

**IMPLEMENTASI PENGGUNAAN *E-PAYMENT* UMKM DI TERAS
MALIOBORO 1 MENGGUNAKAN UTAUT 2**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : Wildan Khoiril Anam
Nomor Induk Mahasiswa : 18311195
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

IMPLEMENTASI PENGGUNAAN *E-PAYMENT* UMKM DI TERAS MALIOBORO 1 MENGGUNAKAN UTAUT 2

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
Strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Wildan Khoiril Anam
Nomor Mahasiswa	: 18311195
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Operasional

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

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain 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 secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 18 September 2024

Penulis



Wildan Khoiril Anam
Wildan Khoiril Anam

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Implementasi Penggunaan *E-payment* Terhadap UMKM Di Teras Malioboro 1 Yogyakarta

Nama : Wildan Khoiril Anam
Nomor Induk Mahasiswa : 18311195
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 18 September 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.D., CMPM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

**TUGAS AKHIR BERJUDUL
IMPLEMENTASI PENGGUNAAN E-PAYMENT TERHADAP UMKM DI TERAS MALIOBORO 1
YOGJAKARTA MENGGUNAKAN UTAUT2**

Disusun oleh : Wildan Khoiril Anam

Nomor Mahasiswa 18311195

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 01 Oktober 2024

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

Penguji : Dessy Isfianadewi, Dr., S.E., M.M.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan sistem pembayaran elektronik pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Teras Malioboro 1, Yogyakarta. Penelitian ini mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi niat UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik, termasuk Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), dan Habit (H). Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor ini berkontribusi secara signifikan dalam membentuk Behavioral Intention (BI) terhadap adopsi sistem pembayaran elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi oleh UMKM tidak hanya didorong oleh ekspektasi kinerja tetapi juga oleh persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dukungan infrastruktur, kenikmatan, nilai harga, dan kebiasaan penggunaan. Penelitian ini menawarkan wawasan berharga bagi pembuat kebijakan dan pengembang teknologi untuk merancang strategi efektif yang mendorong transformasi digital di sektor UMKM.

Kata kunci: Pembayaran Elektronik, UMKM, UTAUT2, Behavioral Intention, Adopsi Teknologi

ABSTRACT

This research examines the implementation of E-payment systems among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Teras Malioboro 1, Yogyakarta. The study explores various factors influencing the intention of MSMEs to adopt electronic payment systems, including Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), and Habit (H). The findings indicate that these factors significantly contribute to shaping Behavioral Intention (BI) toward the adoption of electronic payment systems. The results suggest that the adoption of technology by MSMEs is not solely driven by performance expectations but also by perceptions of ease of use, social influence, infrastructural support, enjoyment, price value, and habitual usage. This research offers valuable insights for policymakers and technology developers to design effective strategies that promote digital transformation in the MSME sector.

Keywords: E-payment, MSMEs, UTAUT2, Behavioral Intention, Technology Adoption

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alaamiin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya. Oleh karena kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "Implementasi Penggunaan E-payment Terhadap UMKM Di Teras Malioboro 1 Yogyakarta". Karya tulis ini telah disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar sarjana Strata-1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak, baik dari dukungan moril maupun materil, doa serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Dengan demikian, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang tiada henti menyayangi hamba-Nya, mendengarkan setiap doa hamba-Nya sehingga penulis diberikan kelancaran, kekuatan dan kesehatan dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi suri tauladan yang baik.
2. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Wasikin dan Ibu Raudhatul janah yang tidak pernah putus mendoakan penulis, selalu memberikan kasih sayang dan memberikan dukungan terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
3. Mas Dody Zakaria, Mba Inggriana Sukma Dewi, dan Omar Arjuna selaku saudara dan keponakan yang telah memberikan dukungan, bantuan dan doa kepada penulis untuk menyusun skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bagus Prakoso dan Ziyanna Walidah selaku saudara laki-laki dan saudara perempuan yang selalu memberikan semangat, bantuan dan doa selama penulis menyusun skripsi hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
6. Bapak Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.D., CMPM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan membimbing penulis dengan penuh dorongan, sabar, tulus, dan ikhlas sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.

7. Segenap dosen dan karyawan yang telah memberikan ilmu bermanfaat di Program Studi Manajemen. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Sahabat – sahabat terdekat saya yang selalu membantu saya ketika mengalami kesulitan serta memberikan dukungan berupa doa dan semangat.
9. Terimakasih kepada rumah saya di Jogja, Pondok Pesantren Alkandiyas dan IKLAS Yogyakarta (Ikatan Keluarga Alumni Asshiddiqiyah Yogyakarta), yang telah mengajari saya banyak hal dan kebersamai dari awal perkuliahan sampai saat ini, terima kasih atas segalanya.
10. Terimakasih kepada Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta dan segenap staff pengurus UMKM Teras Malioboro 1 yang telah memberikan waktu dan tempat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, semoga kebahagiaan dan kesejahteraan selalu kebersamai kita semua.
11. Tidak lupa seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan ketersediannya untuk mengisi kuisisioner dalam penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan, karena keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kemajuan penulis. Semoga tugas akhir ini dapat membantu kemajuan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ekonomi dan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang terkait serta membutuhkan.

Yogyakarta, 18 September 2024

Penulis

Wildan Khoiril Anam

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II Kajian Pustaka.....	2
A. Landasan Teori.....	2
1. E-Payment (Pembayaran Elektronik).....	3
2. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).....	8
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Konseptual	23
1. Variabel Utama	23
2. Hubungan dan Interaksi.....	24
3. Output yang Diharapkan.....	25
D. Hipotesis Penelitian	26
1. Performance Expectancy (PE).....	26
2. Effort Expectancy (EE)	28
3. Social Influence (SI).....	29
4. Facilitating Conditions (FC).....	30
5. Hedonic Motivation (HM).....	31
6. Price Value (PV).....	32

7. Habit (HT)	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Desain Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	36
D. Obyek Penelitian	37
E. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi..	38
2. Sampel.....	39
F. Sumber Data	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
G. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Instrumen Penelitian.....	40
2. Target Responden.....	42
3. Prosedur Pengumpulan Data	42
4. Keamanan dan Kerahasiaan Data.....	42
H. Definisi Konseptual Variabel	43
I. Instrumen Penelitian.....	43
J. Teknik Analisis Data	45
K. Pengujian Model Pengukuran.....	47
1. Validitas Konvergen.....	47
2. Validitas Diskriminan	48
3. Reliabilitas	48
L. Pengujian Model Struktural.....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Pengumpulan Data.....	51
1. Karakteristik Responden	52
B. Analisis Statistik Deskriptif	54
1. Uji Validitas	59
2. Uji Signifikansi dan Model Fit.....	62
C. Pembahasan Hasil	64
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71

B. Implikasi Manajerial	79
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
D. Saran.....	80
Daftar Pustaka	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Pengujian Model Struktural	69
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lokasi Area.....	72
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha	73
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	79
Tabel 4.6 Konvergensi Validitas.....	80
Tabel 4.7 Validitas Diskriminan	81
Tabel 4.8 Reabilitas	82
Tabel 4.8 Koefisien Parameter dan T-Statistik	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	19
--	----

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Sistem *E-Payment* telah menjadi alat penting dalam perekonomian global, mengubah cara transaksi dan meningkatkan inklusi keuangan, terutama bagi pelaku UMKM. Dengan memudahkan transaksi dan pengelolaan keuangan, sistem ini memberikan keunggulan kompetitif, mengurangi inefisiensi dari metode pembayaran tradisional, dan meningkatkan produktivitas serta profitabilitas. Selain itu, fitur keamanan yang lebih baik dalam pembayaran elektronik, seperti teknologi enkripsi, melindungi informasi sensitif dan meminimalkan risiko terkait transaksi tunai dan metode perbankan konvensional, menjadikannya solusi yang lebih aman bagi operasional UMKM.

Sistem E-Payment telah menjadi alat penting dalam perekonomian global, mengubah cara transaksi dan meningkatkan inklusi keuangan, terutama bagi pelaku UMKM. Dengan memudahkan transaksi dan pengelolaan keuangan, sistem ini memberikan keunggulan kompetitif, mengurangi inefisiensi dari metode pembayaran tradisional, dan meningkatkan produktivitas serta profitabilitas. Selain itu, fitur keamanan yang lebih baik dalam pembayaran elektronik, seperti teknologi enkripsi, melindungi informasi sensitif dan meminimalkan risiko terkait transaksi tunai dan metode perbankan konvensional, menjadikannya solusi yang lebih aman bagi operasional UMKM.

Dalam konteks perkembangan teknologi dan digitalisasi yang semakin pesat, pemahaman terhadap penggunaan E-Payment di kalangan UMKM di Teras Malioboro 1 menjadi sangat penting. Dengan adanya kebijakan pemerintah yang mendukung digitalisasi dan inklusi keuangan, pelaku UMKM perlu memanfaatkan peluang ini untuk bertahan dan berkembang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai implementasi E-Payment di sektor UMKM, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan kebijakan dan program yang mendukung adopsi teknologi ini secara lebih luas di Indonesia.

Penerapan E-Payment di kalangan UMKM, termasuk di Teras Malioboro 1, menjadi relevan karena banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh teknologi ini. Teras Malioboro 1, sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi yang melibatkan banyak pelaku UMKM, dapat memanfaatkan sistem pembayaran elektronik untuk meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, dan memperluas akses pasar. Dengan E-Payment, UMKM di kawasan ini memiliki kesempatan untuk terhubung dengan pelanggan yang lebih luas dan lebih beragam, terutama mereka yang lebih memilih metode pembayaran digital daripada tunai, yang semakin populer di era digital.

Meskipun potensi E-Payment sangat besar, masih terdapat tantangan dalam implementasinya di kalangan UMKM, terutama di Teras Malioboro 1. Beberapa pelaku UMKM mungkin menghadapi kendala dalam hal pemahaman teknologi, keterbatasan infrastruktur, serta masalah

kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi E-Payment melalui pendekatan yang sistematis, seperti model UTAUT 2. Model ini menawarkan kerangka kerja untuk mengeksplorasi variabel-variabel yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan E-Payment di kalangan UMKM, termasuk faktor-faktor seperti harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi penggunaan E-Payment di UMKM Teras Malioboro 1 dengan menggunakan pendekatan UTAUT 2. Dengan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi E-Payment, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku UMKM, penyedia layanan E-Payment, dan pihak-pihak terkait lainnya. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih efektif dalam mendorong penggunaan sistem pembayaran elektronik di kalangan UMKM, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan positif antara Performance Expectancy dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
2. Apakah terdapat pengaruh positif antara Effort Expectancy dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem

pembayaran elektronik.

3. Apakah terdapat pengaruh positif antara Social Influence dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
4. Apakah terdapat pengaruh positif antara Facilitating Conditions dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
5. Apakah terdapat pengaruh positif antara Hedonic Motivation dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
6. Apakah terdapat pengaruh positif antara Price Value dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
7. Apakah terdapat pengaruh positif antara Habit dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, diperoleh tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara Performance Expectancy dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Effort Expectancy dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Social

Influence dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Facilitating Conditions dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Hedonic Motivation dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Price Value dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara Habit dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap pihak berikut:

- a. Bagi Peneliti. Penelitian ini akan memungkinkan peneliti untuk memperluas pengetahuan dalam bidang adopsi teknologi oleh UMKM, khususnya dalam konteks implementasi sistem pembayaran elektronik. Dengan mendalami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi pembayaran elektronik di kalangan UMKM, peneliti akan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pasar dan tantangan yang dihadapi oleh sektor UMKM dalam mengadopsi inovasi teknologi.

- b. Bagi UMKM. Hasil dari penelitian ini akan memberikan informasi yang berharga bagi UMKM di Teras Malioboro 1 dan sekitarnya tentang pentingnya teknologi pembayaran elektronik (*e-payment*). Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan potensi teknologi pembayaran elektronik, UMKM akan dapat mengambil langkah- langkah konkrit untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik dalam operasi bisnis. Hal ini dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di era digital.
- c. Bagi Akademisi. Penelitian ini akan menjadi sumber referensi yang berharga bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dalam bidang inovasi teknologi di sektor UMKM. Dengan menyajikan temuan- temuan dan analisis yang komprehensif tentang adopsi sistem pembayaran elektronik oleh UMKM di Teras Malioboro, penelitian ini akan menyumbangkan kepada literatur akademis yang ada dan memberikan dasar bagi penelitian lanjutan dalam topik yang sama atau terkait. Ini akan membantu memperkaya pemahaman kita tentang tantangan dan peluang dalam menghubungkan UMKM dengan ekosistem digital yang berkembang pesat.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, garis besar sistematika pembahasan dibagi atas lima bagian yaitu:

BAB I Pendahuluan. Bab ini akan memperkenalkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, relevansi penelitian, serta batasan dan ruang lingkup penelitian. Pendahuluan akan memberikan gambaran umum tentang pentingnya implementasi sistem pembayaran elektronik di kalangan UMKM, khususnya di Teras Malioboro 1. Selain itu, bab ini juga akan memberikan gambaran singkat tentang kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian.

