

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL*  
*INTENTION* PENGGUNA E-WALLET DI KALANGAN MAHASISWA  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Virda Cantik Apriyayi**

**NIM: 20312603**

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

**2024**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL*  
*INTENTION* PENGGUNA E-WALLET DI KALANGAN MAHASISWA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

Virda Cantik Apriyayi

NIM : 20312603

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2024**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 19 Februari 2023

Penulis



Virida Cantik Apriyayi

# HALAMAN PENGESAHAN

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION* PENGGUNA E-WALLET DI KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA

### SKRIPSI

Diajukan oleh :

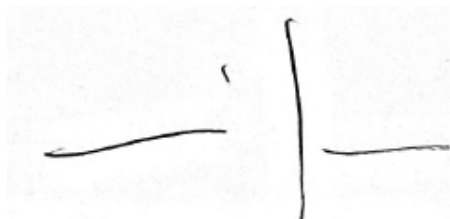
Virda Cantik Apriyayi

NIM : 20312603

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 19 Februari 2024

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a horizontal line on the left, a vertical line in the center, and another horizontal line on the right, all connected.

Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., DBA



## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Rabu, tanggal 06 Maret 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : VIRDA CANTIK APRIYAYI  
NIM : 20312603  
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pengguna E-wallet di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta  
Dosen Pembimbing : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

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 : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D  
Anggota Tim : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 07 March 2024



Ketua Program Studi Akuntansi,

Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., S.A.  
NIK. 033120104

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pengguna E-wallet di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta**

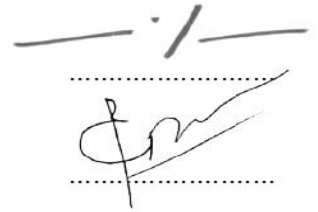
Disusun oleh : VIRDA CANTIK APRIYAYI

Nomor Mahasiswa : 20312603

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Rabu, 06 Maret 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

Penguji : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



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

## MOTTO

“Karena, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Kemudian apabila kamu membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”

(Q.S Ali Imran: 159)

*“Life can be heavy. Especially, if you try to carry it all at once. You can’t carry all things”*

-Taylor Swift-

*“Whatever your goals are, just take a small step towards it. It’s okay if you aren’t perfect at it in the beginning. Everyone has to start somewhere, just don’t let yourself stand in the way of your dreams”*

-Joshua Hong of Seventeen-

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang paling berharga :

Kedua orang tua ku,

**Daca dan Titin Efiyanti**

Kedua saudaraku,

**Dian Intan Rahyuti dan Al Adli Friyanda**

Keluarga, dan Sahabat-Sahabatku



## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dan atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pengguna E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa yang diberikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberi kekuatan, kemudahan, kelancaran, serta ridho dan kasih sayang tiada tara pada seluruh hamba-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang kaya akan ilmu pengetahuan seperti saat ini.
3. Kedua orang tua penulis, Bapak Daca dan Ibu Titin yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa yang tiada putusya

demikian kelancaran penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena selalu menerima dan menguatkan penulis dalam keadaan apapun.

4. Kakak sulung penulis, Dian Intan Rahyuti yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis dari jauh.
5. Kakak tengah penulis, Al Adly Friyanda yang telah memberikan banyak kontribusi, perjuangan dan dukungan untuk penulis sampai penulis bisa menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih banyak untuk segalanya.
6. Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, ilmu, waktu hingga tenaga untuk membantu penulis dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
7. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin universitas.
8. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026, dan seluruh jajaran pemimpin Fakultas.
9. Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

10. Seluruh bapak/ibu Dosen yang dengan penuh dedikasi telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu kepada penulis.
11. Sahabatku Fahma Izzatunnisa yang selalu menjadi tempat cerita suka dan duka, berbagi sudut pandang dan memberikan dukungan untuk penulis. Terima kasih selalu ada dan selalu bersedia untuk memberi bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Teman-teman terdekat penulis, Dhea Kartika, Vika Aleyda, dan Alifa Rahma yang telah menjadi teman 24/7 selama kuliah, teman kelas, teman makan, dan teman main selama kuliah. Penulis akan selalu merindukan momen-momen tersebut.
13. Teman-teman FBE UII Angkatan 2020 terima kasih telah menjadi teman yang baik, semoga kalian sukses dunia dan akhirat serta mampu membanggakan kampus UII.
14. Para responden yang telah membantu dalam menyusun penelitian ini. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan kalian.
15. Kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT. melimpahkan rahmat, hidayah, dan berkah-Nya kepada Bapak, Ibu, dan Saudara/i yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua kebaikan, bantuan, serta dukungan dari pihak tersebut. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, dan membalas semua kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi yang sudah ditulis ini masih terdapat banyak

kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap supaya skripsi ini bisa memberikan manfaat serta pengetahuan bagi banyak pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Februari 2024

Penulis,

Virda Cantik Apriyayi

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA .....	iv
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 <i>Literature Review</i> .....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Electronic Wallet (E-wallet) .....	16

2.2.2 Unified Theory of Acceptance Technology 2 (UTAUT2).....	17
2.2.3 Ekspektasi Kinerja .....	19
2.2.4 Ekspektasi Usaha .....	19
2.2.5 Pengaruh Sosial.....	20
2.2.6 Motivasi Hedonis .....	20
2.2.7 Nilai Harga.....	21
2.2.8 Behavioral Intention.....	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	22
2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet.....	23
2.3.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet.....	24
2.3.4 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet.....	25
2.3.5 Pengaruh Nilai Harga terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet	26
2.4 Kerangka Berpikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	28

3.1.1 Populasi .....	28
3.1.2 Sampel.....	28
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.3.1 Ekspektasi Kinerja ( $X_1$ ).....	30
3.3.2 Ekspektasi Usaha ( $X_2$ ) .....	31
3.3.3 Pengaruh Sosial ( $X_3$ ).....	32
3.3.4 Motivasi Hedonis ( $X_4$ ) .....	32
3.3.5 Nilai Harga ( $X_5$ ) .....	33
3.3.6 Behavioral Intention (Minat Menggunakan Secara Terus Menerus) (Y)	34
3.4 Metode Analisis Data .....	35
3.4.1 Alat Analisis Data .....	35
3.5 Uji Instrumen .....	36
3.5.1 Uji Validitas .....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.1 Uji Normalitas .....	37
3.6.2 Uji Multikolinearitas .....	37
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.7 Pengujian Hipotesis.....	38

3.7.1 Analisis Linear Berganda.....	38
3.8 Hipotesis Operasional .....	38
3.8.1 Ekspektasi Kinerja .....	39
3.8.2 Ekspektasi Usaha .....	39
3.8.3 Pengaruh Sosial.....	39
3.8.4 Motivasi Hedonis .....	39
3.8.5 Nilai Harga.....	39
3.9 Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	40
3.10 Uji Hipotesis .....	40
3.10.1 Uji T .....	40
<b>BAB IV ANALISI HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.2 Karakteristik Responden .....	42
4.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Usia .....	42
4.2.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.3 Klasifikasi Berdasarkan Asal Universitas.....	43
4.2.4 Klasifikasi Berdasarkan Lama Penggunaan E-wallet .....	44
4.2.5 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan E-wallet Dalam Sebulan.....	45
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	46



4.3.1 Uji Validitas .....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.4.1 Uji Normalitas .....	48
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	48
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	49
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
4.4.5 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) .....	52
4.5 Pengujian Hipotesis .....	53
4.5.1 Uji T .....	53
4.6 Pembahasan .....	54
4.6.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	54
4.6.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	55
4.6.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	56
4.6.4 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	57
4.6.5 Pengaruh Nilai Harga terhadap <i>Behavioral Intention</i> Pengguna E-wallet .....	58

BAB V.....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	60
5.3 Saran.....	61
5.4 Implikasi.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert .....	29
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Ekspektasi Kinerja .....	30
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Ekspektasi Usaha .....	31
Tabel 3.4 Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial .....	32
Tabel 3.5 Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis .....	33
Tabel 3.6 Pengukuran Variabel Nilai Harga .....	34
Tabel 3.7 Pengukuran Variabel Behavioral Intention.....	35
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	41
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Universitas .....	43
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan E-wallet .....	44
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan E-wallet Dalam Sebulan .....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	53

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan Pada Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Ulasan Beberapa Pengguna E-wallet .....	4
Gambar 2. 1 Model UTAUT 2.....	18
Gambar 2. 2 Model Kerangka Penelitian.....	27

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the factors that influence the behavioral intention of e-wallet users among Yogyakarta college students. These factors include performance expectancy, effort expectancys, social influence, hedonic motivation, and price value. This type of research uses quantitative research and data collection techniques using questionnaire that given to an active college students in Yogyakarta. The samples collected in this study were 555 respondents. The data collected in this study was processed using IBM SPSS Statistics 26. The results of this study show that performance expectations, business expectations and hedonic motivation have a positive effect on the behavioral intention of e-wallet users. While social influence and price value do not affect the behavioral intention of e-wallet users.*

**Keywords:** *e-wallet, performance expectancy, effort expectancys, social influence, hedonic motivation, price value, UTAUT2, behavioral intention*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada behavioral intention (niat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna e-wallet pada kalangan mahasiswa Yogyakarta. Faktor-faktor itu meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta teknik pengumpulan data dengan memakai kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa aktif di Yogyakarta. Sampel yang dikumpulkam dalam penelitian ini sebanyak 555 reponden. Data yang terkumpul dalam penelitian ini diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap behavioural intention pengguna e-wallet. Sedangkan pengaruh sosial dan nilai harga tidak berpengaruh terhadap behavioral intention pengguna e-wallet.

**Kata kunci:** e-wallet, dompet digital, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, UTAUT2, minat menggunakan kembali atau secara terus mene

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

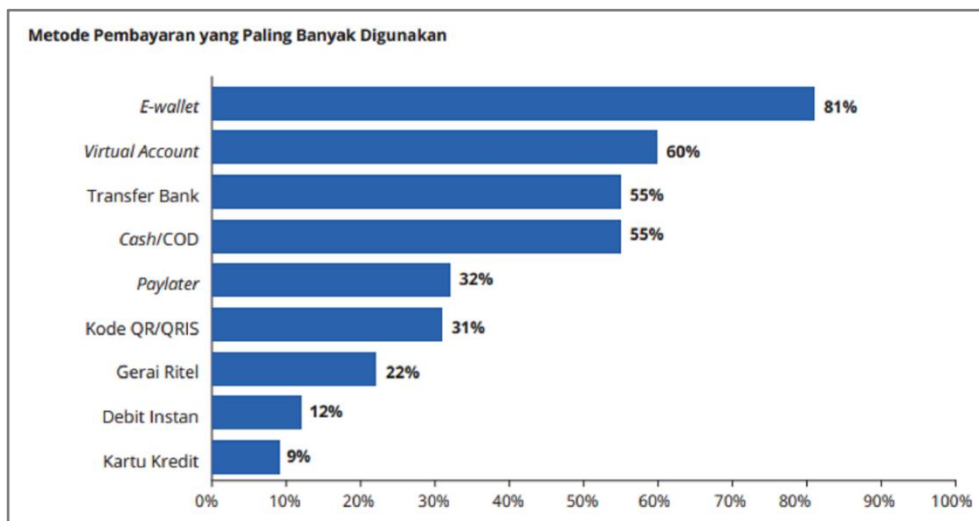
Uang adalah salah satu bentuk pembayaran yang digunakan sehari-hari untuk mendapatkan barang, jasa, dan kebutuhan lain dengan cara yang mudah dan efisien. Namun, seiring berjalannya waktu, uang menjadi kurang dominan karena kemunculan metode pembayaran non-tunai (Afolo & Dewi, 2020). Hal ini disebabkan oleh perkembangan ekonomi dunia yang dinamis, terutama di era industri 4.0 yang mengharuskan segala sesuatu berjalan cepat dan akurat. Perkembangan teknologi, khususnya aplikasi dompet digital, telah memudahkan kehidupan manusia dalam bertransaksi secara digital. Di Indonesia, terdapat beberapa aplikasi e-wallet yang populer seperti Flip, OVO, GoPay, dan DANA yang memiliki pengguna dengan jumlah yang besar dan terus berkembang dengan pesat

E-wallet memiliki tujuan yang harapannya dapat mempermudah pengguna dalam menyimpan uang dalam bentuk elektronik dan melakukan berbagai transaksi dengan cara yang lebih mudah, efisien, efektif, aman, dan nyaman. Salah satu aktivitas yang sangat populer saat ini adalah belanja online dan melakukan transaksi via Qris, yang telah meningkatkan penggunaan e-wallet. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi. Dengan pertumbuhan yang cepat dalam penggunaan e-wallet, hal ini menunjukkan bahwa ini adalah salah satu cara untuk mengurangi penggunaan uang tunai.

