D., Aggarwal, D., & Gupta, A. (2019). A study of consumer perception towards mwallets. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 3892–3895.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information*

Management, 44, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>

- Soodan, V., & Rana, A. (2020). Modeling customers' intention to use e-wallet in a developing nation: Extending UTAUT2 with security, privacy and savings. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 18(1), 89–114. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020010105>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suhendro. (2009). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE DALAM PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAERAH.
- Sutrisno, H. (1991). Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA. In Yogyakarta: Andi Offset.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2016). Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone & McLean and TTF perspective. *Computers in Human Behavior*, 61, 233–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.016>
- Tan, O. K., Abdul Aziz, F., Ong, C. H., Goh, C. F., Lim, K. Y., Saadon, M. S. I., & Choi, S. L. (2020). E-Wallet Acceptance among Undergraduates in Malaysia. *Test Engineering and Management*, 83(June), 12990–12998. <https://www.researchgate.net/publication/341895171>
- Upadhayaya, A. (2012). Electronic Commerce and E-wallet. *International Journal of Recent Research and Review*, 1(March), 37–41. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.379.7069&rep=rep1&type=pdf>
- Venkatesh, V., & D. Davis, F. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. February*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wei, T.T., Marthandan, G., Chong, A.Y.L., Ooi, K.B. and Arumugam, S. (2009) What Drives Malaysian M-Commerce Adoption? An Empirical Analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 109, 370-388. <https://dx.doi.org/10.1108/02635570910939399>

- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yaokumah, W., Kumah, P., & Okai, E. S. A. (2017). Demographic influences on E-payment services. *International Journal of E-Business Research*, *13*(1), 44–65. <https://doi.org/10.4018/IJEBR.2017010103>
- Yi, M. Y., & Hwang, Y. (2003). Predicting the use of web-based information systems: Self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model. *International Journal of Human Computer Studies*, *59*(4), 431–449. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00114-9](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00114-9)
- Zhao, W., & Othman, M. N. (2011). *Predicting and explaining complaint intention and behaviour of Malaysian consumers: an application of the planned behaviour theory.*
- Zunaitin, E., Niken, R. W., Wahyu Jurusan Ilmu Ekonomi, F. P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Jember Jalan Kalimantan, U. (2017). Pengaruh E-Money terhadap Inflasi di Indonesia: Vol. II (Issue 1).

**LAMPIRAN**

### Lampiran 1 (Kuesioner)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Prana Wirya Muhammad, Mahasiswa dari Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dengan judul "Analisis Penggunaan E-Wallet Pada Gen-Z dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)".

Bersama ini saya mengharapkan saudara/i untuk bersedia berpartisipasi sebagai responden pada penelitian yang saya lakukan dengan jujur, lengkap, dan apa adanya.

Kriteria responden:

Usia 17-26

Saya menjamin kerahasiaan dan keamanan data dari hasil survei ini untuk tidak terpublikasi pada pihak yang tidak berkepentingan.

1. Nama:
2. Jenis kelamin:
  - a. Laki – Laki
  - b. Wanita
3. Usia:
  - a. 17 – 18
  - b. 19 – 20
  - c. 21 – 22
  - d. >22
4. Pendapatan / Uang Saku per Bulan:
  - a. <150.000
  - b. 150.000 – 500.000
  - c. 500.000 – 1.000.000

- d. 1.000.000 – 2.000.000
  - e. >2.000.000
5. E-Wallet yang biasa digunakan:
- a. GoPay
  - b. OVO
  - c. Dana
  - d. LinkAja
  - e. ShopeePay

**Faktor – Faktor Yang akan Dianalisis**

Pilihlah satu jawaban yang menurut anda sesuai terhadap setiap statement yang diberikan