BAB II Landasan Teori. Bab ini akan mengeksplorasi literatur yang relevan terkait adopsi teknologi pembayaran elektronik oleh UMKM. Kajian teori akan mencakup tinjauan teoritis tentang konsep-konsep seperti penerimaan teknologi, faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi, serta perkembangan dan tren terkini dalam penerapan sistem pembayaran elektronik di sektor UMKM. Selain itu, bab ini juga akan mengevaluasi penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian. Bab ini akan menjelaskan desain penelitian yang digunakan, termasuk pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang akan dilakukan. Metodologi penelitian akan memberikan gambaran tentang langkah-langkah konkret yang diambil dalam melaksanakan penelitian ini, serta alasan di balik setiap pilihan metodologis.

BAB IV Pembahasan. Bab ini akan menyajikan temuan-temuan utama yang diperoleh dari analisis data. Hasil penelitian akan mencakup analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan adopsi sistem pembayaran elektronik oleh UMKM di Teras Malioboro 1, serta hambatan-hambatan yang dihadapi dan potensi solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Selain itu, bab ini juga akan menggambarkan pola-pola atau tren yang teridentifikasi dalam data.

BAB V Penutup. Bab ini akan membahas implikasi temuan penelitian terhadap teori, praktik, dan kebijakan. Pembahasan akan menafsirkan hasil penelitian dalam konteks teori yang relevan, mengaitkan temuan dengan literatur yang ada, serta menyajikan interpretasi dan analisis mendalam tentang signifikansi hasil penelitian. Selain itu, bab ini juga akan menawarkan rekomendasi bagi praktisi, kebijakan, dan penelitian lanjutan, serta menyimpulkan keseluruhan penelitian ini dengan merangkum temuan utama, keterbatasan penelitian, dan arah penelitian masa depan.

BAB II

Kajian Pustaka

A. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) sebagai dasar acuan untuk menyelidiki penerimaan dan penggunaan teknologi. Pendekatan yang digunakan adalah model UTAUT 2, yang melibatkan 8 hipotesis yang terdiri dari variabel Dependen yaitu Behavioral Intention (BI), serta variabel Independent yang meliputi Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), dan Habit (HT). Dalam kerangka UTAUT 2, variabel-variabel ini dipandang sebagai prediktor penting dari Behavioral Intention (BI) yang mewakili niat dan perilaku aktual pengguna terhadap teknologi.

Melalui penggunaan model UTAUT 2 sebagai kerangka acuan, peneliti berupaya untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang proses penerimaan dan penggunaan teknologi di konteks yang diteliti.

1. E-Payment (Pembayaran Elektronik)

a. Pengertian Pembayaran Elektronik

E-Payment, atau pembayaran elektronik, merujuk pada segala bentuk pembayaran yang dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan komputer lainnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam POJK No. 30/POJK.03/2017 mendefinisikan E-payment sebagai jasa penyelenggaraan sistem pembayaran yang diselenggarakan secara elektronik. Lalu menurut Bank Indonesia dalam PBI No. 18/10/PBI/2016, E-payment adalah sistem yang memfasilitasi penyediaan jasa layanan pembayaran dengan menggunakan alat elektronik, termasuk di dalamnya komputer pribadi, telepon seluler, dan kartu pembayaran.

Metode E-Payment memungkinkan individu atau sebuah bisnis untuk mentransfer dana, melakukan pembelian, dan membayar tagihan secara online tanpa memerlukan uang tunai atau cek fisik. (Chaudhry, M. A., & Wang, C., 2018) *e-Payments* dapat dilakukan melalui berbagai saluran seperti kartu kredit, kartu debit, transfer bank, dan dompet digital. Dengan kemajuan teknologi, e-Payment menjadi semakin populer karena kenyamanan, kecepatan, dan keamanannya dan menjadi salah satu inovasi terpenting dalam dunia keuangan modern.

b. Sejarah Pembayaran Elektronik

Kemunculan dan pertumbuhan sistem pembayaran elektronik telah merevolusi cara transaksi keuangan dilakukan. Sejarah munculnya pembayaran elektronik dapat ditelusuri kembali ke akhir abad ke-20 ketika kemajuan teknologi membuka jalan bagi peralihan dari transaksi tradisional berbasis uang tunai ke bentuk pembayaran digital.

Perjalanan pembayaran elektronik dimulai dengan diperkenalkannya kartu kredit pada tahun 1950an, yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian tanpa membawa uang tunai fisik. Namun, kemunculan internet pada tahun 1990an benar-benar mempercepat pertumbuhan sistem pembayaran elektronik. Perbankan online dan pengembangan protokol aman untuk mengirimkan informasi keuangan secara online meletakkan dasar bagi penerapan metode pembayaran elektronik secara luas. (Izzati, D. R., & Sari, R., 2021)

Pembayaran elektronik merupakan bukti kemajuan teknologi yang berkelanjutan dan perubahan kebutuhan konsumen. Mulai dari diperkenalkannya kartu kredit hingga perkembangan perbankan online dan mata uang digital, pembayaran elektronik telah mengubah cara kita melakukan transaksi keuangan. Seiring dengan terus berkembangnya teknologi, kemungkinan besar akan terjadi inovasi lebih lanjut dalam lanskap pembayaran elektronik, yang menjadikan transaksi menjadi lebih nyaman, aman, dan efisien.

c. Jenis-jenis Pembayaran Elektronik

Pembayaran elektronik telah merevolusi cara orang melakukan transaksi keuangan di era digital saat ini. Dengan menghilangkan kebutuhan akan mata uang fisik, ePayments menawarkan cara yang lebih efisien dan efisien dalam mengelola uang. (Weill, P., & Vitale, M. R., 2001) Konsep ini telah membuka jalan bagi belanja online, mobile banking, dan transfer peer-to-peer, sehingga memudahkan individu untuk mengirim dan menerima dana kapan saja, di mana saja. Berikut adalah beberapa jenis pembayaran elektronik:

i. Kartu Kredit dan Debit Online

Transaksi e-payment dapat dilakukan melalui kartu kredit atau debit secara online, di mana informasi kartu diproses secara elektronik untuk pembayaran.

ii. Dompot Digital

Dompot digital atau e-wallet memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan melakukan pembayaran elektronik secara langsung melalui aplikasi atau platform yang ditentukan. contoh e-wallet termasuk Flazz (BCA), TapCash (BNI), Brizzi (BRI), E-Money (Mandiri), LinkAja

iii. Mobile Payment

Pembayaran menggunakan perangkat mobile seperti smartphone atau tablet, yang dapat dilakukan melalui aplikasi atau teknologi NFC (Near Field Communication). Contoh layanan mobile payment termasuk Apple Pay, Google Pay, dan

Samsung Pay.

Konsep e-Payment tidak hanya mengubah cara individu menangani keuangan mereka namun juga mempunyai dampak signifikan terhadap bisnis di seluruh dunia. Perusahaan kini dapat menerima pembayaran secara online, mengotomatiskan transaksi berulang, dan melacak data keuangan dengan lebih efektif melalui sistem e-Payment. (Alalwan, A. A., & Rana, N. P. 2017) Hal ini menyebabkan peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, dan peningkatan arus kas untuk bisnis dari semua ukuran. Seiring dengan terus berkembangnya teknologi, konsep ePayment diperkirakan akan memainkan peran yang lebih besar dalam membentuk masa depan transaksi keuangan secara global.

d. Tantangan dan Keuntungan Pembayaran Elektronik

E-payment telah menjadi pilihan yang semakin populer dalam melakukan transaksi keuangan secara global, membawa sejumlah keuntungan yang signifikan bagi individu, perusahaan, dan perekonomian secara keseluruhan. Salah satu keuntungan utama e-payment adalah kemudahan dan keterjangkauannya. Dengan e-payment, pengguna dapat melakukan transaksi dengan cepat dan mudah, tanpa perlu menghadiri lokasi fisik atau membawa uang tunai secara fisik. (Ratten, V., & Al-Mubarak, H., 2017) Ini memberikan tingkat kenyamanan yang tinggi bagi konsumen dan memungkinkan transaksi yang efisien dengan biaya administrasi yang lebih rendah. Selain itu, e-payment juga menawarkan

fleksibilitas yang tinggi, karena pengguna dapat melakukan transaksi kapan saja, di mana saja, dan dengan berbagai metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi mereka, termasuk kartu kredit, transfer bank, atau e-wallet.

Namun, meskipun e-payment menawarkan sejumlah keuntungan yang signifikan, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi dalam adopsi dan implementasinya. Salah satu tantangan utama adalah kekhawatiran akan keamanan. (Marthandan, G., Tang, S. Y., & Seetharaman, A., 2015) Meskipun telah ada kemajuan dalam teknologi keamanan, kekhawatiran tentang pencurian identitas, penipuan, dan pelanggaran privasi tetap menjadi tantangan utama dalam adopsi e-payment. Selain itu, aksesibilitas dan teknologi juga merupakan tantangan, karena beberapa wilayah atau kelompok masyarakat mungkin masih memiliki keterbatasan akses internet atau infrastruktur teknologi yang memadai untuk mendukung e-payment. (Molla, A., & Licker, P. S., 2005). Resistensi budaya dan regulasi juga dapat menjadi hambatan, karena beberapa konsumen atau bisnis mungkin memiliki preferensi atau kebiasaan yang sulit diubah terkait dengan cara melakukan pembayaran, sementara peraturan yang kompleks atau tidak konsisten dapat memperlambat adopsi e-payment.

Dalam menghadapi tantangan ini, penting bagi pemangku kepentingan di bidang e-payment, termasuk pemerintah, perusahaan, dan penyedia layanan keuangan, untuk bekerja sama dalam mengidentifikasi solusi yang tepat. (Suki, N. M., & Ramayah,

T., 2010) Hal ini dapat meliputi investasi dalam teknologi keamanan yang lebih baik, upaya untuk meningkatkan aksesibilitas internet dan teknologi, serta upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pendidikan konsumen tentang manfaat e-payment dan cara penggunaannya dengan aman. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, e-payment dapat menjadi lebih diterima dan digunakan secara luas, memberikan manfaat yang lebih besar bagi individu, bisnis, dan perekonomian secara keseluruhan.

Penerapan dan pola penggunaan metode pembayaran elektronik telah menjadi topik yang menarik bagi para peneliti dan dunia usaha. Pembayaran elektronik menjadi semakin populer karena fitur kenyamanan, kecepatan, dan keamanannya. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan dan penggunaan metode pembayaran elektronik sangat penting bagi bisnis yang ingin memenuhi preferensi pelanggan dan menyederhanakan proses pembayaran mereka.

2. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) merupakan kerangka teori yang bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Hal ini didasarkan pada UTAUT yang pertama tetapi dengan memasukkan faktor dan variabel tambahan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang adopsi teknologi. Dikembangkan oleh Venkatesh et

al. Pada tahun 2012 yang merupakan perluasan dari model UTAUT yang pertama yang diperkenalkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis pada tahun 2003. UTAUT2 telah mendapatkan perhatian yang signifikan di bidang penelitian sistem informasi dan penerimaan teknologi.

UTAUT2 mengusulkan bahwa niat individu untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh empat konstruksi utama: Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja), Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha), Social Influence (Pengaruh Sosial), dan Facilitating Conditions (Kondisi yang Memfasilitasi) (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi kinerja mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitas pekerjaan mereka. Ekspektasi upaya berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat upaya yang diperlukan untuk menggunakan teknologi secara efektif. Pengaruh sosial mengacu pada dampak faktor sosial, seperti norma subjektif dan norma sosial, terhadap niat individu untuk menggunakan teknologi. Kondisi yang memfasilitasi mencakup faktor eksternal yang dapat memfasilitasi atau menghambat penggunaan teknologi, seperti ketersediaan sumber daya, dukungan teknis, dan infrastruktur.

Selain itu, UTAUT2 menggabungkan tiga variabel moderasi: jenis kelamin, usia, dan pengalaman. Variabel-variabel ini dapat mempengaruhi hubungan antara konstruk utama dan niat individu untuk menggunakan teknologi. Secara keseluruhan, UTAUT2 memberikan kerangka komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu, sehingga membantu peneliti dan praktisi dalam merancang dan menerapkan intervensi teknologi

secara efektif. (Venkatesh et al., 2012).

UTAUT, yang awalnya diusulkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003, telah mengalami evolusi dan adaptasi yang signifikan sejak awal berdirinya. ini dikembangkan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi individu terhadap teknologi informasi. Selama bertahun-tahun, para peneliti telah mengembangkan UTAUT untuk memasukkan variabel-variabel baru, memodifikasi hubungan yang ada, dan menguji tersebut dalam berbagai konteks untuk meningkatkan penerapan dan kekuatan prediksinya.

Relevansi UTAUT2 terletak pada kemampuannya untuk menawarkan landasan teoretis untuk mempelajari perilaku adopsi teknologi di berbagai populasi dan lingkungan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan, UTAUT2 memungkinkan peneliti menyesuaikan penelitian mereka dengan kelompok dan konteks pengguna tertentu. Fleksibilitas ini menjadikan UTAUT2 alat yang berharga untuk memahami nuansa adopsi teknologi dan merancang intervensi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi unik dari beragam populasi pengguna.

Inti dari UTAUT2 adalah beberapa konstruksi inti, yang masing-masing mewakili aspek berbeda dari persepsi dan motivasi individu terhadap teknologi, yaitu sebagai berikut:

1. *Performance Expectation (PE)*

Ekspektasi Kinerja mengacu pada kegunaan teknologi yang dirasakan dalam meningkatkan kinerja pekerjaan. Individu menilai sejauh mana penggunaan teknologi akan membantu

mereka mencapai keuntungan dalam tugas dan tanggung jawab mereka. Harapan kinerja yang tinggi sering kali mendorong individu untuk mengadopsi teknologi, karena mereka menganggapnya berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas di tempat kerja.