Menurut Pasal 1 Angka 7 dalam Peraturan Bank Indonesia No 18/40/PBI/2016, e-wallet adalah layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran, termasuk alat pembayaran menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran.

Penggunaan e-wallet sangat didukung oleh pemerintah untuk menciptakan cashless society, dalam artian, Indonesia saat ini sedang bergerak menuju masa depan tanpa uang tunai guna mewujudkan masyarakat pengguna instrument non-tunai atau cashless society (Asnawi & Charisma, 2021) dimana masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai, melainkan menggunakan alat pembayaran berbasis elektronik. Tingginya penggunaan e-wallet didukung dengan penggunaan ulang serta terus meningkatnya para pengguna baru. Berdasarkan laporan East Ventures (EV) bertajuk *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022.

**Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan Pada Tahun 2023**



**Sumber:** (Bank Jombang, 2023)

Beragam aplikasi e-wallet hadir dan berlomba-lomba untuk mengatasi situasi permasalahan yang ada terutama mengenai biaya administrasi pada saat transfer dana antar bank yang cukup tinggi. Namun tentu pada masing-masing aplikasi tersebut memiliki kekurangan yang mana, beberapa pelanggan bisa mentoleransi kekurangan tersebut, dan ada yang tidak. Kekurangan yang ada pada e-wallet seperti, transfer tidak dapat dilakukan cepat karena proses antrian dengan pengguna lain, waktu pemrosesan pengiriman transaksi yang memakan waktu hingga 10 menit atau bahkan lebih, hanya punya kesempatan transfer 10x dalam sebulan, jika transfer dibawah Rp 50.000 atau dibawah Rp 100.000 tetap terkena biaya admin, kemudian transfer yang berlangsung dibatasi pada jam kerja serta adanya gangguan di jam-jam tertentu sehingga tidak bisa melakukan transaksi dan lain-lain. Adanya batasan tersebut tentunya akan menyulitkan jika ingin melakukan proses transaksi di luar jam kerja atau saat situasi genting (Nugroho, 2021). Akibatnya, Pengguna yang merasakan kekurangan itu akan memberikan keluhan dengan cara memberikan rating yang buruk pada aplikasi e-wallet tersebut di aplikasi Playstore. Selain melalui Playstore, berbagai review atau komentar juga muncul di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Tiktok. Meskipun banyak pengguna yang memberikan ulasan baik serta rating yang tinggi dan memiliki banyak pelanggan setia, tidak sedikit juga pengguna yang mengeluhkan penggunaannya saat menggunakan e-wallet untuk bertransaksi online. Berikut ini adalah beberapa ulasan yang ditulis oleh beberapa para



pengguna e-wallet mengenai keluhan mereka terhadap aplikasi e-wallet yang mereka gunakan :

**Gambar 1.2 Ulasan Beberapa Pengguna E-wallet**

<p>★★★★★ 03/02/24</p> <p>Ngeselin banget mau tranfer aja ribet nyesselll top up,harus upgrad segala ribet ga kaya yg lain mudah,suruh nyobain transfer maksa upgrade,kita ga butuh pinjaman berjuta-juta.yang paling penting kemudahan bertransaksi.untuk apa iklan manis kalo prosesnya ribett</p>	<p>★★★★★ 02/02/24</p> <p>makin hari makin lemot.. banyak bug berkeliaran. mau buka saja lama. mau lihat menu lain.nya jaringan error / koneksi jaringan buruk.. sangat sangatt kecewa.. padahan fitur2.nya sudah bagus.. tapi lemooot, lelet, lambat, gak ketulungan.. kalao belum siap.. jangan muncul dulu dech di playstore.. bikin kecewa saja... ayoo kawan2.. unistanll rame rame..</p>
---	---

**Sumber :** PlayStore

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa review yang memiliki banyak keluhan dianggap dapat menurunkan tingkat loyalitas mulai dari transaksi yang sering gagal, lama atau tertahan, proses refund yang sulit dan sangat lama, tidak efisien, lalu pelayanan customer service yang kurang baik seperti tidak dapat memberikan solusi dan tidak terlalu responsif, aplikasi nya terlalu banyak bug, dan tidak sedikit customer yang akan meng-uninstall aplikasi e-wallet tersebut. Kesulitan yang dialami pelanggan saat bertransaksi tentu dapat menyebabkan e-wallet kehilangan pelanggan lama dan kesulitan mendapatkan pelanggan baru.

Menurut survei yang dilakukan oleh KataData (2022) pada tahun 2021 terdapat sekitar 7,6 juta mahasiswa di Indonesia. Terdiri dari sekitar 3,2 juta mahasiswa di kampus negeri dan 4,4 juta mahasiswa di kampus swasta data tersebut diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS). 389.699 orang di antaranya menempuh Pendidikan di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut MDI & Mandiri (2017), terdapat dua bentuk uang elektronik yang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pertama yaitu uang elektronik berupa kartu

(berbasis cip), seperti Brizzi BRI, Flazz BCA, Mandiri *e-Money*, dll. Kedua yaitu dompet digital atau *e-wallet* (berbasis server) yang memanfaatkan media internet untuk bertransaksi, seperti ShopeePay, OVO, Gopay, Dana, Link aja, Flip, Dll. Berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Snapcart pada kuartal 1 tahun 2021. E-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu shopeepay (76%), kemudian Gopay (57%), Ovo (54%), Dana (49%), dan LinkAja (21%) (Kontan.co.id, 2022).

Berdasarkan penelusuran pada penelitian terdahulu diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet. Pertama, faktor *Performance Expectancy* (Ekspektasi kinerja), diartikan sebagai tingkat dimana teknologi tersebut dapat memberikan manfaat atas aktivitas yang dilakukan (Venkatesh et al., 2012). Penelitian dengan variabel *Performance Expectancy* yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Alkhowaiter (2022), Hidayat et al. (2020), Suhendry (2020), Widayat et al. (2020), dan Upadhyay et al. (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*. Namun hal ini berbeda dengan Yuliani & Amin (2022), Putri & Suardhika (2020), Rahim et al. (2021), Merhi et al. (2019), dan Indrawati & Putri (2018) yang menyebutkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Kedua, faktor *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha), berhubungan dengan *perceived ease of use* dari model TAM, yaitu tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Penelitian dengan variabel Ekspektasi Usaha yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Yuliani & Amin (2022), Rahim et al. (2021), Suhendry (2020), Merhi et al (2019), dan Upadhyay et al (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh Ekspektasi Usaha. Namun hal ini berbeda dengan Damayanti et al. (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Hidayat et al. (2020) yang menyebutkan bahwa Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Ketiga, faktor *Social Influence* (pengaruh sosial), diartikan sebagai tingkat keyakinan dimana untuk menunjang aktivitasnya, seseorang merasa orang-orang disekitarnya percaya mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). Penelitian dengan variabel Pengaruh Sosial yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh De Blanes Sebastian et al. (2023), Martinez & McAndrews (2022), Charisma & Asnawi (2021), Suhendry (2020), Piarna et al. (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Pengaruh Sosial. Namun hal ini berbeda dengan Yuliani & Amin (2022), Mayanti (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa Pengaruh Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Keempat, faktor *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis), diartikan sebagai rasa senang yang diperoleh dalam penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al. (2012). Penelitian dengan variabel Motivasi Hedonis yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Charisma &

Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Mayanti (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Motivasi Hedonis. Namun hal ini berbeda dengan De Blanes Sebastian et al. (2023), Hidayat et al (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa Motivasi Hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Kelima, faktor *Price Value* (Nilai Harga), diartikan sebagai *trade-off* antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. (Venkatesh et al. (2012). Penelitian dengan variabel Nilai Harga yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Merhi et al. (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Nilai Harga. Namun hal ini berbeda dengan De Blanes Sebastian et al. (2023), Yuliani & Amin (2022), Naufal & Widodo (2021), dan Hidayat et al. (2020), yang menyebutkan bahwa Nilai Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan saran yang diperoleh pada penelitian sebelumnya beserta adanya temuan akan kelemahan pada penelitian tersebut, fokus dalam penelitian ini adalah pada variabel yang tidak konsisten. Dalam artian, masih adanya perbedaan hasil akhir pada masing-masing variabel cukup menunjukkan bahwa variabel tersebut masih layak untuk dikaji kembali.

Atas hal tersebut penulis tertarik melakukan penelitian terhadap minat menggunakan *E-Wallet* di Indonesia tepatnya di kota Yogyakarta. Dan pembahasan masalah di atas menjadi dasar penulis ingin melakukan penelitian

dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Behavioral Intention* Pengguna E-Wallet di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Ekspektasi Kinerja berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta?
2. Apakah Ekspektasi Usaha berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta?
4. Apakah Motivasi Hedonis berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta?
5. Apakah Nilai Harga berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan Mahasiswa Yogyakarta.

2. Mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan Mahasiswa Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh pengaruh sosial terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan Mahasiswa Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan Mahasiswa Yogyakarta.
5. Mengetahui pengaruh nilai harga terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan Mahasiswa Yogyakarta.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk dapat menghasilkan manfaat serta ikut berpartisipasi melalui cara praktis maupun teoritis, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi tambahan pada pengetahuan dan wawasan terhadap penerimaan teknologi dan informasi. Harapannya, hasil penelitian ini juga akan berperan penting dalam memperdalam pemahaman terkait bagaimana variabel-variabel dalam Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT) dapat mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan e-wallet. Selain itu, diharapkan pula bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berguna untuk studi-studi selanjutnya di bidang ini.

2. Manfaat praktisi

Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis dalam penerapan transaksi menggunakan e-wallet, serta memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal efisiensi waktu, penghematan biaya, dan upaya. Diharapkan pula bahwa temuan ini dapat menjadi sumbangan berharga bagi sektor perbankan dan nonbank, memberikan wawasan yang dapat dijadikan landasan untuk menciptakan inovasi e-wallet yang lebih unggul dan bermanfaat bagi konsumen.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### ***2.1 Literature Review***

Berdasarkan penelusuran pada penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* pengguna e-wallet. Diantaranya ialah faktor Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga. Faktor-faktor tersebut merupakan variabel yang berasal dari Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2), model penerimaan teknologi yang dikemukakan dan dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012). Pada awalnya, UTAUT dikembangkan dengan fokus pada penerimaan teknologi dan mendahului penjelasan konteks organisasi. Oleh karena itu, Venkatesh dan rekan-rekan (2012) mengusulkan perluasan UTAUT dengan mencakup konteks penerimaan teknologi oleh konsumen dan mengintegrasikannya dengan model lain. Hal ini melahirkan UTAUT2, yang bertujuan untuk lebih mengkhususkan kerangka model guna menjelaskan bagaimana suatu teknologi digunakan dan diterima oleh pengguna. UTAUT menyatukan karakteristik-karakteristik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi, yaitu Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), A Model Combining The Technology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB), The Model of PC Utilization (MPCU), The Innovation Diffusion Theory (IDT), dan The Social Cognitive Theory (SCT) (Suhendry, 2020). Tujuan dari model UTAUT2 adalah



mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen dengan mengenalkan beberapa hubungan baru (Venkatesh et al., 2012).

Penelitian dengan variabel pertama yaitu Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), diartikan sebagai tingkat dimana teknologi tersebut dapat memberikan manfaat atas aktivitas yang dilakukan (Venkatesh et al., 2012). Dalam konteks teknologi, kinerja yang dipamerkan dapat membangun sikap positif terhadap suatu sistem. Dalam kasus e-wallet, sistem ini memungkinkan kinerja yang kontras untuk memaksimalkan manfaat bagi pengguna (Alkhowaiter, 2022). Dalam kata lain, ekspektasi kinerja merujuk pada keyakinan individu akan seberapa efektif teknologi tersebut dalam membantu mereka mencapai tujuan tertentu atau meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan suatu tugas. Berdasarkan definisi dari variabel Ekspektasi Kinerja diatas terdapat hasil penelitian terdahulu dengan variabel Ekspektasi Kinerja yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Alkhowaiter (2022), Hidayat et al. (2020), Suhendry (2020), Widayat et al. (2020), dan Upadhyay et al. (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh Ekspektasi Kinerja. Namun hal ini berbeda dengan Yuliani & Amin (2022), Putri & Suardhika (2020), Rahim et al. (2021), Merhi et al. (2019), dan Indrawati & Putri (2018) yang menyebutkan bahwa Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Faktor kedua adalah *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha), berhubungan dengan *perceived ease of use* dari model TAM, yaitu tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Tingkat kemudahan penggunaan terhadap suatu teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri individu bahwa sistem itu mempunyai manfaat sehingga akan menimbulkan rasa nyaman penggunaannya (Venkatesh et al., 2012). Pada penelitian (Putri & Suardhika, 2020) menyiratkan bahwa pengguna akan berekspektasi bahwa e-money bermanfaat karena dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) yang dikeluarkan oleh pengguna dibandingkan menggunakan alat pembayaran tunai atau uang kuartal. Berdasarkan penjelasan mengenai variabel ekspektasi usaha diatas, penelitian dengan variabel Ekspektasi Usaha yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Yuliani & Amin (2022), Rahim et al. (2021), Suhendry (2020), Merhi et al (2019), dan Upadhyay et al (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh Ekspektasi Usaha. Namun hal ini berbeda dengan Damayanti et al. (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Hidayat et al. (2020) yang menyebutkan bahwa Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Faktor ketiga adalah *Social Influence* (pengaruh sosial), diartikan sebagai tingkat keyakinan dimana untuk menunjang aktivitasnya, seseorang merasa orang-orang disekitarnya percaya mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). Ketika dihadapkan pada sesuatu yang baru individu cenderung membutuhkan dukungan dari orang lain (Putri & Suardhika, 2020).