Skala pengukuran variabel:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

***Perceived Ease of Use (PEU)***

perspektif terhadap kemudahan penggunaan aplikasi

No		1	2	3	4	5
1	Mengakses E-Wallet mudah untuk dipelajari					
2	Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam mengoperasikan E-Wallet					
3	Mengoperasikan E-Wallet sangat jelas dan mudah dipahami					
4	Mengakses E-Wallet tidak sulit bagi saya					
5	Menurut saya E-Wallet sangat efisien					
6	E-Wallet menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami					

***Perceived Usefulness (PU)***

perspektif terhadap kegunaan aplikasi

No		1	2	3	4	5
1	E-Wallet mempercepat kegiatan transaksi					
2	E-Wallet memudahkan kegiatan transaksi saya					
3	E-Wallet bermanfaat bagi saya					
4	E-Wallet meningkatkan produktivitas saya					
5	Menggunakan E-Wallet memungkinkan saya untuk menyelesaikan lebih banyak pekerjaan					
6	E-Wallet meningkatkan keefektivan kegiatan transaksi saya					

**Privacy and Security (PS)**

Perspektif terhadap privasi dan keamanan aplikasi

No		1	2	3	4	5
1	E-Wallet memiliki keamanan yang terjamin					
2	E-wallet menjaga privasi saya					
3	Saya percaya E-Wallet menjaga informasi yang saya beri					
4	Saya merasa aman dan nyaman menggunakan E-Wallet					
5	E-Wallet aman untuk digunakan karena sudah terdaftar di OJK					
6	Saya diberikan hak atas privasi dan keamanan atas informasi yang saya berikan					

**Behavioural Intention to Use (BI)**

Niat atau minat untuk menggunakan aplikasi

No		1	2	3	4	5
1	Sebisa mungkin saya menggunakan E-Wallet dalam ber-transaksi					
2	Saya berminat untuk menggunakan E-Wallet dalam ber-transaksi					
3	Saya akan merekomendasikan E-Wallet kepada orang lain					
4	Saya ingin menggunakan E-Wallet secara mandiri					
5	Saya ingin selalu menggunakan E-Wallet kapanpun					
6	Saya berminat menggunakan E-Wallet untuk mempermudah transaksi saya					

***E-Wallet Use / Actual Usage (AU)***

penggunaan aplikasi

No		1	2	3	4	5
1	Saya mengerti dan memahami cara menggunakan E-Wallet					
2	Saya senang menggunakan E-Wallet					
3	Saya menggunakan E-Wallet untuk ber-transaksi					
4	Saya sering menggunakan E-Wallet					
5	Saya mahir dalam menggunakan E-Wallet					
6	Saya memahami syarat dan kondisi menggunakan E-Wallet					

## Lampiran 2 Karakteristik Responden

### a. Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	39	39%
Wanita	61	61%
Total	100	100%

### b. Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
17-18	0	0%
19-20	5	5%
21-22	57	57%
>22	38	38%
Total	100	100%

### c. Pendapatan / Uang Saku per Bulan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
<150.000	2	2%
150.000 – 500.000	3	3%
500.000 – 1.000.000	17	17%
1.000.000-2.000.000	35	35%
>2.000.000	43	43%
Total	100	100%

### d. E-Wallet yang Biasa Digunakan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
GoPay	26	26%
OVO	15	15%
DANA	22	22%
LinkAja	3	3%