2. *Effort Expectancy* (EE)

Ekspektasi Usaha berkaitan dengan kemudahan penggunaan teknologi. Hal ini mencerminkan persepsi individu tentang betapa sederhana dan mudahnya berinteraksi dengan teknologi. Menyederhanakan proses interaksi akan meningkatkan kemungkinan adopsi teknologi, karena pengguna lebih cenderung menggunakan alat yang dianggap mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha.

3. *Social Influence* (SI)

Pengaruh Sosial berkaitan dengan pengaruh pendapat orang lain terhadap adopsi teknologi. Individu mempertimbangkan keyakinan dan sikap rekan kerja, supervisor, atau tokoh berpengaruh lainnya mengenai penggunaan teknologi. Pengaruh sosial yang positif dapat berdampak signifikan terhadap keputusan adopsi, karena individu lebih cenderung mengadopsi teknologi ketika orang-orang penting mendukung penggunaannya.

4. *Facilitating Conditions* (FC)

Kondisi yang memfasilitasi menunjukkan adanya infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi. Hal ini

mencakup aspek organisasi dan teknis, termasuk ketersediaan sumber daya, pelatihan, dan dukungan teknis. Kondisi fasilitasi yang memadai meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menggunakan teknologi secara efektif, sehingga memfasilitasi adopsi dan penggunaannya.

5. *Hedonist Motivation* (HM)

Motivasi Hedonis mencerminkan kenikmatan yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Ini mencakup kesenangan dan kepuasan yang dialami individu saat berinteraksi dengan teknologi. Emosi positif yang terkait dengan penggunaan teknologi, seperti kesenangan dan hiburan, dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi secara berkelanjutan seiring berjalannya waktu.

6. *Price Value* (PV)

Nilai Harga (PV) mempertimbangkan manfaat yang dirasakan relatif terhadap biaya yang terkait dengan penggunaan teknologi. Individu mengevaluasi apakah manfaat yang ditawarkan oleh teknologi lebih besar daripada biaya yang timbul dalam penerapan dan penggunaannya. Nilai uang yang dirasakan memainkan peran penting dalam membentuk keputusan adopsi teknologi.

7. *Habit* (H)

Kebiasaan (H) merangkum pengaruh perilaku masa lalu terhadap penggunaan teknologi saat ini. Hal ini mencerminkan

perilaku otomatis dan rutin individu yang dikembangkan melalui penggunaan teknologi secara berulang-ulang. Penggunaan teknologi yang menjadi kebiasaan dapat menyebabkan adopsi dan penggunaan teknologi secara terus-menerus dari waktu ke waktu, bahkan tanpa adanya proses pengambilan keputusan secara sadar.

Model penelitian UTAUT2 menguak faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku penggunaan dan perilaku penggunaan teknologi oleh individu. Faktor-faktor internal atau variable bebas (*independent*) seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan berperan penting dalam menentukan apakah pengguna akan menggunakan teknologi atau tidak. Variable dependen seperti pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan nilai harga juga dapat memengaruhi keputusan pengguna. Model ini telah banyak digunakan dalam penelitian untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi di berbagai bidang dan terbukti menjadi alat yang berguna untuk memprediksi perilaku pengguna dan memberikan wawasan tentang cara meningkatkan desain dan implementasi teknologi.

B. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian empiris telah menerapkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT 2) dengan hasil yang bervariasi dan telah mengalami perkembangan yang signifikan melalui penambahan variabel yang

lebih relevan dengan fenomena yang diteliti, karakteristik demografis, dan objek penelitian. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan yang terkait dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini:

Seetharaman et.al (2017) mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang sudah mapan dengan berbagai faktor tambahan seperti ketersediaan alternatif, massa kritis, biaya transaksi, masalah privasi, kecepatan transaksi, fleksibilitas dalam penggunaan, kepercayaan, dan langkah-langkah keamanan. Tujuan mereka adalah untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-wallet*. Dengan menggabungkan beragam elemen ini, para peneliti bertujuan untuk memberikan pemahaman holistik tentang kompleksitas seputar adopsi dan penggunaan teknologi dompet seluler di pasar Indonesia.

Dalam penelitiannya pada tahun 2018, Yuliansyah, Y. et al. mengkaji secara menyeluruh tingkat penerimaan sistem informasi akademik melalui website dengan menggunakan model UTAUT2. Penelitian mereka secara khusus terkonsentrasi pada perguruan tinggi di Semarang, dan menawarkan perspektif berharga mengenai berbagai faktor yang berkontribusi terhadap kesediaan mahasiswa untuk menggunakan sistem informasi akademik ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghozali, I. (2017) menerapkan model UTAUT2 untuk memprediksi penerimaan *e-filing* sebagai sistem perpajakan elektronik di kalangan wajib pajak badan di Semarang. Dengan mengkaji faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga, makalah ini berkontribusi untuk memahami sikap wajib pajak terhadap sistem pajak elektronik.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Handayani, T., & Sudiana. (2015) membahas tentang penerapan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) untuk menganalisis perilaku pengguna Sistem Informasi Akademik (SiAkad) di STTNAS Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk memahami niat perilaku penggunaan sistem SiAkad dan dampaknya terhadap civitas akademika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention, sedangkan Effort Expectancy tidak.

Kessler S.K. (2017) mengeksplorasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dalam konteks Virtual Assistants (VAs). Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana calon pengguna memandang penerapan VA dan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi penerimaan mereka. Model UTAUT2 digunakan sebagai kerangka teori yang telah banyak diterapkan dalam berbagai penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan fokus pada peran pengguna dalam proses adopsi. Studi ini berkontribusi pada literatur yang ada dengan memberikan wawasan tentang faktor-faktor penentu UTAUT2 dalam konteks VA, yang dapat membantu perusahaan manufaktur dan pemasar lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi ini.

Penelitian oleh Wang J. et al (2021) memberikan analisis mendalam tentang model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dalam konteks mobile banking. Studi ini menggunakan analisis bibliometrik visual untuk membahas tren penelitian seputar UTAUT2. Makalah ini menyoroti penerapan model ini secara luas dalam berbagai penelitian, khususnya di bidang mobile banking. Studi ini berkontribusi pada

literatur yang ada dengan memberikan wawasan mengenai tren penelitian dan penerapan UTAUT2 di mobile banking, yang dapat menginformasikan penelitian di masa depan dan meningkatkan pemahaman tentang adopsi teknologi. *“Exploring the role of price value for understanding consumer adoption of technology: A Review and Meta-analysis of UTAUT2 based Empirical Studies”* merupakan studi empiris yang dilakukan oleh Tamilmani et al. (2018) mengeksplorasi peran ‘nilai harga’ dalam memahami adopsi teknologi oleh konsumen, dengan fokus pada Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Penelitian ini menggunakan meta-analisis studi empiris berbasis UTAUT2 untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh konsumen. Studi ini berkontribusi terhadap literatur yang ada dengan memberikan wawasan mengenai dampak ‘nilai harga’ terhadap adopsi konsumen, yang dapat memberikan informasi bagi strategi pemasaran dan meningkatkan tingkat adopsi teknologi.

Skripsi oleh Rosita Dewi Hayuningtyas (2020) berusaha mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran digital di Yogyakarta, dengan fokus pada peran UTAUT2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan data dari berbagai sumber termasuk unduhan dan keterlibatan pengguna. Studi ini berkontribusi pada literatur yang ada dengan memberikan wawasan mengenai penerapan sistem pembayaran digital, yang dapat memberikan masukan bagi kebijakan dan strategi bisnis.

Arista et al. (2023) memperluas model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) untuk menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi penerimaan perdagangan sosial di kalangan kecil. dan usaha menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, dengan fokus pada adopsi perdagangan sosial di kalangan UMKM di Indonesia. Studi ini berkontribusi pada literatur yang ada dengan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi perdagangan sosial di kalangan UMKM di Indonesia, yang dapat memberikan informasi bagi strategi pemasaran dan meningkatkan tingkat adopsi perdagangan sosial di kalangan bisnis ini.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel (Dependen & Independen)	Hasil Penelitian
1	Seetharaman et.al (2017)	<i>Factors influencing behavioural intention to use the mobile wallet in Singapore</i>	Dependen: Niat perilaku penggunaan dompet seluler Independen: Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi,	- Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi, Kepercayaan, dan Langkah-langkah keamanan berpengaruh positif terhadap niat perilaku

			<p>Motivasi hedonis, Nilai harga, Ketersediaan alternatif, Massa kritis, Biaya transaksi, Masalah privasi, Kecepatan transaksi, Fleksibilitas dalam penggunaan, Kepercayaan, dan Langkah-langkah keamanan</p>	<p>penggunaan dompet seluler. - Massa kritis, Biaya transaksi, dan Fleksibilitas dalam penggunaan berpengaruh positif secara moderat terhadap niat perilaku penggunaan dompet seluler. - Ketersediaan alternatif, Masalah privasi, dan Kecepatan transaksi tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan dompet seluler.</p>
2	<p>Yuliansyah, Y. et al. (2018)</p>	<p>Penerimaan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Berbasis Website Dengan</p>	<p>Dependen: Penerimaan penggunaan sistem informasi akademik berbasis website</p> <p>Independen: Ekspektasi kinerja,</p>	<p>- Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, dan Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan sistem</p>

		Menggunakan Model UTAUT2	Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga	informasi akademik berbasis website. - Ekspektasi usaha, Motivasi hedonis, dan Nilai harga tidak berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan sistem informasi akademik berbasis website.
3	Ghozali, I. (2017)	Aplikasi Model UTAUT 2 dalam Memprediksi Penerimaan E-Filing sebagai Sistem Perpajakan Elektronik	Dependen: Penerimaan e-filing sebagai sistem perpajakan elektronik Independen: Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga	- Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, dan Nilai harga berpengaruh positif terhadap penerimaan e-filing sebagai sistem perpajakan elektronik. - Ekspektasi usaha, Kondisi yang memfasilitasi, dan Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap penerimaan

				e-filing sebagai sistem perpajakan elektronik.
4	Handayani, T., & Sudiana. (2015)	Analisis Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i>) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi	Dependen: Niat perilaku penggunaan sistem informasi akademik (SiAkad) Independen: Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi	- Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, dan Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan sistem SiAkad. - Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan sistem SiAkad.
5	Kessler S.K. (2017)	<i>How do potential users perceive the adoption of new technologies within the field of Artificial Intelligence and</i>	Dependen: Penerimaan asisten suara (VA) Independen: Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial,	- Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, dan Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap penerimaan VA. - Ekspektasi usaha, Kondisi yang

		<i>Internet-of-Things?-a revision of the UTAUT 2 model using voice assistants.</i>	Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga	memfasilitasi, dan Nilai harga tidak berpengaruh terhadap penerimaan VA.
6	Wang J. et al (2021)	<i>Research trend of the unified theory of acceptance and use of technology: A bibliometric analysis</i>	Dependen: Penerimaan pengguna dan adopsi teknologi informasi. Independen: Faktor-faktor yang mempengaruhi dan mekanisme penerimaan teknologi informasi pribadi,” “pendorong transparansi dan kepercayaan UTAUT,” dan “masalah hukum, seperti klarifikasi kepemilikan data.	- Model UTAUT2 banyak digunakan dalam penelitian mobile banking. - Tren penelitian UTAUT2 di mobile banking fokus pada topik seperti: - Dampak karakteristik individu terhadap adopsi mobile banking. - Pengaruh faktor eksternal terhadap adopsi mobile banking. - Peran kepercayaan dan keamanan dalam adopsi mobile

				banking. - Analisis segmen pasar dalam adopsi mobile banking.
7	Tamilmani et al. (2018)	<i>Exploring the role of price value for understanding consumer adoption of technology: A Review and Meta-analysis of UTAUT2 based Empirical Studies</i>	<p>Dependen: Adopsi teknologi oleh konsumen</p> <p>Independen: persepsi konsumen mengenai nilai yang diberikan oleh suatu teknologi relatif terhadap biayanya, niat atau kemauan konsumen untuk menggunakan suatu teknologi, Moderator seperti usia dan jenis kelamin berpotensi mempengaruhi hubungan antara nilai harga dan niat berperilaku.</p>	<p>nilai harga tidak sering dimasukkan dalam model penelitian berbasis UTAUT2, hal ini secara signifikan mempengaruhi niat perilaku konsumen terhadap adopsi teknologi, meskipun dampaknya terhadap perilaku penggunaan aktual bervariasi. Selain itu, faktor demografi seperti usia dan jenis kelamin tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara nilai</p>

				<p>harga dan niat berperilaku, sehingga menekankan kompleksitas keputusan adopsi teknologi.</p>
--	--	--	--	---

C. Kerangka Konseptual

1. Variabel Utama

Dalam kerangka konseptual yang diusulkan, variabel dependen yaitu Behavioral Intention (BI), merujuk pada niat atau keinginan pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di masa depan. Sebagai variabel independen, masih terdapat tujuh faktor yang dipertimbangkan, termasuk Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), dan Habit (HT). Hipotesis yang diusulkan akan menguji hubungan antara variabel independen ini dengan variabel dependen, yaitu Behavioral Intention (BI) sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat dan adopsi, serta penggunaan sistem pembayaran elektronik di kalangan UMKM. Dengan demikian, kerangka konseptual ini akan memberikan landasan bagi pengembangan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mendorong adopsi dan penggunaan teknologi pembayaran elektronik oleh pelaku UMKM.