Dengan kata lain, pengaruh sosial menunjukkan bahwa ketika orang-orang yang ada di sekitar memberikan *feedback* yang baik akan suatu teknologi, maka akan memunculkan kepercayaan yang akan memicu minat menggunakan kembali teknologi tersebut. Berdasarkan penjelasan mengenai variabel pengaruh sosial diatas, penelitian dengan variabel Pengaruh Sosial yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh De Blanes Sebastian et al. (2023), Martinez & McAndrews (2022), Charisma & Asnawi (2021), Suhendry (2020), Piarna et al. (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Pengaruh Sosial. Namun hal ini berbeda dengan Yuliani & Amin (2022), Mayanti (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa Pengaruh Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Faktor keempat adalah *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis), diartikan sebagai rasa senang yang diperoleh dalam penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al. (2012). Secara khusus, dalam konteks e-wallet tingkat perasaan menyenangkan pada pengguna berasal dari pengalaman individu tersebut menggunakan e-wallet. Dari sudut ini, dengan mempertimbangkan perasaan pengguna seperti kesenangan, keceriaan, dan kebahagiaan saat menggunakan teknologi, perilaku yang melekat mendukung utilitasnya dan menambah nilai yang dirasakan (De Blanes Sebastian et al., 2023). Berdasarkan penjelasan mengenai variabel motivasi hedonis diatas, penelitian dengan variabel Motivasi Hedonis yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan

Mayanti (2020) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Motivasi Hedonis. Namun hal ini berbeda dengan De Blanes Sebastian et al. (2023), Hidayat et al (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa Motivasi Hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Faktor kelima adalah *Price Value* (Nilai Harga), diartikan sebagai *trade-off* antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. (Venkatesh et al. (2012). Bukti empiris menegaskan bahwa konsumen lebih cenderung mengadopsi layanan dengan nilai harga yang baik. Selain itu, hubungan penting dibuktikan antara harga dan adopsi teknologi baru (Merhi et al., 2019) Biaya yang terkait dengan e-wallet umumnya karena kebutuhan *smartphone*, koneksi internet dan biaya tambahan yang diperlukan untuk penggunaan aplikasi e-wallet. Berdasarkan penjelasan mengenai variabel nilai harga diatas, penelitian dengan variabel Nilai Harga yang mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna e-wallet pernah dilakukan oleh Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Merhi et al. (2019) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh Nilai Harga. Namun hal ini berbeda dengan De Blanes Sebastian et al. (2023), Yuliani & Amin (2022), Naufal & Widodo (2021), dan Hidayat et al. (2020), yang menyebutkan bahwa Nilai Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Berdasarkan saran yang diperoleh pada penelitian sebelumnya beserta adanya temuan akan kelemahan pada penelitian tersebut, fokus dalam penelitian ini

adalah pada variabel yang tidak konsisten. Dalam artian, masih adanya perbedaan hasil akhir pada masing-masing variabel cukup menunjukkan bahwa variabel tersebut masih layak untuk dikaji kembali.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Electronic Wallet (E-wallet)**

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. E-wallet adalah layanan elektronik yang memungkinkan anda untuk menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran, seperti kartu kredit atau uang elektronik, yang mewadahi dana untuk melakukan pembayaran. E-wallet telah didefinisikan sebagai cara untuk melakukan transaksi dengan perangkat seperti komputer atau smartphone. E-wallet dapat mengambil fungsi dompet fisik, dengan semua konten dan perilakunya, dan mengintegrasikannya ke dalam perangkat digital. E-wallet memiliki beberapa fungsi penting, seperti menyimpan dan mengirim uang serta memastikan bahwa pelanggan dapat melakukan pembayaran kepada penjual. Sistem e-wallet saat ini dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis, seperti password dan kode OTP (one-time password). Akibatnya, e-wallet mungkin dianggap lebih aman daripada uang tunai.

Sesuai dengan Peraturan BI No. 20/6/2018 tentang mata uang elektronik, BI dibagi menjadi dua kategori: berbasis server (server based) dan berbasis chip (chip based). Uang berbasis server adalah uang elektronik yang disimpan di server. Dalam hal ini, pengguna membutuhkan aplikasi yang tersedia di smartphone. Misalnya, jika pengguna ingin melakukan pembayaran saldo atau, lebih umum,

menggunakan pembayaran top-up, mereka perlu menggunakan aplikasi seperti GoPay, Flip, dan DANA. Sebaliknya, uang berbasis chip adalah uang elektronik yang didukung oleh sistem pembayaran berbasis chip seperti Flazz BCA, emoney Mandiri, dan BRIZZI BRI.

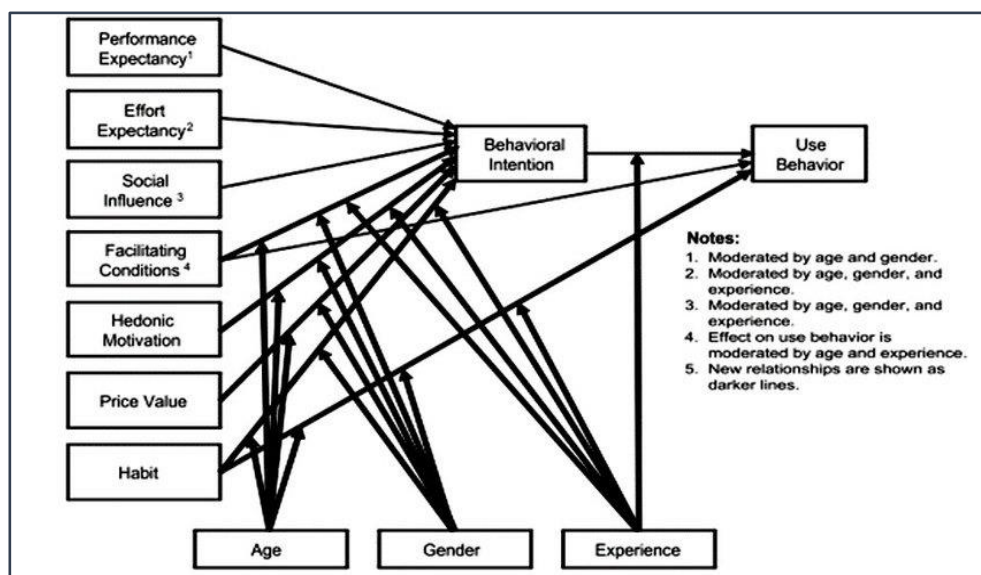
### **2.2.2 Unified Theory of Acceptance Technology 2 (UTAUT2)**

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan model teori untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT2 adalah hasil dari pengembangan model UTAUT dengan memasukkan tiga konstruksi tambahan, seperti motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. UTAUT menyatukan dan menyajikan karakteristik yang berasal dari beberapa teori adopsi teknologi, antara lain Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), model C-TAM-TPP, Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT).

UTAUT telah terbukti lebih efektif sebanyak 70% dalam menjelaskan variasi niat penggunaan teknologi jika dibandingkan dengan delapan teori lainnya (Persada et al., 2020). Oleh karena itu, dapat dianggap sebagai alat penilaian yang sangat baik untuk memprediksi potensi keberhasilan penggunaan teknologi, khususnya dalam konteks model terbaru yang melengkapi kekurangan UTAUT melalui penambahan tiga konstruk yang menjelaskan aspek konsumen. UTAUT2 memiliki tujuan untuk mengidentifikasi tiga konstruk krusial dalam penelitian

penerimaan dan penggunaan teknologi, baik secara umum maupun pada tingkat konsumen. Model ini menambahkan hubungan baru dan mengubah beberapa hubungan yang sudah ada dalam konsep UTAUT (Venkatesh et al., 2012). Pengembangan UTAUT menjadi UTAUT2 sangat diperlukan mengingat adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat. Motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan adalah tiga konstruk tambahan di UTAUT2. Oleh karena itu, tujuan model UTAUT2 adalah untuk menemukan tiga konstruk penting dalam penelitian, baik itu penerimaan maupun penggunaan teknologi secara umum maupun pada tingkat konsumen, dan sambil menciptakan hubungan baru (Venkatesh et al., 2012).

**Gambar 2. 1 Model UTAUT 2**



**Sumber :** (Venkatesh et al., 2012)

### **2.2.3 Ekspektasi Kinerja**

Salah satu elemen yang dapat memengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi adalah ekspektasi kinerja. Menurut penelitian oleh Venkatesh dkk. (2012) dan Putri & Suardhika (2020), ekspektasi kinerja mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan suatu teknologi dalam memberikan manfaat bagi kegiatan yang dilakukan. Jika suatu teknologi mampu memberikan manfaat serta mempermudah aktivitas pengguna, seperti membantu menghemat waktu, biaya, dan usaha, maka hal tersebut dapat menjadi motivasi dan pencetus minat untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Studi juga menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja terbukti menjadi prediktor dengan pengaruh paling kuat terhadap penerimaan teknologi (Venkatesh dkk., 2003).

### **2.2.4 Ekspektasi Usaha**

Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berkaitan dengan persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*) penggunaan dari model TAM, yang mencerminkan sejauh mana suatu teknologi dapat menyederhanakan tugas seorang individu (Venkatesh dkk., 2003). Ekspektasi Usaha mencakup tingkat keterkaitan kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh dkk., 2012; Asnawi & Charisma, 2021). Dengan kata lain, apabila pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak upaya, baik dalam hal waktu maupun tenaga, maka hal tersebut akan menimbulkan rasa kenyamanan yang akan memotivasi minat untuk menggunakan kembali teknologi tersebut.



### **2.2.5 Pengaruh Sosial**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) dan Piarna et al. (2020), Pengaruh Sosial merujuk pada tingkat keyakinan di mana seseorang merasa orang-orang di sekitarnya meyakini bahwa mereka seharusnya menggunakan suatu teknologi untuk mendukung aktivitas mereka. Secara sederhana, pengaruh sosial mencerminkan bahwa seseorang mungkin menggunakan teknologi tertentu karena dipengaruhi oleh orang lain, termasuk keluarga, kerabat, teman, dan rekan kerja. Ketika individu menerima umpan balik positif dari lingkungannya terkait suatu teknologi, hal tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan yang memicu minat untuk menggunakan kembali teknologi tersebut.

### **2.2.6 Motivasi Hedonis**

Motivasi hedonis menjadi salah satu dari tiga elemen konstruksi baru yang diperkenalkan dalam model UTAUT2 yang dikembangkan pada tahun 2012. Menurut temuan oleh Venkatesh dkk. (2012) dan Widayat et al. (2020), Motivasi Hedonis merujuk pada kepuasan atau kesenangan yang diperoleh dalam mengaplikasikan suatu teknologi. Apabila suatu teknologi mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan melalui kemudahan, kepraktisan, dan kenyamanan penggunaannya, maka teknologi tersebut akan lebih mendapatkan minat dari para pengguna. Studi oleh Venkatesh dkk. (2012) dan Widayat et al. (2020) menekankan bahwa faktor motivasi hedonis menjadi penentu kunci dalam proses adopsi dan penggunaan suatu teknologi.

### **2.2.7 Nilai Harga**

Konsep kedua dari tiga konsep baru dalam model UTAUT2 adalah Nilai Harga. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) dan Hidayat et al. (2020), price value merujuk pada keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. Dengan kata lain, price value menggambarkan pertukaran antara investasi finansial seseorang dalam suatu teknologi dengan manfaat yang diperoleh (Hidayat et al., 2020). Apabila manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi lebih besar dan biaya yang dikeluarkan lebih kecil, maka konsumen akan memiliki pandangan positif dan menunjukkan kesiapan untuk mengadopsi teknologi tersebut.