ShopeePay	34	34%
Total	100	100%

### Lampiran 3 Output SmartPLS4

#### 1. Deskripsi Statistik

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
PEU1	4.360	5.000	1.000	5.000	0.900
PEU2	4.250	4.000	1.000	5.000	0.887
PEU3	4.350	5.000	1.000	5.000	0.865
PEU4	4.450	5.000	1.000	5.000	0.853
PEU5	4.170	4.000	1.000	5.000	0.949
PEU6	4.300	5.000	1.000	5.000	0.911
PU1	4.310	4.000	1.000	5.000	0.857
PU2	3.940	4.000	1.000	5.000	1.028
PU3	3.610	4.000	1.000	5.000	0.904
PU4	3.550	4.000	1.000	5.000	0.899
PU5	3.540	4.000	1.000	5.000	0.994
PU6	3.760	4.000	1.000	5.000	0.929
PS1	3.620	4.000	1.000	5.000	1.047
PS2	3.980	4.000	1.000	5.000	0.938
PS3	3.810	4.000	1.000	5.000	1.007
PS4	3.950	4.000	1.000	5.000	0.994
PS5	4.310	4.000	1.000	5.000	0.880
PS6	4.150	4.000	1.000	5.000	0.887
BI1	4.190	4.000	1.000	5.000	0.857
BI2	4.340	5.000	1.000	5.000	0.940
BI3	4.300	5.000	1.000	5.000	0.922
BI4	4.040	4.000	1.000	5.000	0.958
BI5	4.260	4.000	1.000	5.000	0.832
BI6	3.550	3.000	1.000	5.000	1.052
AU1	4.020	4.000	1.000	5.000	1.000

AU2	3.880	4.000	1.000	5.000	0.962
AU3	3.860	4.000	1.000	5.000	0.949
AU4	3.970	4.000	1.000	5.000	1.063
AU5	4.070	4.000	1.000	5.000	0.919
AU6	4.150	4.000	1.000	5.000	0.910

## 2. Convergent Validity and Reliability

	<b>AVE</b>	<b>CR</b>	<b>a</b>	<b>AU</b>	<b>BI</b>	<b>PEU</b>	<b>PU</b>	<b>PS</b>
<b>AU</b>	0.624	0.908	0.878	<b>0.896</b>				
<b>BI</b>	0.659	0.920	0.894	0.812	<b>0.867</b>			
<b>PEU</b>	0.751	0.948	0.933	0.791	0.855	<b>0.937</b>		
<b>PU</b>	0.613	0.905	0.883	0.776	0.763	0.721	<b>0.843</b>	
<b>PS</b>	0.711	0.936	0.918	0.790	0.783	0.780	0.761	<b>0.849</b>

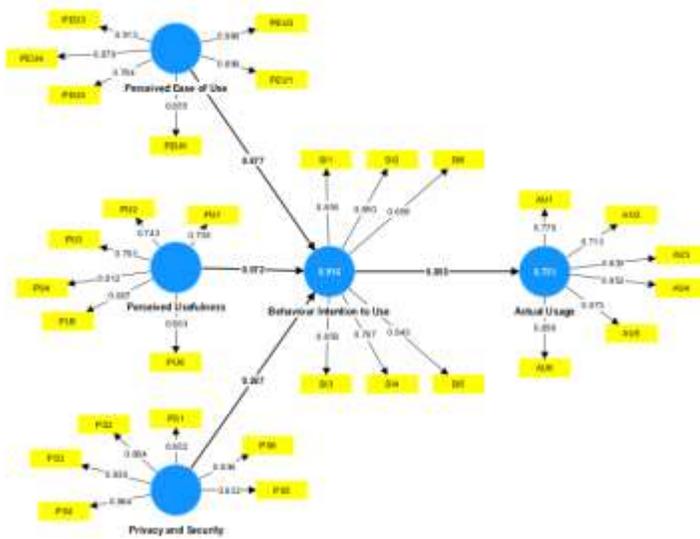
## 3. R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Actual Usage	0.731	0.729
Behaviour Intention to Use	0.916	0.913

## 4. Path Coefficient

	Original Sample	Sample Mean	Standart Deviation	T-Statistic	P Values
BI=>AU	0.855	0.855	0.037	23.389	0.000
PEU=>BI	0.677	0.667	0.053	12.766	0.000
PU=>BI	0.072	0.077	0.042	1.700	0.089
PS=>BI	0.267	0.272	0.052	5.142	0.000

5. Tampilan Hasil PLS SEM Algorithm



6. Tampilan PLS Bootstrapping