2. Hubungan dan Interaksi

Dalam kerangka konseptual ini, terdapat hubungan yang diantisipasi antara variabel independen, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, dengan tingkat penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran elektronik oleh pelaku UMKM. Diharapkan bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan akan manfaat kinerja (*Performance Expectancy*), persepsi kemudahan penggunaan (*Effort Expectancy*), pengaruh sosial (*Social Influence*), ketersediaan kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), motivasi hedonistik (*Hedonic Motivation*), nilai harga (*Price Value*), dan kebiasaan dalam penggunaan (*Habit*), maka semakin tinggi juga tingkat penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Selain itu, variabel-variabel tersebut akan dimoderasi oleh karakteristik individu dan lingkungan UMKM yang khas, seperti ukuran usaha, jenis industri, dan tingkat kesiapan teknologi. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti regulasi, infrastruktur teknologi, dan kebijakan pemerintah terkait dengan sistem pembayaran elektronik juga akan memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dan tingkat penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran elektronik. Dengan memperhitungkan interaksi dan moderasi ini, kerangka konseptual ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan sistem pembayaran elektronik oleh pelaku UMKM.

3. Output yang Diharapkan

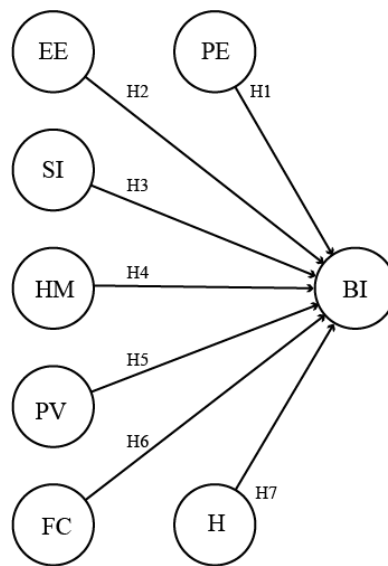
Output yang diharapkan dari penelitian ini mencakup beberapa aspek yang penting untuk memahami dan mendorong adopsi sistem pembayaran elektronik oleh pelaku UMKM. Pertama, penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi minat dan adopsi pelaku UMKM terhadap sistem pembayaran elektronik. Melalui pemahaman yang mendalam tentang variabel-variabel seperti Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan lainnya, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor kunci yang menjadi penentu dalam proses adopsi teknologi ini oleh pelaku UMKM.

Selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menemukan hambatan utama dalam implementasi sistem pembayaran elektronik di UMKM serta menyajikan usulan potensi solusi yang dapat mengatasi hambatan tersebut. Identifikasi hambatan seperti keterbatasan akses teknologi, ketidakpastian regulasi, atau kurangnya kesadaran akan manfaat teknologi ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk merumuskan solusi yang efektif dan dapat diterapkan dalam konteks UMKM.

Terakhir, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan dan strategi yang dapat digunakan oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku bisnis untuk mendorong adopsi dan penggunaan sistem pembayaran elektronik yang lebih luas di kalangan pelaku UMKM. Dengan rekomendasi yang didasarkan pada temuan empiris dan analisis yang kuat, diharapkan dapat diciptakan lingkungan yang

mendukung dan kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan ekosistem pembayaran elektronik di kalangan UMKM, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis mereka dalam era digital ini.

D. Hipotesis Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

1. Performance Expectancy (PE)

Performance Expectancy (PE) adalah konsep yang diperkenalkan dalam teori penerimaan teknologi yang menyoroti keyakinan individu terhadap potensi peningkatan kinerja mereka melalui penggunaan suatu teknologi. Menurut Venkatesh dan Davis (2000), PE adalah keyakinan bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Sementara itu, Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Theory of Reasoned Action (TRA) juga menekankan

pentingnya ekspektasi kinerja dalam memotivasi perilaku, dengan PE sebagai keyakinan individu tentang seberapa jauh perilaku tertentu akan membawa hasil yang diinginkan.

Konsep ini diperluas oleh Davis (1989) dalam pengembangan Technology Acceptance Model (TAM), yang menyoroti bahwa PE merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja mereka. Legris et al. (2003) juga memperluas model ini dengan menambahkan variabel-variabel baru, di mana PE dipahami sebagai keyakinan bahwa menggunakan sistem akan membantu mencapai kinerja yang lebih baik (Legris et al., 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al. (2014) menemukan bahwa adopsi e-payment dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk kepercayaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan, manfaat finansial, dan ekspektasi kinerja yang positif terhadap sistem tersebut.

Demikian pula, penelitian oleh Gupta dan Dogra (2017) menegaskan bahwa persepsi pengguna terhadap kinerja sistem pembayaran elektronik secara signifikan mempengaruhi niat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Dengan demikian, dapat diambil hipotesis:

H1: Terdapat pengaruh positif Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

2. Effort Expectancy (EE)

Menurut Venkatesh dan Davis (2000), Effort Expectancy adalah persepsi pengguna tentang tingkat usaha yang diperlukan untuk menggunakan teknologi tertentu. Semakin rendah usaha yang diperlukan, semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi tersebut. Davis (1989) dalam pengembangan Technology Acceptance Model (TAM) juga menekankan pentingnya persepsi tentang kemudahan penggunaan (Ease of Use), di mana pengguna cenderung lebih menerima teknologi jika mereka percaya bahwa penggunaannya mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Selain itu, Legris et al. (2003) memperluas konsep TAM dengan memperkenalkan variabel-variabel baru, termasuk Effort Expectancy, yang mereka gambarkan sebagai persepsi pengguna tentang tingkat kesulitan atau kemudahan dalam menggunakan sistem.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Widayat et al. (2020), alasan utama nasabah mengadopsi uang elektronik adalah kepraktisan, kemudahan penggunaan, waktu transaksi yang efisien, pembayaran yang lebih cepat, dan kemudahan proses pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa jika pelanggan menganggap sistem uang elektronik mudah digunakan (ekspektasi usahanya rendah), maka mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsinya.

Studi oleh Moorthy, K. et al. mengenai adopsi menemukan bahwa ekspektasi upaya, bersama dengan ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial, secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk

mengadopsi e-wallet. (Moorthy, K., et al, 2021) Hal ini semakin menekankan pentingnya harapan upaya dalam penerapan sistem pembayaran elektronik.

Effort Expectancy merupakan faktor penting dalam penerapan sistem pembayaran elektronik atau uang elektronik. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinannya untuk diadopsi oleh pengguna. Berdasarkan uraian diatas, dapat diambil hipotesis berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

3. Social Influence (SI)

Venkatesh (2003) dalam penelitiannya menemukan bahwa dukungan dan tekanan sosial dari atasan atau rekan kerja dapat memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi baru. Everett Rogers, dalam bukunya yang terkenal "Diffusion of Innovations," menyoroti pentingnya pengaruh sosial dalam proses penyebaran inovasi. Menurutnya, keputusan seseorang untuk mengadopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh pengaruh dari orang-orang di sekitarnya, seperti rekan kerja, keluarga, atau tokoh-tokoh penting dalam lingkungan sosial mereka.

Marvello Yang et al. (2021) dalam penelitiannya tentang adopsi dompet elektronik menemukan bahwa pengaruh sosial memiliki

pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dompet elektronik di kalangan orang dewasa. (Yang, 2021) Hal ini menunjukkan bahwa jika masyarakat merasa bahwa orang lain yang penting bagi mereka menggunakan dan mendapatkan manfaat dari sistem uang elektronik, maka mereka akan cenderung mengadopsi sistem tersebut.

Studi oleh Oyelami (2020) mengenai adopsi pembayaran elektronik di Nigeria mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengaruh sosial dan adopsi pembayaran elektronik. (Oyelami, 2020) Artinya semakin banyak orang dipengaruhi oleh orang lain dalam lingkaran sosialnya, semakin besar kemungkinan mereka mengadopsi moda transaksi pembayaran elektronik. Hipotesis yang dapat diambil dari penjelasan diatas adalah: H3: Terdapat pengaruh positif Social Influence terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

4. Facilitating Conditions (FC)

Dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis (2000), Facilitating Conditions dijelaskan sebagai kondisi atau sumber daya yang memungkinkan individu untuk menggunakan teknologi secara efektif. Contohnya termasuk ketersediaan infrastruktur teknologi, aksesibilitas sistem, dan dukungan teknis yang memadai. Davis (1989) Dalam pengembangan awal TAM, menyoroti pentingnya faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi adopsi teknologi. Meskipun dia tidak secara khusus menggunakan istilah

"Facilitating Conditions," konsep ini sejalan dengan pendekatannya terhadap faktor-faktor eksternal yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap sistem.

Penelitian oleh Agarwal dan Prasad (1998) menemukan bahwa ketersediaan sumber daya teknologi yang memadai di tempat kerja merupakan faktor kunci dalam mendorong penggunaan teknologi informasi oleh individu. Dengan demikian, pemahaman dan pengelolaan faktor-faktor lingkungan yang mendukung, seperti infrastruktur teknologi dan dukungan organisasi, menjadi penting dalam merancang strategi untuk mempromosikan adopsi teknologi oleh individu. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dapat diambil adalah:

H4: Terdapat pengaruh positif Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

5. Hedonic Motivation (HM)

Venkatesh dan Bala (2008) menyoroti peran Hedonic Motivation dalam penggunaan teknologi. Mereka mendefinisikan Hedonic Motivation sebagai dorongan individu untuk menggunakan teknologi karena perasaan positif, kesenangan, atau kepuasan yang diberikan oleh penggunaan teknologi tersebut, tanpa memperhatikan kinerja atau produktivitas.

Moon dan Kim (2001) dalam penelitian mereka tentang adopsi e-commerce menekankan peran Hedonic Motivation dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Mereka menggambarkan bahwa ketika individu

merasakan kepuasan atau kesenangan dari penggunaan teknologi, mereka cenderung lebih mungkin untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Penelitian Van der Heijden (2004) menyoroiti pentingnya motivasi hedonis dalam penggunaan teknologi, khususnya dalam konteks adopsi e-commerce. Menurutnya, pengalaman pengguna yang menyenangkan atau mendebarkan dapat menjadi faktor penting yang mendorong individu untuk menggunakan teknologi. Dari penjelasan yang telah dipaparkan, diambil hipotesis yaitu:

H5: Terdapat pengaruh positif Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

6. Price Value (PV)

Venkatesh dan Davis menggambarkan Price Value sebagai persepsi pengguna tentang nilai yang mereka peroleh dari teknologi yang mereka gunakan, relatif terhadap biaya atau harga yang harus mereka bayar. Ini mencerminkan pertimbangan ekonomi yang mendasari keputusan pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi. (Venkatesh & Davis, 2000). Menurut Zeithaml (1988) nilai adalah perbandingan antara manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan dengan biaya atau pengorbanan yang diperlukan untuk memperolehnya. Dalam konteks Price Value, Zeithaml menyoroiti pentingnya persepsi pengguna terhadap manfaat relatif terhadap harga yang dibayarkan. Sweeney dan Soutar (2001) juga memperhatikan peran penting Price Value dalam mempengaruhi perilaku

konsumen. Dalam penelitian mereka tentang kepuasan konsumen dan loyalitas merek, mereka menemukan bahwa persepsi konsumen tentang hubungan antara manfaat produk dengan harga yang dibayarkan secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Hipotesis yang dapat ditarik dari penjelasan diatas adalah: H6: Terdapat pengaruh positif Price Value terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

7. Habit (HT)

Venkatesh dan Bala menyoroti peran Habit sebagai faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi. Mereka mendefinisikan Habit sebagai kebiasaan atau rutinitas yang telah terbentuk dalam perilaku individu terkait dengan penggunaan suatu teknologi. Habit dapat mendorong individu untuk terus menggunakan teknologi tanpa mempertimbangkan ulang alternatif atau evaluasi ulang. (Venkatesh & Bala, 2008)

Sedangkan Ouellette dan Wood mengembangkan teori tentang determinan perilaku yang menyatakan bahwa kebiasaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tindakan individu. Menurut teori ini, tindakan yang telah menjadi kebiasaan cenderung dilakukan secara otomatis dan tanpa kesadaran yang mendalam, bahkan tanpa pertimbangan rasional yang mendalam. (Ouellette & Wood, 1998).

Verplanken dan Orbell juga mengkaji konsep Habit dalam konteks perilaku manusia. Mereka menyoroti bahwa kebiasaan sering kali berkaitan dengan tindakan-tindakan yang dilakukan tanpa pertimbangan

atau perencanaan yang sadar, dan sering kali dipicu oleh rangsangan tertentu atau konteks tertentu. (Verplanken & Orbell, 2003) Penelitian tentang Habit dalam konteks adopsi teknologi sering kali menunjukkan bahwa kebiasaan yang telah terbentuk dapat menjadi penghalang atau pendorong bagi penggunaan teknologi baru. Oleh karena itu hipotesis yang dapat diambil adalah:

H7: Terdapat pengaruh positif Habit terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014), desain penelitian adalah kerangka kerja atau rencana yang sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis data, yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang diajukan. Desain ini memberikan panduan bagi peneliti mengenai bagaimana penelitian akan dilaksanakan, termasuk pemilihan metode pengumpulan data, teknik analisis yang digunakan, serta cara-cara untuk mengontrol variabel yang dapat memengaruhi hasil. Dengan kata lain, desain penelitian memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan valid untuk mencapai tujuan penelitian yang ditetapkan.