### **2.2.8 Behavioral Intention**

Menurut Kotler (2012), *Behavioral Intention* adalah keadaan di mana pelanggan memiliki rasa loyalitas yang kuat terhadap suatu produk atau layanan dan, dengan senang hati, memberi tahu orang atau organisasi lain tentang keandalan dari produk atau layanan tersebut. Menurut Dharmmesta (2008), *Behavioral Intention* adalah keinginan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara terus menerus dari waktu ke waktu. Menurut Oktama (2018), *Behavioral Intention* didefinisikan sebagai kemampuan pelanggan untuk melakukan survei tertentu, seperti *word-of-mouth* positif tentang suatu produk atau layanan kepada orang lain.

## **2.3 Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Ekspektasi kinerja, diartikan sebagai sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan membantu mencapai keuntungan dalam kinerja (Venkatesh dkk., 2003). Begitu juga dalam konteks penggunaan transaksi digital, individu yang merasa atau yakin bahwa melakukan transaksi digital akan memberikan manfaat pasti akan terus melanjutkan penggunaannya. Sebagai contoh, ketika seseorang perlu mentransfer uang antar bank, sebelumnya mereka harus pergi ke bank atau mesin ATM, namun kini hal tersebut dapat dilakukan di mana saja melalui Mobile Banking dan E-wallet yang dapat diakses melalui smartphone. Dengan demikian, proses ini tidak hanya memperoleh manfaat dalam hal penghematan waktu, tetapi juga mengurangi upaya fisik. Rasa manfaat yang dirasakan ini tentu saja akan menjadi dorongan bagi seseorang untuk terus mengadopsi transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, telah terbukti bahwa prediktor dengan pengaruh terbesar terhadap adopsi teknologi adalah variabel Ekspektasi Kinerja (Venkatesh et al., 2003).

Pendapat ini didukung dengan penelitian Yuliani & Amin (2022), Rahim et al. (2021), Suhendry (2020), Merhi et al (2019), dan Upadhyay et al (2019) yang menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja dinilai mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan. Berbeda dengan penelitian Damayanti et al (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Hidayat et al (2020) yang membuktikan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet..

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti menguji kembali variabel ini dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna E-wallet

### **2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Ekspektasi Usaha adalah sejauh mana sistem atau teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah (Venkatesh dkk., 2003). Tingkat kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat mempengaruhi ketertarikan seseorang untuk mengadopsi teknologi tersebut, termasuk dalam konteks transaksi digital. Sebagai contoh, sebelumnya, untuk membeli makanan di restoran, seseorang harus membawa uang tunai. Namun, dengan adanya QRIS, sekarang prosesnya lebih sederhana karena cukup dengan memindai kode QR yang disediakan melalui e-wallet atau mobile banking. Ini memberikan kenyamanan karena tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk mengambil uang tunai, terutama jika akses ke ATM jauh. Perasaan kemudahan seperti ini tentu akan meningkatkan minat seseorang untuk terus menggunakan transaksi digital. Ada beberapa penelitian seperti Alkhowaiter (2022), Hidayat et al. (2020), Suhendry (2020), Widayat et. al (2020), dan Upadhyay et al (2019) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha dinilai mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan. Namun penelitian oleh Yuliani & Amin (2022), Putri & Suardhika (2020), Rahim et al. (2021), Merhi et al (2019), dan Indrawati & Putri (2018) membuktikan bahwa *behavioral intention*

tidak dipengaruhi oleh ekspektasi usaha. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H<sub>2</sub>: Ekpektasi Usaha memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet

### **2.3.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Menurut Venkatesh et al. (2012), Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa untuk mendukung aktivitasnya, orang-orang di sekitarnya meyakini bahwa mereka seharusnya menggunakan suatu teknologi tertentu. Dalam sifat sosial manusia, kecenderungan untuk mendengarkan saran dari orang lain dalam pengambilan keputusan, terutama terkait penggunaan teknologi baru, cukup dominan. Ini berarti bahwa informasi dan pengaruh yang berasal dari lingkungan sosial, termasuk keluarga, kerabat, teman, dan rekan kerja, memiliki potensi untuk mempengaruhi minat kembali penggunaan e-wallet. Sebagai contoh, seseorang mungkin tertarik untuk menggunakan transaksi digital setelah melihat anggota keluarganya, seperti orang tua atau saudaranya yang juga melakukan pembayaran menggunakan e-wallet. Pengaruh sosial merupakan indikator yang kuat dalam membimbing individu dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Penelitian De Blanes Sebastian et al. (2023), Martinez & McAndrews (2022), Charisma & Asnawi (2021), Suhendry (2020), dan Piarna et al. (2020) membuktikan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna e-wallet. Namun, penelitian Yuliani & Amin (2022), Mayanti (2020), dan Merhi et al (2019) menunjukkan bahwa pengaruh

sosial tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* pengguna e-wallet.. Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti menguji kembali variabel ini dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet

### **2.3.4 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Motivasi Hedonis, atau yang dikenal sebagai dorongan kesenangan atau kepuasan dari interaksi dengan teknologi, telah terbukti memiliki peran yang signifikan dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketika pengguna merasa senang saat menggunakan e-wallet karena kemudahan, kepraktisan, dan kenyamanan yang diperoleh, maka akan muncul rasa kepuasan dalam diri pengguna. Kepuasan dan kesenangan tersebut akan memicu pengguna untuk terus menggunakan e-wallet. Persepsi bahwa transaksi digital memberikan manfaat dan kemudahan akan meningkatkan tingkat kesenangan dan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan minat mereka untuk terus menggunakan transaksi digital. Venkatesh et al. (2012) dan Widayat et al. (2020) menyebutkan bahwa faktor motivasi hedonis menjadi penentu penting dalam penerimaan suatu teknologi. Hal ini didukung dengan penelitian Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Mayanti (2020) yang membuktikan bahwa motivasi hedonis mempengaruhi *behavioral intention* pengguna e-wallet.. Berbeda dengan penelitian De Blanes Sebastian et al. (2023), Hidayat et al (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa

motivasi hedonis tidak mempengaruhi *behavioral intention* pengguna e-wallet. Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti menguji kembali variabel ini dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet

### **2.3.5 Pengaruh Nilai Harga terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Salah satu perbedaan yang signifikan antara penggunaan teknologi oleh konsumen dan organisasi adalah bahwa konsumen umumnya bertanggung jawab atas biaya penggunaan, sementara karyawan tidak (Venkatesh dkk., 2012). Oleh karena itu, biaya dan struktur harga dapat memiliki dampak yang cukup besar pada penggunaan teknologi oleh individu konsumen. Sebagai contoh, ketika menggunakan layanan e-wallet seperti OVO, DANA, dan Shopeepay, seseorang harus melakukan pengisian saldo atau top up pada e-wallet, yang kemudian dikenakan biaya. Setiap e-wallet memiliki biaya top up yang berbeda-beda, namun setiap e-wallet juga menawarkan fitur dan keunggulan yang beragam. Keputusan pengguna transaksi digital untuk terus menggunakan layanan tersebut cenderung tergantung pada persepsi bahwa manfaat yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Penelitian Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Merhi et al. (2019) membuktikan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Namun, penelitian De Blanes Sebastian et al. (2023), Yuliani & Amin (2022), Naufal & Widodo (2021), dan Hidayat et al. (2020) menyebutkan bahwa *behavioral intention* tidak dipengaruhi oleh nilai harga. Berdasarkan perbedaan

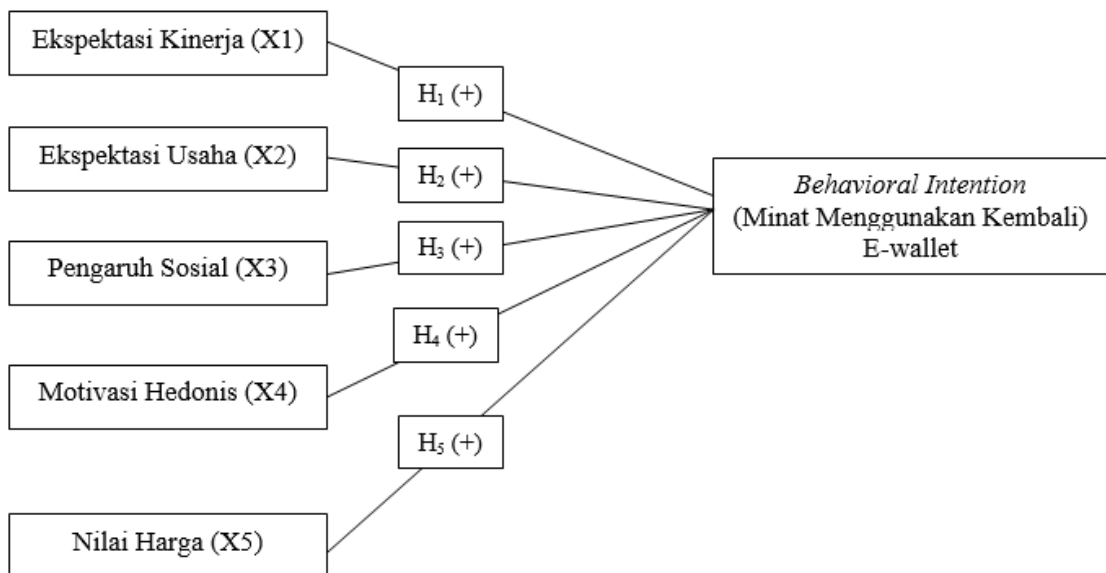
hasil penelitian terdahulu, maka peneliti menguji kembali variabel ini dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>5</sub> : Nilai Harga berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet

## 2.4 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah dijelaskan, maka dapat disusun kerangka penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diuji. Berikut adalah model kerangka penelitian :

**Gambar 2. 2 Model Kerangka Penelitian**





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019) dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti hanya akan mengambil sebagian untuk diteliti. Populasi bisa terdiri dari orang, badan, lembaga, institusi, wilayah, kelompok, dan sebagainya yang akan dijadikan sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan (Abdullah, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah penggunaan layanan e-wallet yang dilakukan oleh Mahasiswa di Yogyakarta.

##### **3.1.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Menurut Abdullah (2015), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jadi, sampel yang diambil dari populasi harus bisa representatif atau mewakili dari semua populasi yang diperlukan untuk penelitian. Mahasiswa di Yogyakarta tapi tidak seluruhnya namun sebagian merupakan sampel dalam penelitian yang dilakukan penulis.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pembuatan sampel disebut *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pemilihan anggota sampel yang tidak dapat memberikan perlakuan khusus kepada setiap anggota populasi agar dapat dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono,

2017). Dalam menentukan ukuran sampel penelitian ini, yaitu menghitung jumlah minimal partisipan dalam sampel sebanyak 5 variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat masing-masing 5 pertanyaan untuk 5 variabel. Dengan demikian, ukuran sampel minimum dalam penelitian ini adalah 500 sampel.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh secara langsung dari sampel penelitian melalui penggunaan kuesioner *online*. Kuesioner tersebut disebar melalui platform Google Form dan mengadopsi skema penilaian Skala Likert. Penggunaan Skala Likert bertujuan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, skala likert menggunakan opsi ganjil dengan 6 poin penilaian. Item pertanyaan kuesioner diambil dan diperoleh dari berbagai penelitian sebelumnya. Adapun alternatif jawaban dalam skala likert 6 poin pada penelitian ini mencakup: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Cukup Setuju (CS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS), dengan masing-masing poin memiliki nilai sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Poin</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.3.1 Ekspektasi Kinerja ( $X_1$ )

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu dia untuk meningkatkan kinerja (Venkatesh et al., 2003).

**Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Ekspektasi Kinerja**

Variabel	Item	Kode	Referensi
<i>Ekspektasi Kinerja</i>	Menggunakan E-wallet bermanfaat untuk keseharian saya dalam melakukan berbagai macam transaksi	EK1	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya bisa menghemat waktu ketika saya menggunakan E-wallet pada proses transaksi	EK2	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan E-wallet membantu saya menyelesaikan banyak hal lebih cepat	EK3	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan E-wallet meningkatkan produktivitas saya	EK4	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan e-wallet meningkatkan aktivitas berbelanja saya	EK5	(Venkatesh et al., 2003)

### 3.3.2 Ekspektasi Usaha (X<sub>2</sub>)

Ekspektasi Usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan seseorang ketika menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003)

**Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Ekspektasi Usaha**

Variabel	Item	Kode	Referensi
Ekspektasi Usaha	Saya merasa E-wallet mudah untuk dipelajari dan dipahami	EU1	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet mudah untuk dipahami	EU2	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet mudah untuk digunakan	EU3	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa mudah untuk terampil ( <i>skillfull</i> ) dalam menggunakan E-wallet	EU4	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet akan mempermudah saya untuk melakukan hal yang saya inginkan (contoh : melakukan transaksi dengan scan Qris)	EU5	(Venkatesh et al., 2003)

### 3.3.3 Pengaruh Sosial (X<sub>3</sub>)

Pengaruh sosial didefinisikan pengaruh orang sekitar dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003)

**Tabel 3.4 Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial**

Variabel	Item	Kode	Referensi
Pengaruh Sosial	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan e-wallet	PS1	(Venkatesh et al., 2012)
	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan e-wallet	PS2	(Venkatesh et al., 2012)
	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih menganjurkan menggunakan e-wallet	PS3	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya merasa banyak orang yang menggunakan e-wallet	PS4	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya merasa citra diri dan status sosial meningkat setelah dapat mengoperasikan teknologi belanja online	PS5	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.4 Motivasi Hedonis (X<sub>4</sub>)

Motivasi Hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, dan merupakan faktor kunci dalam menentukan adopsi teknologi (Brown & Venkatesh, 2005)

**Tabel 3.5 Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis**

Variabel	Item	Kode	Referensi
Motivasi Hedonis	Saya merasa senang saat berbelanja secara <i>online/offline</i> dengan menggunakan E-wallet	MH1	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya menikmati saat berbelanja secara <i>online/offline</i> dengan menggunakan E-wallet	MH2	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet merupakan sesuatu yang menarik bagi saya	MH3	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet memberikan saya kepuasan tersendiri	MH4	(Venkatesh et al., 2012)
	Fitur e-wallet yang lengkap membuat saya senang untuk menggunakannya	MH5	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.5 Nilai Harga (X<sub>5</sub>)

Nilai Harga didefinisikan sebagai adanya keyakinan pengguna terhadap keuntungan dan kerugian antara persepsi keuntungan menggunakan sistem teknologi atas biaya yang dikeluarkan untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2012)

**Tabel 3.6 Pengukuran Variabel Nilai Harga**

Variabel	Item	Kode	Referensi
Nilai Harga	Biaya penggunaan e-wallet terjangkau	NH1	(Venkatesh et al., 2012)
	Biaya yang saya keluarkan untuk menggunakan e-wallet, sesuai dengan manfaat yang saya terima	NH2	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet membuat pengeluaran saya lebih terjangkau	NH3	(S. W. Lee et al., 2019)
	E-wallet memberikan promosi yang menarik bagi saya (co: mendapat cashback)	NH4	(S. W. Lee et al., 2019)
	Pembayaran menggunakan e-wallet menawarkan nilai yang lebih baik untuk keuangan saya	NH5	(Venkatesh et al., 2012)

### **3.3.6 Behavioral Intention (Minat Menggunakan Secara Terus Menerus) (Y)**

Behavioral intention didefinisikan sebagai suatu perilaku atau sikap konsumen yang memiliki keinginan untuk menggunakan produk atau jasa secara terus menerus (Dharmmesta, 2008)

**Tabel 3.7 Pengukuran Variabel Behavioral Intention**

Variabel	Item	Kode	Referensi
<i>Behavioral Intention</i>	Saya berencana untuk menggunakan E-wallet secara terus menerus saat bertransaksi	BI1	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya akan selalu mencoba menggunakan E-wallet dalam kehidupan sehari-hari	BI2	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan E-wallet saat bertransaksi secara <i>online/offline</i> di masa yang akan datang	BI3	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya merekomendasikan E-wallet ke orang lain	BI4	(Indrawati & Putri, 2018)
	Saya akan memberi tahu hal-hal positif tentang menggunakan e-wallet kepada orang lain	BI5	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)

### **3.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Alat Analisis Data**

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah melalui analisis statistik, uji instrumen, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data dalam penelitian ini dibantu



dengan menggunakan software IBM SPSS versi 26 untuk menguji dan mengetahui hasil dari penelitian. Pengujian yang digunakan antara lain:

### **3.5 Uji Instrumen**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas yaitu pengujian dengan melakukan pengukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan ukuran dari suatu instrumen terhadap konsep yang akan diteliti (Suharso, 2012). Uji validitas juga digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya tiap pertanyaan dalam kuisioner. Uji validitas dilakukan dengan teknik Pearson Correlation (Pc) dimana setiap pertanyaan dikorelasikan dengan skor total (Kusumah, 2017). Umumnya, dalam menentukan layak atau tidak item yang digunakan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05.

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui akurasi dan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur variabel-variabel penelitian ini. Menurut Ghazali (2018), instrumen dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$ .

### **3.6 Uji Asumsi Klasik**

Pada uji asumsi klasik terdapat tiga pengujian yang dilakukan, antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### **3.6.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan uji statistik Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.)  $> 0,05$  maka data residual terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

#### **3.6.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian ini melihat 33 nilai tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

#### **3.6.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada ketidaksamaan varians dari residual pengamatan yang satu dengan lainnya. Model regresi yang baik apabila tidak ada heteroskedastisitas. Jika ada pola atau titik yang menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi (Ghozali, 2018).

### **3.7 Pengujian Hipotesis**

#### **3.7.1 Analisis Linear Berganda**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, yaitu dengan melihat ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap behavioral intention pengguna e-wallet.

Model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

$Y$  : *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet

$X_1$  : Ekspektasi Kinerja

$X_2$  : Ekspektasi Usaha

$X_3$  : Pengaruh Sosial

$X_4$  : Motivasi Hedonis

$X_5$  : Nilai Harga

$\beta$  : Koefisien Regresi

$\varepsilon$  : Error

### **3.8 Hipotesis Operasional**

Terbukti atau tidaknya hipotesis ditentukan berdasarkan kriteria dengan memperhatikan nilai koefisien original sample estimate serta nilai T-statistik.

Hipotesis dinyatakan sebagai berikut :

### **3.8.1 Ekspektasi Kinerja**

$H_{01} ; \beta_1 \leq 0$  : Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

$H_{01} ; \beta_1 > 0$  : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

### **3.8.2 Ekspektasi Usaha**

$H_{02} ; \beta_2 \leq 0$  : Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

$H_{02} ; \beta_2 > 0$  : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

### **3.8.3 Pengaruh Sosial**

$H_{03} ; \beta_3 \leq 0$  : Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

$H_{03} ; \beta_3 > 0$  : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

### **3.8.4 Motivasi Hedonis**

$H_{04} ; \beta_4 \leq 0$  : Motivasi Hedonis tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

$H_{04} ; \beta_4 > 0$  : Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

### **3.8.5 Nilai Harga**

$H_{05} ; \beta_5 \leq 0$  : Nilai Harga pengguna tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

$H_05 ; \beta_5 > 0$  : Nilai Harga pengguna berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention pengguna E-wallet

### **3.9 Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang semakin mendekati angka satu, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

### **3.10 Uji Hipotesis**

#### **3.10.1 Uji T**

Uji t (t-test) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau individual terhadap variabel independen. Analisis 32 ini juga digunakan untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (Haryanto, 2013). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut: - Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. - Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### ANALISI HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini para responden yang digunakan yaitu para pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Data yang telah berhasil dikumpulkan merupakan kuisoner online yang disebar dalam bentuk *google form*. Kuisoner mulai disebar pada tanggal 28 Desember 2023 dan ditutup pada tanggal 18 Januari 2024. Adapun hasil analisisnya disajikan sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuisoner yang diterima	555	100%
Kuisoner yang kembali	555	100%
Kuisoner yang memenuhi syarat	555	100%

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Melihat dari tabel 4.1 terdapat 555 Kuisoner yang telah disebar penulis kepada responden. Lalu, sebanyak 555 pula Kuisoner kembali kepada penulis dan seluruh Kuisoner yang kembali memenuhi syarat untuk pengujian dalam penelitian ini. Maka dari itu sebanyak 555 Kuisoner seluruhnya dapat diolah oleh penulis.

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, asal universitas, lama penggunaan e-wallet, seberapa sering menggunakan e-wallet dalam satu bulan, dan jenis e-wallet yang digunakan.

### 4.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
17-22	330	59,5%
23-27	197	35,5%
> 28	28	5%
<b>Total</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada hasil data Tabel 4.2 diatas menunjukkan hasil kriteria responden yang diklasifikasikan berdasarkan usia. Dapat disimpulkan bahwa dari 555 responden, 330 responden yaitu berumur 17-22 dengan presentase 59,5%, 197 responden berumur 23-27 tahun dengan presentase 35,5%, dan 28 responden yang berumur lebih dari 28 tahun dengan presentase 5%. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden yaitu berumur 17 s/d 22 tahun.

### 4.2.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	252	45,4%
Perempuan	303	54,6%
<b>Total</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada hasil data diatas Tabel 4.3 menunjukkan hasil karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan usia. Dapat disimpulkan bahwa dari 555 responden, 252 adalah laki-laki dengan persentase 45,4% dan 303 adalah perempuan dengan persentase 54,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah perempuan.

#### 4.2.3 Klasifikasi Berdasarkan Asal Universitas

**Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Universitas**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Universitas Islam Indonesia (UII)	70	12,6%
Universitas Gadjah Mada (UGM)	62	11,2%
Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	51	9,2%
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (UINY)	51	9,2%
UPN "Veteran" Yogyakarta (UPN)	50	9%
Universitas Sanatha Dharma (SADHAR)	45	8,1%
Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	38	6,8%
Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY)	37	6,7%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	30	5,4%
Universitas Amikom Yogyakarta (UAYO)	30	5,4%
Institut Pertanian Stiper Yogyakarta (INSTIPER)	27	4,9%
Universitas Atmajaya (UAJY)	27	4,9%
Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY)	26	4,7%
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST)	11	2%
<b>Total</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

**Sumber :** Hasil Pengolahan Data, 2024

Melihat data dari Tabel 4.4 diatas yang sesuai dengan universitas asal responden yang telah diklasifikasikan. Dapat disimpulkan bahwa dar 555 responden, terdapat 70 responden yang berasal dari UII dengan persentase 12,6%, 62 responden dari



UGM dengan persentase 11,2%, 51 responden dari UNY dengan persentase 9,2%, 51 responden berasal dari UINY dengan persentase 9,2%, 50 responden dari UPN dengan persentase 9%, 45 responden dari SADHAR dengan persentase 8,1%, 38 responden dari UAD dengan persentase 6,8%, 37 responden dari UTY dengan persentase 6,7%, 30 responden dari UMY dengan persentase 5,4%, 30 responden dari UAYO dengan persentase 5,4%, 27 responden dari INSTIPER dengan persentase 4,9%, 27 responden dari UAJY dengan persentase 4,9%, 26 responden dari UMBY dengan persentase 4,7% dan 11 responden dari UST dengan persentase 2%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya responden yang berasal dari UII merupakan mayoritas pada penelitian ini.

#### 4.2.4 Klasifikasi Berdasarkan Lama Penggunaan E-wallet

**Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan E-wallet**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Lebih dari 1 tahun	485	87,4%
Kurang dari 1 tahun	70	12,6%
<b>Total</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Melihat dari data Tabel 4.5 untuk lama penggunaan e-wallet yang telah diklasifikasikan sesuai dengan responden. Dapat disimpulkan bahwa dari 555 responden, terdapat 485 responden yang telah menggunakan e-wallet dengan persentase 87,4%, dan 70 responden yang menggunakan e-wallet kurang dari 1 tahun dengan persentasi 12,6%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya berdasarkan lama penggunaan e-wallet, mayoritas responden pada penelitian ini adalah sudah menggunakan e-wallet lebih dari 1 tahun.

#### 4.2.5 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan E-wallet Dalam Sebulan

**Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan E-wallet Dalam Sebulan**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1-3 kali	59	10,6%
4-6 kali	182	32,9%
7-10 kali	142	25,6%
> 10 kali	171	30,9%
<b>Total</b>	<b>555</b>	<b>100%</b>

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil karakteristik responden berdasarkan intensitas penggunaan e-wallet nya dalam satu bulan. Dapat disimpulkan bahwa, dari 555 responden, terdapat 59 responden yang menggunakan e-wallet 1-3 kali dalam sebulan dengan persentase 10,6%, 182 responden yang menggunakan e-wallet 4-6 kali dalam sebulan dengan persentase 32,9%, 142 responden yang menggunakan e-wallet 7-10 kali dalam sebulan dengan persentase 25,6%, dan 171 responden yang menggunakan e-wallet lebih dari 10 kali dalam sebulan dengan persentase 30,9%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya berdasarkan intensitas penggunaan e-wallet, mayoritas responden pada penelitian ini memiliki intensitas menggunakan e-wallet sebanyak 4-6 kali dalam sebulan.