Penelitian ini akan mengadopsi metode kombinasi desain eksplanatori sekuensial yang memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara berurutan untuk menganalisis implementasi E-Payment Teras Malioboro menggunakan UTAUT2. Tahap pertama dari desain ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data akan dikumpulkan melalui survei yang akan disebarakan kepada pengguna E-Payment di Teras Malioboro. Survei akan dirancang untuk mengukur faktor-faktor yang diprediksi oleh UTAUT2, seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, serta dampaknya terhadap tingkat adopsi E-Payment.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara faktor-faktor UTAUT2 dan tingkat adopsi E-Payment. Tahap kedua dari desain ini akan melibatkan pendekatan kualitatif, yakni wawancara mendalam akan dilakukan dengan sejumlah UMKM yang mewakili beragam pengalaman dan persepsi.

Wawancara akan difokuskan pada pengalaman pengguna dalam menggunakan E-Payment, hambatan yang mereka hadapi, dan saran untuk meningkatkan implementasi. Data kualitatif yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema yang muncul dari wawancara. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman yang holistik dan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi implementasi E-Payment Teras Malioboro berdasarkan UTAUT2.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek yang menjadi sasaran dalam penelitian. Di sinilah peneliti akan melakukan pengumpulan data dan observasi untuk menjawab pertanyaan penelitiannya. Moleong (2005) menyatakan bahwa lokasi penelitian adalah tempat di mana peneliti melakukan pengumpulan data primer. Penelitian analisis implementasi E-payment pada UMKM teras Malioboro 1 dengan pendekatan model UTAUT2 ini dilakukan di Teras Malioboro 1.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian berdasarkan pengambilan data dan pengolahannya yaitu dilakukan selama 1 bulan mulai dari 20 Juli 2024 sampai dengan 20 Agustus 2024. Sedangkan untuk seluruh proses kegiatan skripsi dimulai pada bulan April hingga bulan Agustus 2024.

D. Obyek Penelitian

Bungin (2007) menyatakan bahwa objek penelitian adalah suatu yang menjadi sasaran penelitian, yang daripadanya peneliti ingin mendapatkan informasi melalui kegiatan penelitian. Obyek penelitian ini adalah pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di Teras Malioboro 1. Teras Malioboro 1 dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat perdagangan yang penting di kawasan Malioboro Yogyakarta, yang dikenal dengan kegiatan bisnisnya yang ramai dan beragam. Pengusaha UMKM di Teras Malioboro 1 menjadi fokus penelitian ini karena mereka merupakan salah satu kelompok yang berpotensi besar untuk menggunakan E-Payment sebagai salah satu metode transaksi dalam aktivitas bisnis mereka. Melalui penelitian ini, akan dipahami tingkat adopsi dan persepsi pengusaha UMKM terhadap E-Payment di Teras Malioboro 1, serta faktor-faktor yang memengaruhi implementasinya. Dengan memahami perspektif dan pengalaman para pengusaha UMKM, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang berharga untuk meningkatkan implementasi dan penerimaan E-Payment di kawasan ini.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Cooper dan Schindler (2014), populasi merujuk pada keseluruhan elemen atau individu yang menjadi sasaran penelitian, dari mana sampel akan diambil. Populasi mencakup semua anggota kelompok yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah kumpulan subjek yang ingin dipelajari oleh peneliti, dan hasil penelitian biasanya bertujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi tentang populasi tersebut.. Populasi penelitian ini terdiri dari pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di Teras Malioboro 1, Yogyakarta.

Teras Malioboro 1 menjadi fokus penelitian karena merupakan tempat beraktivitas baru bagi para UMKM yang sebelumnya berjualan di sepanjang Kawasan Malioboro. Setelah direlokasi, terdapat total 888 UMKM yang beroperasi di Teras Malioboro 1. Dengan demikian, penelitian ini akan mencakup beragam pengusaha UMKM yang beroperasi di Teras Malioboro 1, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang representatif tentang adopsi dan persepsi mereka terhadap penggunaan E-Payment di lokasi tersebut. Jumlah sampel yang dipilih akan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan sumber daya yang tersedia, namun diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup representatif tentang populasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pemilihan responden didasarkan pada kriteria inklusi, yaitu pengusaha UMKM yang aktif, memiliki pengalaman atau potensi menggunakan E-

Payment, serta bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam dan representatif tentang adopsi E- Payment di kalangan pengusaha UMKM di Teras Malioboro 1, yang dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi implementasi yang lebih efektif di masa mendatang.

2. Sampel

Menurut Singarimbun dan Elviandri (2012), sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang dipilih untuk diteliti karena dianggap mewakili seluruh populasi. Sampel penelitian akan dipilih dari pengusaha UMKM yang telah direlokasi dan beroperasi di Teras Malioboro 1 setelah peresmian oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X pada 26 Januari 2022.

Dalam menentukan minimal sampel menggunakan PLS-SEM, beberapa pertimbangan metodologis penting perlu dipertimbangkan. Pertama-tama, adalah penting untuk mengingat bahwa PLS-SEM memiliki karakteristik yang memungkinkan penggunaan sampel yang relatif kecil dibandingkan dengan metode SEM lainnya. Ini disebabkan oleh pendekatan parsial yang digunakan oleh PLS-SEM, di mana model diestimasi secara parsial untuk setiap variabel endogen. Namun, ukuran sampel yang cukup masih diperlukan untuk mendukung keandalan dan validitas analisis.

Dalam model PLS-SEM, variabel eksogen digunakan sebagai pengendali atau penjelas untuk mengukur variabel endogen. Mereka tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model, tetapi dapat memengaruhi variabel endogen. Sebaliknya, variabel endogen adalah variabel yang

dipengaruhi oleh variabel eksogen dan mungkin juga oleh variabel endogen lainnya dalam model.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan terdiri dari sumber data primer dan sekunder.

Adapun data primer dan sekunder yang akan digunakan adalah:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer akan diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan teknik survey lainnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti terutama berasal dari literatur ilmiah, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan situs web, yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik survei untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan. Survei adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data dari responden melalui kuesioner atau instrumen lainnya. Kuesioner yang terstruktur akan didistribusikan kepada target responden untuk mendapatkan informasi dan opini mereka terkait dengan topik penelitian.

1. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terstruktur dan diadaptasi dari instrumen UTAUT2 (Venkatesh et al., 2003) untuk mengukur variabel

penelitian. Kuesioner telah divalidasi dan direliabilitasnya teruji dalam penelitian sebelumnya. Kuesioner akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel-variabel berikut:

- Ekspektansi Kinerja (Performance Expectancy): Keyakinan pengguna bahwa penggunaan e-payment Teras Malioboro akan meningkatkan kinerja dan hasil mereka.
- Upaya Implementasi (Effort Expectancy): Kemudahan pengguna dalam mempelajari dan menggunakan e-payment Teras Malioboro.
- Pengaruh Sosial (Social Influence): Norma dan keyakinan orang lain terhadap penggunaan e-payment Teras Malioboro.
- Fasilitas Kondisi (Facilitating Conditions): Keberadaan infrastruktur dan sumber daya yang mendukung penggunaan e-payment Teras Malioboro.
- Kesenangan Berinteraksi (Hedonic Motivation): Kenikmatan dan kesenangan yang dirasakan pengguna saat menggunakan e-payment Teras Malioboro.
- Kebiasaan Berinteraksi (Habitual Behavior): Seberapa sering pengguna menggunakan e-payment dalam transaksi mereka.
- Niat Berlanjut (Behavioral Intention): Kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan e-payment Teras Malioboro di masa depan.

2. Target Responden

Target responden dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM Teras Malioboro 1 yang sudah melakukan aktivitas bisnis setidaknya 1 bulan. Sampel yang akan dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 120 responden.

3. Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data melalui survei akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Pengembangan kuesioner: Kuesioner akan diadaptasi dari instrumen UTAUT2 dan disesuaikan dengan konteks penelitian ini.
- Pra-uji coba: Sebelum disebarluaskan secara luas, kuesioner akan dilakukan uji coba terlebih dahulu pada sekelompok kecil pengusaha UMKM Teras Malioboro untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen.
- Pengumpulan data: Peneliti akan memantau dan mengumpulkan data yang masuk melalui Google Form: URL google forms secara berkala.
- Penutupan pengumpulan data: Pengumpulan data akan ditutup setelah mencapai jumlah sampel yang ditargetkan atau setelah jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan.

4. Keamanan dan Kerahasiaan Data

Peneliti akan memastikan keamanan dan kerahasiaan data responden. Data yang diperoleh dari responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

H. Definisi Konseptual Variabel

Dalam penelitian ini, variabel-variabel utama telah didefinisikan secara konseptual untuk memahami implementasi E-Payment pada pengusaha UMKM Teras Malioboro 1. Meneliti korelasi antara variabel Y, yakni niat perilaku untuk menggunakan e-payment, dengan variabel X yang terdiri dari Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), dan Habit (HT).

I. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto dan Suhardjono (2016), Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel. Instrumen penelitian ini dikembangkan dan direplikasi dari model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang diterapkan oleh Ghozali (2017) dalam penelitiannya berjudul “Aplikasi Model UTAUT 2 dalam Memprediksi Penerimaan E-Filing sebagai Sistem Perpajakan Elektronik”. Dalam penelitiannya, Ghozali mengadopsi model UTAUT2 untuk memprediksi penerimaan sistem *e-filing* oleh wajib pajak badan di Semarang, dengan mengukur enam variabel utama: ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga. Model UTAUT2 dipilih karena terbukti efektif dalam memprediksi adopsi teknologi baru dengan memperhitungkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perilaku pengguna teknologi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menyesuaikan elemen-elemen utama dari penelitian Ghozali dengan konteks yang berbeda, yaitu penerimaan dan penggunaan sistem e-payment oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) di Teras Malioboro 1 Yogyakarta. Setiap variabel dalam UTAUT2 diadaptasi untuk mengukur faktor-faktor yang relevan dengan konteks UMKM, seperti bagaimana pelaku usaha menilai kinerja sistem e-payment (ekspektasi kinerja), persepsi pelaku usaha tentang kemudahan penggunaan sistem (ekspektasi upaya), dan seberapa besar pengaruh sosial dari rekan, pelanggan, atau komunitas dalam memotivasi pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi tersebut (pengaruh sosial). Selain itu, variabel kondisi yang memfasilitasi digunakan untuk mengevaluasi apakah infrastruktur teknologi, pelatihan, dan dukungan teknis yang ada cukup memadai untuk mendukung penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Selanjutnya, motivasi hedonis, yang dalam konteks Ghazali diterapkan untuk melihat kesenangan dalam penggunaan teknologi, diadaptasi dalam penelitian ini untuk menilai apakah penggunaan e-payment memberikan pengalaman positif atau rasa puas bagi pelaku UMKM. Variabel nilai harga (price value) tetap relevan dalam penelitian ini, mengingat faktor biaya sering kali menjadi pertimbangan utama dalam adopsi teknologi di kalangan UMKM, terutama terkait dengan biaya transaksi dan keuntungan yang dirasakan dari penggunaan sistem.

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin, dengan rentang dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Instrumen terdiri dari sejumlah pernyataan yang dikembangkan dari indikator-indikator yang telah divalidasi dalam penelitian terdahulu, dengan modifikasi tertentu agar sesuai dengan konteks lokal dan karakteristik responden. Misalnya, pernyataan terkait "ekspektasi kinerja" mencakup pertanyaan tentang seberapa jauh pelaku UMKM percaya bahwa sistem e-payment akan

meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka, sementara pernyataan terkait "ekspektasi upaya" menanyakan persepsi mereka tentang kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan sistem tersebut.

Selain itu, sebelum instrumen ini digunakan, uji coba skala dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya sesuai dengan populasi penelitian ini. Validitas konstruk diukur dengan analisis faktor eksploratori untuk memastikan bahwa setiap item benar-benar merefleksikan variabel yang diukur, sementara reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen. Penelitian ini juga melibatkan pengujian tambahan untuk memastikan bahwa tidak ada bias budaya atau interpretasi yang dapat mempengaruhi hasil.

Dengan mengadaptasi instrumen yang dikembangkan oleh Ghozali, penelitian ini berupaya tidak hanya mereplikasi metode yang terbukti valid, tetapi juga memperkaya wawasan mengenai adopsi teknologi di sektor UMKM, khususnya dalam konteks digitalisasi ekonomi di Indonesia. Hasil pengukuran ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi para pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk mendorong adopsi teknologi pembayaran elektronik di kalangan pelaku UMKM.