### 4.3 Uji Instrumen Penelitian

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan pearson Correlation (Ghozali, 2018). Apabila tingkat signifikansi  $< 0,05$  dan memiliki nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
Ekspektasi Kinerja (X1)	EK1	0.783	0,000	Valid
	EK2	0.786	0,000	Valid
	EK3	0.794	0,000	Valid
	EK4	0.636	0,000	Valid
	EK5	0.806	0,000	Valid
Ekspektasi Usaha (X2)	EU1	0.786	0,000	Valid
	EU2	0.786	0,000	Valid
	EU3	0.729	0,000	Valid
	EU4	0.729	0,000	Valid
	EU5	0.667	0,000	Valid
Pengaruh Sosial (X3)	PS1	0.748	0,000	Valid
	PS2	0.634	0,000	Valid
	PS3	0.618	0,000	Valid
	PS4	0.687	0,000	Valid
	PS5	0.709	0,000	Valid
Motivasi Hedonis (X4)	MH1	0.789	0,000	Valid
	MH2	0.813	0,000	Valid
	MH3	0.791	0,000	Valid
	MH4	0.815	0,000	Valid
	MH5	0.826	0,000	Valid
Nilai Harga (X5)	NH1	0.682	0,000	Valid
	NH2	0.648	0,000	Valid
	NH3	0.724	0,000	Valid
	NH4	0.369	0,000	Valid
	NH5	0.711	0,000	Valid
Behavioral Intention (Y)	BI1	0.845	0,000	Valid
	BI2	0.827	0,000	Valid
	BI3	0.833	0,000	Valid
	BI4	0.348	0,000	Valid

	BI5	0.424	0,000	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Hasil uji validitas yang terdapat dalam tabel 4.7 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan pada variabel Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan *Behavioral Intention* memiliki hasil sig. < 0,05 atau 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut valid untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui akurasi dan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur variabel-variabel penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha dimana variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* bernilai (Ghozali, 2018) :

- Hasil  $\alpha > 0.70$  = Reliabel
- Hasil  $\alpha \leq 0.70$  = Tidak Reliabel

**Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Titik Kritis	Keterangan
Ekspektasi Kinerja (X1)	0.793	0.70	Reliabel
Ekspektasi Usaha (X1)	0.766	0.70	Reliabel
Pengaruh Sosial (X3)	0.702	0.70	Reliabel
Motivasi Hedonis (X4)	0.863	0.70	Reliabel
Nilai Harga (X5)	0.719	0.70	Reliabel
Behavioral Intention (Y)	0.734	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan *Behavioral Intention* memiliki nilai

Cronbach's Alpha < 0.70 sehingga dapat disimpulkan bahwa item variabel dalam penelitian ini reliabel.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan uji statistik Kolmogrov-Smirnov. Data terdistribusi normal jika nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.) > 0,05.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas**

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,109	Terdistribusi Normal

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.9 maka model regresi dinyatakan terdistribusi normal karena nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,109 sehingga lebih besar dari 0,05 atau 5%.

##### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi tidak terjadi multikolinearitas jika nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Independen	$\beta$	Collinearity Statistic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
Ekspektasi Kinerja	0.417	0.335	2.986	Tidak terjadi Multikolinearitas
Ekspektasi Usaha	0.292	0.344	2.907	Tidak terjadi Multikolinearitas
Pengaruh Sosial	-0.043	0.867	1.154	Tidak terjadi Multikolinearitas
Motivasi Hedonis	0.112	0.502	1.994	Tidak terjadi Multikolinearitas
Nilai Harga	-0.061	0.941	1.062	Tidak terjadi Multikolinearitas

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini layak untuk digunakan karena tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansi yang diperoleh diatas tingkat kepercayaan 5%, maka variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0.504	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ekspektasi Usaha	0.399	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengaruh Sosial	0.178	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Motivasi Hedonis	0.493	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Nilai Harga	0.476	Tidak terjadi heteroskedastisitas

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel hasil uji Glejser diatas, dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi sudah melebihi 0,05. Hal ini menandakan bahwa model regresi penelitian ini dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas.

#### 4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet

X<sub>1</sub> : Ekspektasi Kinerja

X<sub>2</sub> : Ekspektasi Usaha

X<sub>3</sub> : Pengaruh Sosial

X<sub>4</sub> : Motivasi Hedonis

X<sub>5</sub> : Nilai Harga

β : Koefisien Regresi

ε : Error

**Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	β		
(Constant)	0.394	0.13		3.043	0,002
Ekspektasi Kinerja	0.417	0.04	0.451	10.467	0,000
Ekspektasi Usaha	0.292	0.039	0.32	7.522	0,000
Pengaruh Sosial	-0.043	0.026	-0.045	-1.671	0,095
Motivasi Hedonis	0.112	0.042	0.094	2.681	0,008
Nilai Harga	-0.061	0.032	-0.049	-1.913	0,056

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel diatas, maka didapatkan persamaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

$$Y = 0,394 + 0,417 X_1 + 0,292 X_2 - 0,043 X_3 + 0,112 X_4 - 0,061 X_5$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas, maka dapat dianalisis sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi variabel Ekspektasi Kinerja sebesar 0,417 artinya jika variabel Ekspektasi Kinerja naik 1 satuan, maka Behavioral Intention akan mengalami kenaikan pula sebesar 0,417 unit atau satuan. Koefisien ini bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara Ekspektasi Kinerja dengan Behavioral Intention, semakin naik Ekspektasi Kinerja maka akan semakin naik pula Behavioral Intention, begitupun sebaliknya.
- b. Koefisien regresi variabel Ekspektasi Usaha sebesar 0,292 artinya jika variabel Ekspektasi Usaha naik 1 satuan, maka Behavioral Intention akan mengalami kenaikan pula sebesar 0,292 unit atau satuan. Koefisien ini bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara Ekspektasi Usaha dengan Behavioral Intention, semakin naik Ekspektasi Usaha maka akan semakin naik pula Behavioral Intention, begitupun sebaliknya.
- c. Koefisien regresi variabel Pengaruh Sosial sebesar -0,043 artinya jika variabel Pengaruh Sosial naik 1 satuan, maka Behavioral Intention akan mengalami penurunan sebesar 0,043 unit atau satuan. Koefisien



ini bernilai negatif artinya terdapat hubungan negative antara Pengaruh Sosial dengan Behavioral Intention, semakin naik Pengaruh Sosial maka akan semakin turun Behavioral Intention, begitupun sebaliknya.

- d. Koefisien regresi variabel Motivasi Hedonis sebesar 0,112 artinya jika variabel Motivasi Hedonis naik 1 satuan, maka Behavioral Intention akan mengalami kenaikan pula sebesar 0,112 unit atau satuan. Koefisien ini bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara Motivasi Hedonis dengan Behavioral Intention, semakin naik Motivasi Hedonis maka akan semakin naik pula Behavioral Intention, begitupun sebaliknya.
- e. Koefisien regresi variabel Nilai Harga sebesar -0,061 artinya jika variabel Nilai Harga naik 1 satuan, maka Behavioral Intention akan mengalami penurunan sebesar 0,061 unit atau satuan. Koefisien ini bernilai negatif artinya terdapat hubungan negative antara Nilai Harga dengan Behavioral Intention, semakin naik Nilai Harga maka akan semakin turun Behavioral Intention, begitupun sebaliknya.

#### **4.4.5 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh variabel independent mempengaruhi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, dan nilai  $R^2$  yang hampir satu

menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
0,812	0,659	0,656	0,47653

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,656 yang berarti besarnya variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 65.6%. Sedangkan sisanya sebesar 34.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## 4.5 Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Uji T

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hipotesis penelitian akan diterima apabila nilai signifikansi  $< \alpha$  0.05. Hasil Uji T dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.14 Hasil Uji T**

<b>Variabel</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Sig.</b>	<b>Ket.</b>
	<b><math>\beta</math></b>	<b>Std. Error</b>		
Ekspektasi Kinerja	0.417	0.04	0,000	Diterima
Ekspektasi Usaha	0.292	0.039	0,000	Diterima
Pengaruh Sosial	-0.043	0.026	0,095	Ditolak
Motivasi Hedonis	0.112	0.042	0,008	Diterima
Nilai Harga	-0.061	0.032	0,056	Ditolak

**Sumber** : Hasil Pengolahan Data, 2024

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap *Behavioral Intention* Pengguna

#### E-wallet

Hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (minat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna E-wallet. Berdasarkan Tabel 4.14, variabel ekspektasi kinerja memiliki nilai koefisien sebesar 0.417, yang menunjukkan arah koefisien regresi positif dan nilai signifikansi 0.000 di bawah 0.05. Hal tersebut dapat diartikan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, sehingga **hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) diterima.**

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alkhowaiter (2022), Hidayat et al. (2020), Suhendry (2020), Widayat et al. (2020), dan Upadhyay et al. (2019) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Ekspektasi Kinerja mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan suatu teknologi dalam memberikan manfaat bagi kegiatan yang dilakukan (Venkatesh et al., 2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna e-wallet kalangan mahasiswa Yogyakarta percaya bahwa melakukan transaksi menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja kerjanya, sehingga mereka merasakan adanya manfaat dan keuntungan yang dapat membantu menyelesaikan aktivitas dengan cepat dan meningkatkan preferensi kalangan mahasiswa Yogyakarta untuk terus menggunakan e-wallet di masa yang akan datang

#### **4.6.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (minat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna e-wallet. Berdasarkan tabel 4.14, variabel ekspektasi usaha mempunyai nilai koefisien sebesar 0.292 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif dan nilai signifikansi dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.000. Hal tersebut dapat diartikan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, sehingga **hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) diterima**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliani & Amin (2022), Rahim et al. (2021), Suhendry (2020), Merhi et al (2019), dan Upadhyay et al (2019) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Ekspektasi Usaha merupakan tingkat keterkaitan kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh dkk., 2012). Hasil penelitian ini mampu membuktikan bahwa pengguna e-wallet khususnya di kalangan mahasiswa Yogyakarta yang rata-rata seorang generasi millennial dan generasi z cenderung lebih adaptif dan terampil dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa di Yogyakarta, yang memiliki standar kenyamanan yang tinggi, merasa bahwa penggunaan e-wallet sudah sesuai dengan harapan kemudahan mereka. Mereka merasa tidak perlu menghabiskan banyak waktu dan energi untuk mengoperasikannya dan menyelesaikan tugas-tugas

mereka. Hal ini mampu membuktikan bahwa kemudahan yang muncul tersebut akan meningkatkan preferensi kalangan mahasiswa Yogyakarta untuk terus menggunakan e-wallet di masa yang akan datang.

#### **4.6.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Hipotesis ketiga pada penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* (minat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna e-wallet. Berdasarkan tabel 4.14, variabel pengaruh sosial mempunyai nilai koefisien sebesar -0.043 yang menunjukkan arah koefisien regresi negatif dan nilai signifikansi diatas 0.05 yaitu sebesar 0.095. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, sehingga **hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) ditolak.**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliani & Amin (2022), Mayanti (2020), dan Merhi et al. (2019) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Pengaruh Sosial merupakan tingkat keyakinan dimana seseorang merasa orang-orang disekitarnya percaya mereka harus menggunakan teknologi tertentu untuk menunjang aktivitasnya (Venkatesh et al., 2012). Manusia sebagai makhluk sosial cenderung mendengarkan saran dari orang lain dalam pengambilan keputusan, sama halnya dengan keputusan untuk menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini mampu membuktikan tekanan atau pengaruh orang-orang disekitar seperti keluarga, kerabat, teman, dan kolega

tidak dapat mempengaruhi minat mahasiswa Yogyakarta untuk menggunakan e-wallet secara terus menerus di masa depan.

#### **4.6.4 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Hipotesis keempat pada penelitian ini menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (minat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna e-wallet. Berdasarkan tabel 4.14, variabel motivasi hedonis mempunyai nilai koefisien sebesar -0.112 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif dan nilai signifikansi dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.008. Hal tersebut dapat diartikan bahwa motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, sehingga **hipotesis keempat (H<sub>4</sub>) diterima.**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Charisma & Asnawi (2021), Putri & Suardhika (2020), dan Mayanti (2020) yang membuktikan bahwa motivasi hedonis mempengaruhi *behavioral intention* pengguna e-wallet. Motivasi hedonis merupakan rasa senang yang diperoleh dalam penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketika pengguna merasa senang saat menggunakan e-wallet karena kemudahan, kepraktisan, dan kenyamanan yang diperoleh saat bertransaksi, maka akan muncul rasa kepuasan dalam diri pengguna. Hasil penelitian ini mampu membuktikan kesenangan dan kepuasan yang muncul tersebut akan meningkatkan preferensi kalangan mahasiswa Yogyakarta untuk terus menggunakan e-wallet di masa yang akan datang.

#### **4.6.5 Pengaruh Nilai Harga terhadap *Behavioral Intention* Pengguna E-wallet**

Hipotesis kelima pada penelitian ini menyatakan bahwa nilai harga berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* (minat untuk menggunakan secara terus menerus) pengguna e-wallet. Berdasarkan tabel 4.14, variabel pengaruh sosial mempunyai nilai koefisien sebesar -0.061 yang menunjukkan arah koefisien regresi negatif dan nilai signifikansi diatas 0.05 yaitu sebesar 0.056. Hal tersebut dapat diartikan bahwa nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, sehingga **hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) ditolak**.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh De Blanes Sebastian et al. (2023), Yuliani & Amin (2022), Naufal & Widodo (2021), dan Hidayat et al. (2020) yang menyatakan bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Nilai Harga merupakan trade-off antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa manfaat yang dirasakan mahasiswa Yogyakarta saat menggunakan e-wallet belum seimbang dengan biaya moneter yang dikeluarkan untuk menggunakannya. Responden merasa bahwa antara biaya yang dikeluarkan belum sejalan dengan manfaat yang didapatkan karena mereka merasa menjadi lebih boros setelah menggunakan e-wallet sehingga mengurangi preferensi kalangan mahasiswa Yogyakarta untuk terus menggunakan e-wallet di masa yang akan datang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap behavioral intention pengguna e-wallet. Penelitian dilakukan pada mahasiswa di daerah Yogyakarta. Analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS 26. Berdasarkan pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Dengan demikian, **hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) didukung**. Hal ini berarti mahasiswa Yogyakarta percaya bahwa transaksi menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja kerjanya serta sudah merasakan manfaat dan keuntungan yang dapat membantu menyelesaikan aktivitas dengan cepat.
2. Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna dompet e-wallet. Dengan demikian, **hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) didukung**. Hal ini berarti mahasiswa Yogyakarta dengan standar kemudahan yang tinggi merasa bahwa e-wallet sudah memenuhi ekspektasi kemudahan mereka dan tidak memerlukan banyak usaha berupa waktu dan tenaga dalam mengoperasikan serta menyelesaikan pekerjaannya.



3. Pengaruh Sosial tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Dengan demikian, **hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) tidak didukung**. Hal ini berarti tekanan atau pengaruh orang-orang disekitar seperti keluarga, kerabat, teman, dan kolega tidak dapat mempengaruhi minat mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan e-wallet secara terus menerus di masa depan.
4. Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Dengan demikian, **hipotesis keempat (H<sub>4</sub>) didukung**. Hal ini berarti kesenangan dan kepuasan yang muncul saat menggunakan e-wallet akan meningkatkan preferensi mahasiswa Yogyakarta untuk terus menggunakan e-wallet tersebut di masa yang akan datang.
5. Nilai Harga tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet. Dengan demikian, **hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) tidak didukung**. Hal ini berarti manfaat yang dirasakan pengguna e-wallet khususnya di kalangan mahasiswa Yogyakarta saat menggunakan e-wallet tidak seimbang dengan biaya moneter yang dikeluarkan untuk menggunakannya. Selain itu, pengguna juga merasa menjadi lebih boros saat menggunakan e-wallet.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas lima faktor yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga yang mempengaruhi *behavioral intention* e-wallet. Adanya kemungkinan faktor-faktor lain yang sebenarnya memiliki pengaruh besar terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet, namun tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pengambilan responden hanya pada daerah Yogyakarta.
3. Mahasiswa/i di daerah Yogyakarta yang hanya digunakan dalam penelitian ini.
4. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini memakai Kuesioner google form sebagai metodenya, maka dari itu jawaban yang didapat dari responden belum tentu menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

### **5.3 Saran**

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

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil responden di daerah selain Yogyakarta, sehingga dapat memperluas sampel ke seluruh daerah di Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode selain kuesioner, seperti wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih objektif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini misalnya variabel keluhan ganti rugi, uang saku dan lain-lain.

4. Pada kuesioner yang disebar melalui google form menggunakan format multiple choice pada asal universitas untuk menghindari penulisan nama universitas yang tidak sebenarnya.

#### **5.4 Implikasi**

Adapun implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Penerbit E-wallet

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi penyedia layanan e-wallet dalam upaya meningkatkan pertumbuhan bisnisnya, terutama mengingat popularitas penggunaan e-wallet yang semakin meluas di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan motivasi hedonis memiliki dampak positif, sementara pengaruh sosial dan nilai harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat seseorang untuk menggunakan kembali atau terus menggunakan e-wallet di masa yang akan datang. Jika pengguna e-wallet merasakan manfaat positif dari penggunaannya, mereka cenderung memiliki keinginan untuk terus menggunakan dan melakukan transaksi dengan e-wallet. Oleh karena itu, perusahaan penerbit e-wallet disarankan untuk terus meningkatkan layanan dan fitur melalui inovasi baru sesuai dengan perkembangan zaman. Fitur yang menarik, penawaran yang menarik dan peningkatan layanan dapat memberikan kepuasan kepada pengguna, terutama mahasiswa, yang

dapat berkontribusi pada penggunaan e-wallet secara berulang dalam melakukan transaksi.

## 2. Bagi Pengguna E-wallet

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat menjadi pertimbangan bagi pengguna e-wallet agar tetap menggunakan e-wallet yang lebih banyak memberikan pelayanan yang baik daripada e-wallet yang sering membuat pengguna merasa dirugikan. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan motivasi hedonis memiliki dampak positif, sementara pengaruh sosial dan nilai harga tidak memengaruhi niat perilaku menggunakan e-wallet. Jika pengguna e-wallet mengalami dampak positif selama penggunaan, maka mereka cenderung memiliki keinginan untuk terus menggunakan dan melakukan transaksi dengan e-wallet. Ini menunjukkan bahwa e-wallet memberikan kemudahan dan keunggulan dalam bertransaksi, sehingga diharapkan pengguna dapat lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afalo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267-277.
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Alvian, S. (2019). *Analisis Determinan Minat Umkm Dalam Adopsi Aplikasi Si Apik Sebagai Sistem Pencatatan Akuntansi Berbasis Teknologi* [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16210>
- Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 583–589.
- BankJombang. (2023). E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2023, Ini Potensinya Pada 2025 Mendatang. <https://bankjombang.co.id/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang/>
- Buchanan, T., Paine, C., & Joinsoin, A. N. (2006). Development of Measures of Online Privacy Concern and Protection for Use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157–165. <https://doi.org/10.1002/asi>
- Burns, S., & Roberts, L. (2013). Applying the Theory of Planned Behaviour to predicting online safety behaviour. *Crime Prevention and Community Safety*,

- 15(1), 48–64. <https://doi.org/10.1057/cpcs.2012.13>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *ResearchGate, July 2018*, 982–1003.
- De Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187(November 2022). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Custom Library.
- Halim, F., Efendi, Butarbutar, M., Malau, A., & Sudirman, A. (2020). Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z. *Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z*, 1(1), 101–116. <https://doi.org/10.31098/ic-smart.v1i1.32>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/.v9i3.227>
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). 2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018, December, 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., & Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.035>
- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Saarijärvi, H., & Saraniemi, S. (2019). How perceived value drives the use of mobile financial services apps. *International Journal of Information Management*, 47(August 2018), 252–

261. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.014>
- KataData. (2022). *Jumlah Mahasiswa di Indonesia, dari Aceh sampai Papua*. 05/09/2022.
- Kontan.co.id. (2021). *Platform pembayaran konsumen Flip raih pendanaan seri B senilai US\$ 48 juta*. 08/12/2021. <https://keuangan.kontan.co.id/news/platform-pembayaran-konsumen-flip-raih-pendanaan-seri-b-senilai-us-48-juta?page=all>
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012) *Marketing Management*. 14th Edition, Pearson Education.
- Lowry, P. B., Cao, J., & Everard, A. (2011). Privacy concerns versus desire for interpersonal awareness in driving the use of self-disclosure technologies: The case of instant messaging in two cultures. *Journal of Management Information Systems*, 27(4), 163–200. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222270406>
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. *Information and Management*, 48(8), 393–403. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.09.006>
- Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2022). Do you take..? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2. *Journal of Marketing Analytics*. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00175-6>
- Mayanti, Rina. 2020. “Faktor-faktor yang Memengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25(2):123– 35. doi: 10.35760
- MDI, V., & Mandiri, R. S. (2017). mobile payment in indonesia. *MDI*, 1–47.
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(June), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). *Digital Payments Adoption: An*

- Analysis of Literature*. 61–70. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1_7)
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2020). Understanding the Generation Z Behavior on D- Learning : A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology ( UTAUT ) Approach. 20–33.
- Pertawijaya, I. (2015). Analisis Komparatif Mobile Technology Acceptance Model pada Aplikasi TELKOM T-MONEY dan MANDIRI E-CASH. *E-Proceeding of Management*, 2(2), 1443–1449.
- Pertiwi, N. W. D., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369–1397. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Piarna, Rian, Ferdi Fathurohman, and Nunu Nugraha Purnawan. 2020. “Understanding Online Shopping Adoption: The Unified Theory of Acceptance and The Use of Technology with Perceived Risk in Millennial Consumers Context.” *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen* 17(1):51–66. doi: 10.31106/jema.v17i1.5050.
- Putri, N. K. R. D., & Suardhika, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *EJurnal Akuntansi*, 30(2), 540–550.
- Rachmawati, Erina Widya and Maria, Nugroho Sumarjiyanto Benedictus,(31 August 2022), Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta Purchase Intention Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid – 19
- Rahim, N. . F., Bakri, M. H., Fianto, B. A., Zainal, N., & Hussein Al Shami, S. A. (2023). *Measurement and structural modelling on factors of Islamic Fintech adoption among millennials in Malaysia. Journal of Islamic Marketing*,



14(6), 1463-1487. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0279>

- Sari, Y. D. K., Khadijah, S. N., & Kusumaningrum, D. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Spending Behavior Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik: E-wallet, Gaya Hidup, Spending Behavior. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(1), 8–16.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. 3rd ed. edited by S. Y. Suryandari. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabet
- Suhendry, Wendy. 2020. “Minat Penggunaan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance and Use Technology.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 6(1):1–12.
- Suharso, P. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis. PT Indeks.
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>
- Venkatesh, V., James Y.L, T., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 426–478.
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money payment: Customers’ adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030057>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr Wb

Perkenalkan saya Virda Cantik Apriyayi mahasiswa strata 1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang pada saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Behavioral Intention* Pengguna E-Wallet di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta”**.

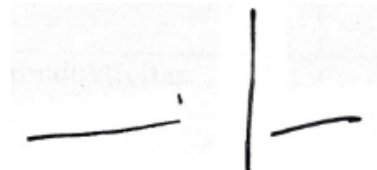
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention* (Minat untuk menggunakan secara terus menerus) para pengguna E-wallet khususnya di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Berkaitan dengan hal ini, saya memohon ketersediaan saudara/i untuk meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Dalam kuesioner tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam setiap pertanyaan, jawaban yang saudara/i pilih diharapkan sesuai dengan kondisi yang dialami sebenarnya. Kerahasiaan seluruh jawaban akan dijamin dan semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademis.

Saya ucapkan terima kasih atas kesungguhan dan ketersediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Tanpa bantuan saudara/i penelitian ini tidak dapat terselesaikan.

Peneliti

Virda Cantik Apriyayi

Dosen Pembimbing



Prof. Drs. Hadri Kusuma, MBA., DBA

## Kuesioner Penelitian

### A. Identitas Responden

Nama / Inisial :

Usia :

- a. 17-22
- b. 23-37
- c. 28 >

Jenis Kelamiin :

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

Nomor Handphone :

Asal Universitas :

- a. Universitas Islam Indonesia
- b. Universitas Gadjah Mada
- c. Universitas Negeri Yogyakarta
- d. Universitas Sanatha Dharma
- e. Universitas Teknologi Yogyakarta
- f. Universitas Ahmad Dahlan
- g. Lainnya

Apakah anda menggunakan e-wallet?

- a. Ya
- b. Tidak

Sudah berapa lama anda menggunakan e-wallet?

- a. Kurang dari 1 tahun
- b. Lebih dari 1 tahun

Seberapa sering anda menggunakan aplikasi e-wallet dalam sebulan?

- a. 1-3 kali
- b. 4-6 kali
- c. 7-10 kali
- d. > 10 kali

E-wallet apa saja yang anda gunakan?