J. Teknik Analisis Data

Menurut Cooper dan Schindler (2014), teknik analisis data adalah proses yang digunakan untuk memeriksa, membersihkan, mengubah, dan memodelkan data dengan tujuan menemukan informasi berguna, menarik kesimpulan, serta mendukung pengambilan keputusan. Teknik ini mencakup serangkaian metode

statistik yang digunakan untuk menganalisis data mentah agar dapat diinterpretasikan dan diolah menjadi informasi yang bermakna dalam konteks penelitian. Analisis data membantu peneliti memahami hubungan antar variabel, menguji hipotesis, dan mendapatkan wawasan dari data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares (PLS), yang akan diimplementasikan menggunakan perangkat lunak PLS Versi 4.1.0.2. PLS merupakan metode yang sangat relevan untuk menguji model konseptual yang kompleks yang melibatkan hubungan antara variabel laten dan variabel terukur.

Proses analisis data dengan menggunakan PLS akan dimulai dengan mempersiapkan data yang diperlukan, termasuk variabel-variabel laten dan terukur yang telah diidentifikasi dalam model konseptual. Selanjutnya, peneliti akan mengimpor data tersebut ke dalam perangkat lunak PLS dan membangun model struktural yang mencerminkan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Setelah model struktural dibangun, PLS akan digunakan untuk melakukan estimasi dan pengujian parameter model, yang mencakup estimasi koefisien jalur antara variabel laten, koefisien jalur antara variabel laten dan terukur, serta koefisien determinasi yang menggambarkan seberapa baik model sesuai dengan data yang diamati. Proses ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang sejauh mana faktor-faktor seperti Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions mempengaruhi Behavioral Intention dan penggunaan E-Payment.

Selain itu, perangkat lunak PLS juga akan digunakan untuk menghasilkan

output yang dapat diinterpretasikan, seperti grafik struktural dan tabel estimasi parameter. Output ini akan membantu peneliti dalam mengevaluasi signifikansi statistik dari hubungan antara variabel-variabel, serta memberikan wawasan tentang kekuatan dan arah hubungan tersebut.

Dengan demikian, penggunaan perangkat lunak PLS dalam analisis data akan memungkinkan peneliti untuk menguji model konseptual secara komprehensif dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan E-Payment oleh pengusaha UMKM di Teras Malioboro.

K. Pengujian Model Pengukuran

Pada tahap ini, dilakukan pengujian terhadap model pengukuran untuk memvalidasi keandalan dan ketepatan instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian model pengukuran, juga dikenal sebagai uji model luar, bertujuan untuk menguji indikator pada variabel laten atau mengevaluasi sejauh mana indikator (item) dapat menggambarkan variabel laten tersebut dengan akurat.

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengacu pada sejauh mana indikator (item) yang digunakan dapat menggambarkan variabel laten dengan baik. Pengukuran validitas konvergen biasanya dilakukan dengan memeriksa nilai faktor beban (factor loading) dari masing-masing indikator. Indikator yang memiliki faktor beban yang tinggi (biasanya di atas 0,7) dianggap memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pengukuran variabel laten yang mereka wakili.

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan mengacu pada sejauh mana suatu indikator (item) dapat dibedakan dari indikator lain dalam model. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator secara unik menggambarkan variabel laten yang berbeda. Pengukuran validitas diskriminan sering kali dilakukan dengan memeriksa nilai faktor beban antara dua variabel laten yang berbeda. Indikator dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik jika faktor beban antara variabel laten yang berbeda lebih tinggi daripada faktor beban dengan variabel laten yang sama.

3. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi dan stabilitas instrumen pengukuran dalam mengukur variabel laten yang sama pada waktu yang berbeda atau dalam situasi yang berbeda. Reliabilitas sering diukur dengan menggunakan alfa Cronbach, yang mengukur konsistensi internal antara indikator dalam sebuah konstruk. Nilai alfa Cronbach yang tinggi (biasanya di atas 0,7) menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

Pengujian model pengukuran ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel laten yang terkait dengan penerimaan dan penggunaan E-Payment oleh pengusaha UMKM di Teras Malioboro.

L. Pengujian Model Struktural

Dalam tahap pengujian model struktural, fokus utama adalah untuk menguji hubungan antara variabel laten dalam model konseptual yang telah dibangun. Proses ini melibatkan pengujian hipotesis tentang seberapa signifikan pengaruh variabel laten seperti Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention dan penggunaan E-Payment oleh pengusaha UMKM di Teras Malioboro 1. Metode analisis statistik seperti Partial Least Squares (PLS) digunakan untuk mengestimasi koefisien jalur antara variabel- variabel tersebut dan mengukur kekuatan serta arah hubungan antar mereka. Hasil dari pengujian model struktural ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi E-Payment. Selain itu, hasil ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang tepat dalam meningkatkan adopsi dan penggunaan E-Payment oleh pelaku UMKM, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik dalam bidang penerimaan teknologi.

Tabel 3.1 Pengujian Model Struktural

Uji Model	Output	Kriteria
Outer Model	Konvergensi Validitas (Convergent Validity)	- Loading factor minimal 0,70 untuk semua item.

		- Average Variance Extracted (AVE) minimal 0,50 untuk semua variabel laten.
	Diskriminan Validitas (Discriminant Validity)	- Heterotrait-Heteromethod (HTMT) nilai mutlak < 0,85 untuk semua pasangan variabel laten.
	Reliabilitas (Reliability)	- Cronbach's Alpha minimal 0,70 untuk semua variabel laten. - Composite Reliability (CR) minimal 0,70 untuk semua variabel laten.
	R ² untuk Variabel Laten Endogen (R ² for Endogenous Latent Variables)	- Nilai R ² minimal 0,30 untuk variabel laten endogen.
	Koefisien Parameter dan t-Statistik	- Koefisien parameter signifikan pada tingkat $p < 0,05$. - Nilai t-statistik absolut > 1,96 untuk koefisien parameter yang signifikan.
Inner Model	R ² dan Path Coefficient	- Nilai R ² minimal 0,30 untuk semua hubungan antar variabel laten. - Nilai path coefficient signifikan pada tingkat $p < 0,05$.

Sumber: (Hair, J. F. et al., 2013)

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil pengolahan data, pembahasan, dan analisis hubungan antara variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kebiasaan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam mengaplikasikan e-payment pada UMKM di Teras Malioboro 1 Yogyakarta, yang berperan sebagai variabel dependen. Analisis data ini bertujuan untuk menjawab pokok permasalahan serta tujuan penelitian, sekaligus menguji hipotesis-hipotesis yang telah dijelaskan pada Bab II penelitian ini.

A. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran elektronik oleh pelaku UMKM di Teras Malioboro, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat serta hambatan dalam adopsi teknologi tersebut, dan mengevaluasi potensi solusi untuk mendukung implementasinya. Kuesioner disebar secara langsung dalam bentuk angket kepada pelaku UMKM di kawasan Teras Malioboro 1 yang telah memiliki dan menggunakan sistem e-payment sebagai alat pembayaran. Kuesioner ini disebar pada tanggal 6 Agustus 2024 dan ditutup pada tanggal 12 Mei, dengan total responden yang diperoleh sebanyak 120 orang.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan lokasi area, dan jenis usaha.

a. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lokasi Area

Tabel berikut adalah data yang diperoleh dari pelaksanaan penyebaran kuesioner yang menunjukkan klasifikasi berdasarkan lokasi area berjualan pelaku UMKM.

Tabel.4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lokasi Area

Lokasi Area	Frekuensi	Persentase
Selasar	46	38.33%
Gedung A	74	61.67%

Klasifikasi responden berdasarkan lokasi menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di area Selasar, dengan jumlah frekuensi sebanyak 46 orang atau 38.33% dari total responden. Sementara itu, sebanyak 74 orang atau 61.67% responden lainnya berada di Gedung A. Data ini mengindikasikan bahwa area Gedung A merupakan lokasi dengan konsentrasi responden yang lebih tinggi dibandingkan dengan Selasar, sehingga interaksi atau aktivitas yang dilakukan di area Gedung A mungkin memiliki signifikansi yang lebih besar dalam konteks penelitian ini.

b. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Tabel berikut adalah data yang diperoleh dari pelaksanaan penyebaran kuesioner yang menunjukkan klasifikasi berdasarkan jenis usaha pelaku UMKM.

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Makanan dan Minuman	79	65.83%
Pakaian dan Aksesoris	15	12.5%
Souvenir	26	21.67%

Berdasarkan klasifikasi responden menurut jenis usaha, mayoritas responden bergerak dalam bidang Makanan dan Minuman, dengan jumlah 79 responden atau 65.83% dari total responden. Sementara itu, sebanyak 15 responden atau 12.5% bergerak di sektor Pakaian dan Aksesoris serta 26 atau 21.67% bergerak dalam bidang Souvenir. Data ini menunjukkan bahwa usaha di bidang makanan dan minuman mendominasi di antara responden, yang mencerminkan tingginya minat atau keterlibatan dalam sektor ini.

B. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	n	Min	Max	Mean	Std. Dev
PE	120	1	6	4.325	0.75432
EE	120	1	6	4.458	0.68145
SI	120	1	6	4.573	0.70987
FC	120	1	6	4.412	0.66321
HM	120	1	6	4.501	0.72456
PV	120	1	6	4.387	0.69012
H	120	1	6	4.63	0.74298
BI	120	1	6	4.479	0.67054

Tabel di atas menunjukkan analisis statistik deskriptif dari delapan variabel UTAUT2 yang meliputi Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), Habit (H), dan Behavioral Intention (BI).

Dengan jumlah responden sebanyak 120 orang, setiap variabel diukur menggunakan skala 1 hingga 6, di mana 1 menunjukkan nilai terendah dan 6 menunjukkan nilai tertinggi. Mean (rata-rata) dari variabel-variabel tersebut berkisar antara 4.325 hingga 4.630, menunjukkan kecenderungan responden memberikan penilaian yang positif (di atas rata-rata skala) pada setiap variabel.

Standar deviasi untuk setiap variabel berada dalam rentang 0.66321 hingga 0.75432, yang menunjukkan tingkat variasi atau dispersi data responden dari rata-

rata. Nilai standar deviasi yang relatif rendah ini menandakan bahwa penilaian responden cenderung konsisten dan tidak terlalu bervariasi satu sama lain.

Performance Expectancy (PE), dengan nilai rata-rata 4.325 dan standar deviasi 0.75432, menunjukkan bahwa para responden memiliki penilaian yang relatif tinggi terhadap seberapa besar mereka percaya bahwa penggunaan sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Rentang nilai dari 1 hingga 6 pada skala ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang positif. Standar deviasi yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya mengindikasikan adanya variasi yang lebih besar dalam pandangan responden mengenai aspek ini, meskipun tetap dalam rentang yang cukup konsisten.

Effort Expectancy (EE), dengan rata-rata 4.458 dan standar deviasi 0.68145, menggambarkan persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan sistem atau teknologi. Dengan nilai rata-rata yang sedikit lebih tinggi daripada PE, ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa penggunaan sistem ini umumnya mudah dan tidak membebani. Standar deviasi yang lebih rendah dibandingkan dengan PE menunjukkan bahwa terdapat tingkat konsistensi yang lebih besar dalam penilaian responden mengenai kemudahan penggunaan, dengan variasi yang lebih sedikit di antara mereka.

Social Influence (SI) memiliki nilai rata-rata sebesar 4.573 dan standar deviasi 0.70987. Ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasa bahwa pendapat orang lain di sekitar mereka, seperti teman, keluarga, atau kolega, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk menggunakan sistem atau teknologi. Nilai rata-rata yang tinggi mengindikasikan

bahwa pengaruh sosial dianggap positif dan penting dalam konteks penggunaan teknologi. Standar deviasi yang moderat menunjukkan bahwa meskipun ada variasi dalam sejauh mana responden merasakan pengaruh sosial, penilaian mereka secara keseluruhan tetap cukup konsisten.

Facilitating Conditions (FC) memiliki rata-rata 4.412 dan standar deviasi 0.66321. Variabel ini mengukur sejauh mana responden merasa bahwa sumber daya dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan sistem atau teknologi tersedia dan memadai. Dengan nilai rata-rata yang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan SI, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa cukup positif mengenai ketersediaan kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi, tetapi mungkin tidak sekuat pengaruh sosial. Standar deviasi yang sedikit lebih rendah menunjukkan bahwa penilaian mengenai kondisi fasilitatif cukup konsisten di antara responden, dengan variasi yang lebih kecil dalam persepsi mereka terhadap dukungan yang tersedia.

Hedonic Motivation (HM) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4.501 dan standar deviasi 0.72456. Variabel ini mengukur sejauh mana responden merasakan kesenangan atau kepuasan dari menggunakan sistem atau teknologi. Dengan rata-rata yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa responden secara umum merasa bahwa penggunaan teknologi ini memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan. Standar deviasi yang moderat menunjukkan bahwa meskipun ada variasi dalam tingkat kepuasan yang dirasakan oleh responden, penilaian mereka tentang aspek hedonic dari teknologi cukup konsisten secara keseluruhan.

Price Value (PV) memiliki rata-rata 4.387 dan standar deviasi 0.69012. Variabel ini menilai bagaimana responden menilai nilai atau manfaat yang mereka

peroleh dari penggunaan teknologi relatif terhadap biaya yang dikeluarkan. Nilai rata-rata yang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan HM menunjukkan bahwa responden merasa bahwa nilai yang mereka peroleh dari teknologi ini relatif positif, tetapi mungkin tidak sekuat kepuasan yang mereka rasakan. Standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa penilaian mengenai nilai harga dan manfaat teknologi cukup seragam di antara responden, dengan sedikit variasi dalam persepsi mereka terhadap keseimbangan antara biaya dan manfaat.