- a. ShopeePay
- b. GoPay
- c. DANA
- d. Flip
- e. Seabank
- f. Lainnya

**B. Petunjuk Pengisian**

Silahkan jawab pertanyaan-pertanyaan dibawah dengan klik pada tempat yang tersedia untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

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

- 1. Sangat Tidak Setuju
- 2. Tidak Setuju
- 3. Kurang Setuju
- 4. Cukup Setuju
- 5. Setuju
- 6. Sangat Setuju

## Daftar Pertanyaan

### Ekspektasi Kinerja

Variabel	Item	Kode	Referensi
<i>Ekspektasi Kinerja</i>	Menggunakan E-wallet bermanfaat untuk keseharian saya dalam melakukan berbagai macam transaksi	EK1	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya bisa menghemat waktu ketika saya menggunakan E-wallet pada proses transaksi	EK2	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan E-wallet membantu saya menyelesaikan banyak hal lebih cepat	EK3	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan E-wallet meningkatkan produktivitas saya	EK4	(Venkatesh et al., 2003)
	Menggunakan e-wallet meningkatkan aktivitas berbelanja saya	EK5	(Venkatesh et al., 2003)

### Ekspektasi Usaha

Variabel	Item	Kode	Referensi
Ekspektasi Usaha	Saya merasa E-wallet mudah untuk dipelajari dan dipahami	EU1	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet mudah untuk dipahami	EU2	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet mudah untuk digunakan	EU3	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa mudah untuk terampil ( <i>skillfull</i> ) dalam menggunakan E-wallet	EU4	(Venkatesh et al., 2003)
	Saya merasa E-wallet akan mempermudah saya untuk melakukan hal yang saya inginkan (contoh : melakukan transaksi dengan scan Qris)	EU5	(Venkatesh et al., 2003)

### Pengaruh Sosial

Variabel	Item	Kode	Referensi
Pengaruh Sosial	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan e-wallet	PS1	(Venkatesh et al., 2012)
	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus	PS2	(Venkatesh et al., 2012)

	menggunakan e-wallet		
	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih menganjurkan menggunakan e-wallet	PS3	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya merasa banyak orang yang menggunakan e-wallet	PS4	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya merasa citra diri dan status sosial meningkat setelah dapat mengoperasikan teknologi belanja online	PS5	(Venkatesh et al., 2012)

### Motivasi Hedonis

Variabel	Item	Kode	Referensi
Motivasi Hedonis	Saya merasa senang saat berbelanja secara <i>online/offline</i> dengan menggunakan E-wallet	MH1	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya menikmati saat berbelanja secara <i>online/offline</i> dengan menggunakan E-wallet	MH2	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet merupakan sesuatu yang menarik bagi saya	MH3	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet memberikan saya kepuasan tersendiri	MH4	(Venkatesh et al., 2012)
	Fitur e-wallet yang lengkap membuat saya senang untuk menggunakannya	MH5	(Venkatesh et al., 2012)

### Nilai Harga

Variabel	Item	Kode	Referensi
Nilai Harga	Biaya penggunaan e-wallet terjangkau	NH1	(Venkatesh et al., 2012)
	Biaya yang saya keluarkan untuk menggunakan e-wallet, sesuai dengan manfaat yang saya terima	NH2	(Venkatesh et al., 2012)
	Menggunakan e-wallet membuat pengeluaran saya lebih terjangkau	NH3	(S. W. Lee et al., 2019)
	E-wallet memberikan promosi yang menarik bagi saya (co: mendapat cashback)	NH4	(S. W. Lee et al., 2019)
	Pembayaran menggunakan e-wallet menawarkan nilai yang lebih baik untuk keuangan saya	NH5	(Venkatesh et al., 2012)

***Behavioral Intention***

Variabel	Item	Kode	Referensi
<i>Behavioral Intention</i>	Saya berencana untuk menggunakan E-wallet secara terus menerus saat bertransaksi	BI1	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya akan selalu mencoba menggunakan E-wallet dalam kehidupan sehari-hari	BI2	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan E-wallet saat bertransaksi secara <i>online/offline</i> di masa yang akan datang	BI3	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)
	Saya merekomendasikan E-wallet ke orang lain	BI4	(Indrawati & Putri, 2018)
	Saya akan memberi tahu hal-hal positif tentang menggunakan e-wallet kepada orang lain	BI5	(Venkatesh et al., 2012 dan Piarna et al., 2020)

## Lampiran 2 Tabulasi Data

Ekspektasi Kinerja					Ekspektasi Usaha					Pengaruh Sosial				
EK 1	EK 2	EK 3	EK 4	EK 5	EU 1	EU 2	EU 3	EU 4	EU 5	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	4
5	6	5	6	5	5	5	5	6	5	4	4	4	5	5
6	6	6	3	6	6	6	6	6	5	4	3	2	2	1
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	2	2	3	3	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	2	2	2	2	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	3	4	4	3	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	3	4	4	3	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	3	3	4	4
5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	4
6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	1	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	4	4	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	4	3
6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	3	3	3	3	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	2	2	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4
6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	1	1	2	2	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	2	3	3	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	3
6	5	5	6	5	5	6	5	6	5	2	2	2	2	3
6	5	6	5	5	5	6	5	5	5	2	2	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	4	4	4	4
6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	4	4	3
5	5	5	5	6	3	5	3	3	4	2	2	2	2	4
5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	2	4	2	2	3
6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	3	2	2	2	2
5	5	5	6	5	5	6	5	5	6	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	3
5	5	5	5	6	5	6	5	5	4	2	2	2	2	4
5	6	5	5	4	4	4	4	4	5	2	2	2	4	4
6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	2	2	2	2	3
5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	3	2	2	3	3



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Motivasi Hedonis					Nilai Harga					Behavioral Intention				
MH 1	MH 2	MH 3	MH 4	MH 5	NH 1	NH 2	NH 3	NH 4	NH 5	BI 1	BI 2	BI 3	BI 4	BI 5
3	3	3	6	6	2	3	2	4	3	5	5	5	5	5
4	4	4	6	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	6	6	3	3	2	4	3	5	5	5	5	5
4	4	3	6	6	3	3	2	3	3	5	5	5	5	5
4	4	3	6	6	3	3	2	4	3	5	5	5	5	5
3	2	4	6	6	2	3	1	4	3	5	5	5	5	5
4	4	4	6	6	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5
4	4	4	6	6	4	4	2	3	2	5	5	5	5	5
4	4	3	6	6	4	4	2	3	3	5	4	5	5	4
4	3	4	6	6	4	3	2	3	3	5	5	5	5	5
4	4	3	6	6	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	6	6	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	4	6	6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	3	5	6	3	3	3	5	3	5	5	5	4	5
4	4	4	6	6	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	6	2	3	2	4	3	4	5	4	4	5
3	3	3	6	6	3	3	2	4	2	5	5	5	5	5
4	3	4	6	6	4	3	3	4	3	5	5	5	5	5
4	4	4	5	6	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
3	3	3	6	6	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
3	3	3	6	6	3	3	2	3	2	5	5	5	5	5
3	3	3	6	6	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Ekspektasi Kinerja (X1)

		Correlations					Ekspektasi Kinerja
		X11	X12	X13	X14	X15	
X11	Pearson Correlation	1	.626**	.591**	.282**	.620**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X12	Pearson Correlation	.626**	1	.597**	.285**	.596**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X13	Pearson Correlation	.591**	.597**	1	.306**	.616**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X14	Pearson Correlation	.282**	.285**	.306**	1	.284**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X15	Pearson Correlation	.620**	.596**	.616**	.284**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	555	555	555	555	555	555
Ekspektasi Kinerja	Pearson Correlation	.783**	.786**	.794**	.636**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	555	555	555	555	555	555

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

#### 2. Ekspektasi Usaha

		Correlations					Ekspektasi Usaha
		X21	X22	X23	X24	X25	
X21	Pearson Correlation	1	.584**	.483**	.517**	.327**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X22	Pearson Correlation	.584**	1	.456**	.446**	.394**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X23	Pearson Correlation	.483**	.456**	1	.537**	.242**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555

X24	Pearson Correlation	.517**	.446**	.537**	1	.265**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X25	Pearson Correlation	.327**	.394**	.242**	.265**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	555	555	555	555	555	555
Ekspetasi Usaha	Pearson Correlation	.768**	.768**	.729**	.729**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	555	555	555	555	555	555

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.766	5

### 3. Pengaruh Sosial

#### Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	Pengaruh Sosial
X31	Pearson Correlation	1	.379**	.327**	.353**	.550**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	556	556	556	556	556	556
X32	Pearson Correlation	.379**	1	.217**	.220**	.365**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	556	556	556	556	556	556
X33	Pearson Correlation	.327**	.217**	1	.330**	.204**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	556	556	556	556	556	556
X34	Pearson Correlation	.353**	.220**	.330**	1	.329**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	556	556	556	556	556	556
X35	Pearson Correlation	.550**	.365**	.204**	.329**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	556	556	556	556	556	556
Pengaruh Sosial	Pearson Correlation	.748**	.634**	.618**	.687**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	556	556	556	556	556	556

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.702	5

## Motivasi Hedonis

### Correlations

		X41	X42	X43	X44	X45	Motivasi Hedonis
X41	Pearson Correlation	1	.626**	.589**	.484**	.510**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X42	Pearson Correlation	.626**	1	.618**	.523**	.542**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X43	Pearson Correlation	.589**	.618**	1	.496**	.498**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X44	Pearson Correlation	.484**	.523**	.496**	1	.724**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X45	Pearson Correlation	.510**	.542**	.498**	.724**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	555	555	555	555	555	555
Motivasi Hedonis	Pearson Correlation	.780**	.813**	.791**	.815**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	555	555	555	555	555	555

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5

## 4. Nilai Harga

### Correlations

		X51	X52	X53	X54	X55	Nilai Harga
X51	Pearson Correlation	1	.397**	.426**	.000	.388**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.995	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X52	Pearson Correlation	.397**	1	.344**	-.058	.445**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.173	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X53	Pearson Correlation	.426**	.344**	1	.076	.363**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.073	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X54	Pearson Correlation	.000	-.058	.076	1	.051	.369**
	Sig. (2-tailed)	.995	.173	.073		.228	.000
	N	555	555	555	555	555	555
X55	Pearson Correlation	.388**	.445**	.363**	.051	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.228		.000

	N	555	555	555	555	555	555
Nilai Harga	Pearson Correlation	.682**	.648**	.724**	.369**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	555	555	555	555	555	555

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.719	5

### 5. Behavioral Intention

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Behavioral Intention
Y1	Pearson Correlation	1	.658**	.691**	.122**	.194**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
Y2	Pearson Correlation	.658**	1	.648**	.101*	.157**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.017	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
Y3	Pearson Correlation	.691**	.648**	1	.084*	.150**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.048	.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
Y4	Pearson Correlation	.122**	.101*	.084*	1	.181**	.348**
	Sig. (2-tailed)	.004	.017	.048		.000	.000
	N	555	555	555	555	555	555
Y5	Pearson Correlation	.194**	.157**	.150**	.181**	1	.424**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	555	555	555	555	555	555
Behavioral Intention	Pearson Correlation	.845**	.827**	.833**	.348**	.424**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	555	555	555	555	555	555

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.734	3

## Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		555	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.47437413	
Most Extreme Differences	Absolute	.051	
	Positive	.039	
	Negative	-.051	
Test Statistic		.051	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.109 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.101
		Upper Bound	.117

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 221623949.

### 2. Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.394	.130		3.043	.002		
	Ekspektasi Kinerja	.417	.040	.451	10.467	.000	.335	2.986
	Ekspektasi Usaha	.292	.039	.320	7.522	.000	.344	2.907
	Pengaruh Sosial	-.043	.026	-.045	-1.671	.095	.867	1.154
	Motivasi Hedonis	.112	.042	.094	2.681	.008	.502	1.994
	Nilai Harga	-.061	.032	-.049	-1.913	.056	.941	1.062

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.028	.601		1.712	.087		
	Ekspektasi Kinerja	.014	.020	.041	.669	.504	.477	2.096
	Ekspetasi Usaha	.017	.020	.052	.845	.399	.485	2.063
	Pengaruh Sosial	.014	.010	.063	1.348	.178	.832	1.202
	Motivasi Hedonis	-.018	.026	-.039	-.685	.493	.557	1.797
	Nilai Harga	-.015	.021	-.031	-.713	.476	.957	1.045

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

### Lampiran 5 Hasil Uji Regresi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.656	.47653

a. Predictors: (Constant), Nilai Harga, Pengaruh Sosial, Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis, Ekspektasi Kinerja

b. Dependent Variable: Behavioral Intention

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.394	.130		3.043	.002		
	Ekspektasi Kinerja	.417	.040	.451	10.467	.000	.335	2.986
	Ekspektasi Usaha	.292	.039	.320	7.522	.000	.344	2.907
	Pengaruh Sosial	-.043	.026	-.045	-1.671	.095	.867	1.154
	Motivasi Hedonis	.112	.042	.094	2.681	.008	.502	1.994
	Nilai Harga	-.061	.032	-.049	-1.913	.056	.941	1.062

a. Dependent Variable: Behavioral Intention