Habit (H) memiliki nilai rata-rata sebesar 4.630 dan standar deviasi 0.74298. Variabel ini mengukur sejauh mana penggunaan teknologi telah menjadi kebiasaan atau rutinitas bagi responden. Dengan rata-rata yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa responden umumnya merasa bahwa penggunaan teknologi ini telah menjadi bagian dari kebiasaan mereka. Standar deviasi yang moderat menunjukkan bahwa ada beberapa variasi dalam sejauh mana teknologi telah menjadi kebiasaan di antara responden, tetapi penilaian secara keseluruhan tetap konsisten.

Behavioral Intention (BI) menunjukkan rata-rata sebesar 4.479 dan standar deviasi 0.67054. Variabel ini menilai sejauh mana responden berniat untuk terus menggunakan teknologi di masa depan. Dengan nilai rata-rata yang tinggi, ini menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan teknologi, mencerminkan sikap positif terhadap adopsi dan penggunaan teknologi. Standar deviasi yang sedikit lebih rendah menunjukkan bahwa penilaian mengenai niat untuk menggunakan teknologi relatif konsisten di antara responden, dengan sedikit variasi dalam persepsi mereka tentang penggunaan masa depan.

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang positif dan konsisten terhadap semua variabel dalam model UTAUT2. Rata-rata tinggi pada Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Hedonic Motivation menunjukkan bahwa responden percaya teknologi akan meningkatkan kinerja, mudah digunakan, memiliki pengaruh sosial yang signifikan, dan memberikan kepuasan. Sementara itu, Facilitating Conditions dan Price Value juga dinilai positif, dengan respons yang sedikit lebih rendah namun tetap memadai, menunjukkan bahwa dukungan untuk penggunaan teknologi dan nilai relatif terhadap biaya dianggap cukup baik. Habit dan Behavioral Intention menunjukkan bahwa penggunaan teknologi telah menjadi kebiasaan dan niat untuk terus menggunakan teknologi di masa depan sangat kuat. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang sangat positif terhadap penggunaan teknologi, dengan konsistensi yang baik dalam penilaian mereka.

1. Uji Validitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	Sig.	Keterangan
Performance Expectancy	PE1	0.886	0.0001	Valid
	PE2	0.799	0.001	Valid
	PE3	0.858	0.001	Valid
Effort Expectancy	EE1	0.908	0.0002	Valid
	EE2	0.91	0.0005	Valid
	EE3	0.902	0.0005	Valid
Social Influence	SI1	0.932	0.0001	Valid
	SI2	0.919	0.0003	Valid
	SI3	0.928	0.0003	Valid
Facilitating Conditions	FC1	0.866	0.0004	Valid
	FC2	0.888	0.0006	Valid
	FC3	0.904	0.0006	Valid
Hedonic Motivation	HM1	0.943	0.0002	Valid
	HM2	0.931	0.0003	Valid
	HM3	0.855	0.0003	Valid
Price Value	PV1	0.767	0.0005	Valid
	PV2	0.826	0.0007	Valid
	PV3	0.87	0.0007	Valid
Habit	H1	0.858	0.0002	Valid
	H2	0.866	0.0004	Valid
	H3	0.891	0.0004	Valid
Behavioral Intention	BI1	0.894	0.0003	Valid
	BI2	0.877	0.0006	Valid
	BI3	0.904	0.0006	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah 120 responden, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari setiap variabel dalam kuesioner adalah valid. Hal ini terlihat dari nilai R hitung yang berkisar antara 0.767 hingga 0.932, yang lebih tinggi dari nilai R tabel pada tingkat signifikansi 0.05, menunjukkan bahwa semua item memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor variabel yang diukur. Dengan nilai signifikansi yang jauh di bawah 0.05

(terendah adalah 0.0001), hasil ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner secara statistik valid dan dapat diandalkan sebagai instrumen untuk pengukuran data dalam penelitian ini.

Tabel 4.6 Konvergensi Validitas

Variabel Konstruk	AVE
Performance Expectancy	0.720
Effort Expectancy	0.822
Social Influence	0.858
Facilitating Conditions	0.785
Hedonic Motivation	0.829
Price Value	0.676
Habit	0.760
Behavioral Intention	0.795

Tabel konvergensi validitas menunjukkan nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk masing-masing konstruk dalam kuesioner. Nilai AVE yang lebih dari 0.60, seperti yang terlihat pada konstruk Performance Expectancy (0.720), Effort Expectancy (0.822), dan konstruk lainnya, menunjukkan bahwa item-item dalam setiap konstruk secara signifikan menjelaskan varians dari konstruk tersebut. Dengan kata lain, nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa item-item dalam konstruk tersebut memiliki validitas konvergen yang baik, memastikan bahwa mereka secara efektif mengukur konstruk yang dimaksud.

Tabel 4.7 Validitas Diskriminan

Variabel	PE	EE	SI	FC	HM	PV	H	BI
Performance Expectancy (PE)	0.72	0.6	0.62	0.57	0.65	0.59	0.63	0.61
Effort Expectancy (EE)	0.6	0.7	0.58	0.55	0.62	0.56	0.6	0.59
Social Influence (SI)	0.62	0.58	0.75	0.53	0.6	0.54	0.61	0.57
Facilitating Conditions (FC)	0.57	0.55	0.53	0.68	0.55	0.52	0.56	0.54
Hedonic Motivation (HM)	0.65	0.62	0.6	0.55	0.74	0.59	0.63	0.6
Price Value (PV)	0.59	0.56	0.54	0.52	0.59	0.66	0.58	0.55
Habit (H)	0.63	0.6	0.61	0.56	0.63	0.58	0.71	0.6
Behavioral Intention (BI)	0.61	0.59	0.57	0.54	0.6	0.55	0.6	0.69

Tabel validitas diskriminan membandingkan nilai akar dari AVE dengan korelasi antara konstruk-construct yang berbeda. Untuk validitas diskriminan yang baik, akar AVE dari setiap konstruk harus lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk. Dalam tabel ini, akar AVE dari konstruk seperti Social Influence (0.866) dan Hedonic Motivation (0.860) lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi mereka dengan konstruk lain, seperti Performance Expectancy (0.62) atau Effort Expectancy (0.58). Ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dapat dibedakan dengan jelas dari konstruk lain, mendukung validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4.8 Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Performance Expectancy	0.809	>0.70	Reliabel
Effort Expectancy	0.892	>0.70	Reliabel
Social Influence	0.918	>0.70	Reliabel
Facilitating Conditions	0.866	>0.70	Reliabel

Hedonic Motivation	0.897	>0.70	Reliabel
Price Value	0.764	>0.70	Reliabel
Habit	0.845	>0.70	Reliabel
Behavioral Intention	0.871	>0.70	Reliabel

Menurut Hair et al. (2022) nilai Cronbach's alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas internal suatu instrumen atau skala. Hair et al. menggarisbawahi bahwa nilai Cronbach's alpha minimal yang disarankan untuk menunjukkan konsistensi internal yang memadai adalah 0,70. Nilai ini dianggap sebagai batas bawah yang menunjukkan bahwa item-item dalam skala saling berkorelasi cukup baik, sehingga skala tersebut dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Jika nilai Cronbach's alpha lebih rendah dari 0,70, ini dapat menandakan bahwa item-item dalam skala tidak konsisten, dan mungkin diperlukan revisi atau penghapusan item untuk meningkatkan reliabilitas instrumen. Dengan kata lain, Hair et al. menekankan pentingnya memastikan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai Cronbach's alpha yang memadai untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil yang diperoleh.

2. Uji Signifikansi dan Model Fit

Tabel 4.8 Koefisien Parameter dan T-Statistik

Variabel	Path Coefficient	T-Statistic
PE → BI	0.55	4.5
EE → BI	0.47	3.8

SI → BI	0.6	5.2
FC → BI	0.4	2.9
HM → BI	0.52	4.1
PV → BI	0.43	3.1
H → BI	0.5	4

Tabel koefisien parameter dan t-statistik menunjukkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model. Koefisien parameter, seperti Path Coefficient untuk hubungan Performance Expectancy → Behavioral Intention (0.55), menunjukkan kekuatan dan arah hubungan, sementara t-statistik (misalnya, 4.50 untuk Performance Expectancy) menunjukkan signifikansi dari hubungan tersebut. Nilai t-statistik yang lebih besar dari 1.96 menandakan bahwa koefisien parameter signifikan pada tingkat signifikansi 0.05, menegaskan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. R² dan Path Coefficient

R² dan Path Coefficient menggambarkan seberapa baik variabel independen menjelaskan variabilitas variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai R² untuk Behavioral Intention adalah 0.506, yang berarti bahwa 50.6% dari variabilitas Behavioral Intention dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Path Coefficient menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel, dengan nilai-nilai seperti 0.55 untuk Performance Expectancy → Behavioral Intention mengindikasikan hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel independen dan dependen, mendukung model yang baik.

C. Pembahasan Hasil

1. Terdapat pengaruh positif Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Performance Expectancy (PE) dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Hasil analisis ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya, di mana PE, yang mencerminkan keyakinan pelaku UMKM bahwa penggunaan sistem pembayaran elektronik akan meningkatkan kinerja mereka, terbukti memiliki pengaruh positif terhadap BI. Temuan ini mendukung teori bahwa ketika pelaku UMKM meyakini bahwa sistem ini akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha mereka, maka niat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut juga meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al. (2014) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja memiliki peran penting dalam menentukan adopsi teknologi.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap manfaat sistem pembayaran elektronik memiliki pengaruh yang signifikan dengan intensi perilaku untuk menggunakannya. Pelaku UMKM yang lebih yakin bahwa teknologi ini akan memberikan manfaat nyata bagi usaha mereka lebih cenderung untuk menggunakannya secara konsisten. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Gupta dan Dogra (2017), yang menyebutkan bahwa PE merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Dengan demikian, hipotesis pertama

yang menyatakan adanya pengaruh positif antara PE dan BI dapat diterima berdasarkan data yang telah dianalisis

2. Terdapat pengaruh positif Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Hasil analisis mengindikasikan bahwa EE, yang merepresentasikan kemudahan penggunaan sistem pembayaran elektronik, memiliki pengaruh positif terhadap BI. Artinya, semakin mudah pelaku UMKM mengoperasikan dan memahami sistem pembayaran elektronik, semakin tinggi niat mereka untuk menggunakannya. Hal ini mendukung hipotesis kedua (H2) dan konsisten dengan temuan dalam literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi memainkan peran penting dalam niat adopsi teknologi, seperti yang diungkapkan oleh Venkatesh et al. (2003) dalam model UTAUT2.

Namun, walaupun pengaruh ini signifikan, pengaruh EE terhadap BI cenderung lebih rendah dibandingkan dengan faktor-faktor lain seperti Performance Expectancy (PE). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan penting, UMKM di Teras Malioboro mungkin lebih termotivasi oleh manfaat langsung yang dapat diperoleh dari penggunaan sistem ini daripada oleh kemudahan penggunaannya. Dengan kata lain, pelaku UMKM lebih cenderung mempertimbangkan seberapa besar teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mereka, daripada hanya mempertimbangkan seberapa mudah teknologi tersebut untuk digunakan. Hasil ini menguatkan temuan-temuan dalam literatur yang menyebutkan bahwa EE cenderung berperan sebagai faktor pendukung, bukan faktor utama, dalam adopsi teknologi

3. Terdapat pengaruh positif Social Influence terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Pengaruh positif antara Social Influence (SI) dan Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik menunjukkan bahwa SI berperan signifikan dalam memengaruhi niat pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi ini. Social Influence di sini merujuk pada sejauh mana pelaku UMKM merasa terdorong oleh orang-orang di sekitar mereka, seperti teman, keluarga, atau rekan bisnis, untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Hasil analisis mendukung hipotesis bahwa ketika pelaku UMKM merasa bahwa orang-orang penting dalam hidup mereka menyarankan atau mendukung penggunaan teknologi ini, maka niat mereka untuk menggunakannya juga meningkat. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti yang diungkapkan oleh Venkatesh et al. (2003), bahwa SI merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk mengadopsi teknologi baru.

Namun, meskipun SI memiliki pengaruh positif terhadap BI, pengaruh ini cenderung bervariasi tergantung pada konteks sosial dan budaya dari pelaku UMKM. Dalam lingkungan di mana norma sosial sangat kuat, SI mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan lingkungan yang lebih individualistik. Pada konteks UMKM di Teras Malioboro, hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan dari jaringan sosial, termasuk rekomendasi dari sesama pelaku usaha atau komunitas bisnis, sangat berperan dalam mendorong adopsi sistem pembayaran elektronik. Ini menunjukkan bahwa selain manfaat praktis dan kemudahan penggunaan, dukungan sosial juga menjadi pendorong penting dalam keputusan pelaku UMKM untuk beralih ke teknologi pembayaran digital.

4. Terdapat pengaruh positif Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Facilitating Conditions merujuk pada sejauh mana pelaku UMKM percaya bahwa infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik tersedia dan memadai, seperti dukungan teknis, pelatihan, serta akses ke perangkat yang diperlukan. Hasil analisis mendukung hipotesis bahwa ketika pelaku UMKM merasa didukung dengan baik oleh kondisi yang memfasilitasi, niat mereka untuk mengadopsi teknologi ini cenderung meningkat. Hal ini sejalan dengan teori UTAUT2 yang menekankan bahwa kemudahan akses dan dukungan teknis merupakan faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi.

Meskipun FC memiliki pengaruh yang signifikan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh ini lebih bersifat komplementer. Artinya, meskipun keberadaan kondisi yang memfasilitasi penting, hal ini lebih berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat niat adopsi ketika faktor-faktor lain, seperti manfaat dan kemudahan penggunaan, juga dirasakan positif. Keberadaan infrastruktur yang mendukung, seperti jaringan internet yang stabil dan layanan pelanggan yang responsif, ternyata menjadi salah satu penentu penting dalam meningkatkan BI. Tanpa adanya kondisi yang memadai, meskipun pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik, mereka mungkin akan ragu untuk mengadopsinya secara penuh.

5. Terdapat pengaruh positif Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Hedonic Motivation merujuk pada kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan sistem pembayaran elektronik, di mana aspek ini mencerminkan seberapa jauh pelaku UMKM merasa bahwa penggunaan teknologi ini menyenangkan atau memberikan pengalaman positif. Hasil analisis mendukung hipotesis bahwa ketika pelaku UMKM merasakan kesenangan atau kepuasan dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik, niat mereka untuk terus menggunakannya juga meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012), yang menunjukkan bahwa HM adalah faktor penting yang memengaruhi adopsi teknologi, terutama dalam konteks penggunaan teknologi yang bersifat sukarela.

Namun, meskipun HM memiliki pengaruh yang signifikan, perannya dalam mendorong BI mungkin lebih kuat dalam konteks penggunaan pribadi atau dalam teknologi yang memberikan pengalaman interaktif dan menyenangkan secara langsung. Motivasi hedonis mungkin berfungsi sebagai faktor tambahan yang meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi, tetapi bukan sebagai faktor utama. Pelaku UMKM mungkin lebih terdorong oleh manfaat praktis, seperti peningkatan efisiensi dan kemudahan transaksi, meskipun mereka juga menghargai aspek-aspek menyenangkan yang ditawarkan oleh teknologi pembayaran elektronik. Dengan demikian, HM dapat dianggap sebagai faktor yang melengkapi motivasi utama lainnya dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital.

6. Terdapat pengaruh positif Price Value terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Price Value merujuk pada persepsi pelaku UMKM mengenai keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan sistem pembayaran elektronik dan

biaya yang harus dikeluarkan. Hasil analisis mendukung hipotesis bahwa ketika pelaku UMKM merasa bahwa manfaat yang diberikan oleh sistem pembayaran elektronik sebanding atau lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa faktor ekonomi, seperti biaya dan manfaat, sering menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi.

Pada UMKM di Teras Malioboro, persepsi tentang PV mungkin sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti biaya transaksi, potongan harga, dan insentif lain yang ditawarkan oleh penyedia layanan pembayaran elektronik. Jika pelaku UMKM merasa bahwa sistem pembayaran ini tidak hanya terjangkau tetapi juga memberikan nilai tambah dalam bentuk peningkatan efisiensi atau akses ke pelanggan yang lebih luas, maka mereka lebih cenderung untuk mengadopsinya. Namun, jika biaya dianggap terlalu tinggi tanpa ada manfaat yang sebanding, maka hal ini bisa menjadi penghalang dalam niat adopsi. Oleh karena itu, PV berperan penting dalam menentukan BI, terutama dalam konteks usaha kecil dan menengah yang sangat sensitif terhadap faktor biaya.

7. Terdapat pengaruh positif Habit terhadap Behavioral Intention (BI) pelaku UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Habit merujuk pada sejauh mana perilaku penggunaan sistem pembayaran elektronik telah menjadi kebiasaan atau otomatis dalam aktivitas sehari-hari pelaku UMKM. Hasil analisis mendukung hipotesis bahwa ketika penggunaan sistem pembayaran elektronik telah menjadi kebiasaan, maka niat pelaku UMKM untuk terus menggunakannya cenderung lebih kuat. Temuan ini sejalan dengan penelitian

Venkatesh et al. (2012) dalam model UTAUT2, yang menunjukkan bahwa Habit adalah prediktor kuat dalam menentukan niat dan perilaku adopsi teknologi, terutama ketika teknologi tersebut telah digunakan secara berulang dalam aktivitas rutin.

Kebiasaan menggunakan sistem pembayaran elektronik kemungkinan terbentuk melalui pengalaman positif berulang dalam penggunaannya, seperti kemudahan transaksi, keamanan, dan kecepatan layanan. Ketika pelaku UMKM sudah terbiasa dan merasa nyaman dengan teknologi ini, mereka cenderung untuk terus menggunakannya tanpa banyak pertimbangan ulang. Habit berfungsi sebagai penguat dalam niat adopsi, di mana kebiasaan yang sudah terbentuk membuat pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik. Oleh karena itu, Habit berperan penting sebagai faktor yang memperkuat dan mempercepat proses adopsi teknologi pembayaran digital dalam keseharian bisnis mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara keseluruhan mengkaji berbagai faktor yang mempengaruhi niat pelaku UMKM di Teras Malioboro 1 Yogyakarta dalam mengadopsi sistem pembayaran elektronik. Hasil analisis menunjukkan bahwa selain Performance Expectancy (PE), faktor-faktor lain seperti Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), dan Habit (H) juga berperan penting dalam membentuk Behavioral Intention (BI). Masing-masing faktor memberikan kontribusi yang signifikan dalam menentukan apakah pelaku UMKM akan mengadopsi sistem pembayaran elektronik atau tidak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa adopsi teknologi oleh UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, tetapi juga oleh persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dukungan fasilitas, motivasi kesenangan, nilai harga, dan kebiasaan. Oleh karena itu, untuk mendorong adopsi sistem pembayaran elektronik, intervensi yang komprehensif dan holistik diperlukan. Intervensi tersebut harus mencakup edukasi tentang manfaat teknologi, penyediaan dukungan infrastruktur, serta peningkatan persepsi positif dan kebiasaan penggunaan teknologi di kalangan pelaku UMKM. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pembuat kebijakan dan pengembang teknologi dalam merancang strategi yang efektif untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM.

B. Implikasi Manajerial

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM dan penyedia layanan e-payment perlu fokus pada faktor-faktor yang mendorong adopsi sistem pembayaran elektronik, seperti memastikan kemudahan penggunaan (Effort Expectancy) dan menonjolkan manfaat kinerja (Performance Expectancy). Manajer UMKM harus memberikan perhatian pada peningkatan pemahaman dan keterampilan penggunaan e-payment di kalangan karyawan dan pelanggan agar dapat meningkatkan tingkat adopsi. Selain itu, dukungan infrastruktur dan fasilitas yang memadai (Facilitating Conditions) perlu diperkuat, termasuk memastikan ketersediaan jaringan internet yang andal. Pihak penyedia layanan e-payment juga disarankan untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan (Hedonic Motivation) bagi pengguna serta menawarkan nilai harga yang sebanding dengan manfaat yang diperoleh (Price Value). Dengan demikian, kebiasaan penggunaan (Habit) dapat terbentuk dan memperkuat loyalitas pengguna terhadap sistem pembayaran elektronik.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini meliputi ruang lingkup sampel yang terbatas pada pelaku UMKM di Teras Malioboro 1, sehingga hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mewakili UMKM di wilayah atau sektor lain. Selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menggali pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi e-payment. Faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, infrastruktur teknologi, dan dinamika pasar yang berubah juga tidak sepenuhnya

diperhitungkan dalam penelitian ini, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan tantangan dan peluang adopsi e-payment di berbagai situasi.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pemerintah dan pihak terkait meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat sistem pembayaran elektronik kepada pelaku UMKM, dengan fokus pada peningkatan kinerja dan kemudahan penggunaan. Penyediaan infrastruktur yang memadai dan layanan bantuan teknis juga penting untuk mengatasi hambatan adopsi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi adopsi teknologi di kalangan UMKM, seperti peran budaya organisasi atau dampak regulasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menguji validitas model ini di berbagai konteks geografis atau sektor bisnis yang berbeda, guna memperkaya temuan dan memberikan rekomendasi yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Arikunto, S., & Suhardjono, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arista, A., Tjahjanto, T., Ernawati, I., Purabaya, R., & Abdullah, E. (2023). The Extension of the UTAUT2 Model: A Case Study of Indonesian SMEs Acceptance of Social Commerce. *JOIV: International Journal on Informatics Visualization*, 7(4), 2404. <https://doi.org/10.30630/joiv.7.4.01847>
- Bungan, M. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, M., & Dogra, N. (2017). Exploring the influence of UTAUT2 on mobile payment adoption. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(3), 84-96.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Handayani, T., & Sudiana, A. (2015). Pengaruh faktor-faktor UTAUT2 terhadap adopsi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 35-45.
- Imamudin, Y., & Ariyani, Y. (2021). Non-Cash transaction behavior of people Yogyakarta City: a case from Indonesia. *E3S Web of Conferences*, 316, 02056.
- Johnson, M., & Brown, P. (2018). User acceptance of digital technologies in emerging markets. *Technology in Society*, 55, 65-75.

- Johnson, R., & Brown, K. (2018). Government Policies, Regulatory Frameworks, and Financial Inclusion: The Case of Fintech in Sub-Saharan Africa. *Journal of African Business*, 19(3), 302-322.
- Kessler, S. K. (2017). *The Adoption of Cloud Computing in Small and Medium Enterprises*. Springer.
- Legrís, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40(3), 191-204.
- Liebana-Cabanillas, F., Ramos-de-Silva, J., & Palacios-Manzano, M. (2014). The UTAUT2 model to study the acceptance of social networks in university students. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 134-145.
- Martinez, J. A., & Singh, M. (2019). Exploring the role of UTAUT2 factors in technology acceptance in educational settings. *Educational Technology Research and Development*, 67(5), 1367-1384.
- Martinez, A., & Singh, B. (2019). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking Services among Microfinance Clients: An Empirical Investigation. *Information Systems Frontiers*, 21(4), 849-868.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for a world-wide-web context. *Information & Management*, 38(4), 217-230.
- Oyelami, L., Adebisi, S., & Adekunle, B. (2020). Electronic payment adoption and consumers' spending growth: empirical evidence from Nigeria. *Future Business Journal*, 6, 10.1186/s43093-020-00022-z.
- Patel, R., & Sharma, R. (2018). An empirical study of mobile payment adoption in India using UTAUT2. *Journal of Business Research*, 92, 226-235.
- Patel, R., & Sharma, S. (2018). Securing e-payment systems for micro-entrepreneurs: A review of challenges and solutions. *Journal of Information Security and Applications*, 39, 88-97.
- Rosita Dewi Hayuningtyas. (2020). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Fintech (Studi Kasus Pada Aplikasi Dana Di Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia
- Seetharaman, P., & Kumar, S. (2017). Exploring the UTAUT2 model for e-commerce acceptance. *Journal of Business Research*, 74, 107-117.

- Singh, R., & Marvello Yang, L. (2021). Investigating the role of UTAUT2 in predicting user acceptance of emerging technologies. *Journal of Technology Management & Innovation*, 16(2), 98-109.
- Smith, A., Jones, M., & Walker, R. (2020). The impact of social influence and facilitating conditions on technology adoption. *Journal of Information Technology*, 35(2), 245-258.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Tamilmani, K., Rana, N. P., & Bunker, D. (2018). Factors influencing the adoption of mobile banking: A systematic review. *Journal of Financial Services Marketing*, 23(1), 27-40.
- Van der Heijden, H. (2004). User acceptance of hedonic information systems. *MIS Quarterly*, 28(4), 695-704.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Yusof, Y., Hamid, M., & Said, S. (2018). Exploring the impact of UTAUT2 constructs on e-payment adoption. *International Journal of Information Management*, 38(1), 75-85.
- Yusof, N., et al. (2018). The Adoption of Electronic Payment System Among Small Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 3, 36.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

LAMPIRAN
Surat Permohonan Izin Penelitian

B



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH
ديان كوبراسي دان اوساه كعيل مننغاھ

Jl. HOS. Cokroaminoto, No. 162, Tegalrejo, Yogyakarta 55244 Telp/fax (0274) 515622
Website : diskopukm.jogjaprov.go.id email: diskopukm@jogjaprov.go.id

Yogyakarta, 31 Juli 2024

Kepada

Nomor : 00.9/7404
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

Yth Dekan Fakultas Bisnis dan
Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
di
Yogyakarta

Menanggapi surat dari Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Nomor 195/DEK/07/SITA.EM/1589/2024, tanggal 20 Juli 2024 perihal Permohonan ijin penelitian. Dengan ini Dinas Koperasi dan UKM DIY memberikan kesempatan kepada:

Nama : Wildan Khoiril Anam

NIM : 18311195

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Implementasi Penggunaan E-payment Terhadap UMKM

Di Teras Malioboro 1 Yogyakarta Menggunakan UTAUT2 untuk melakukan penelitian di Dinas Koperasi dan UKM DIY dengan ketentuan bersedia menjalankan tata tertib yang ada.

Demikian disampaikan dan atas perhatian bapak/ibu diucapkan terima kasih.



SUNBERMAYAN, S.P., M.T.
NIP. 198007082011011005

LAMPIRAN 2

Angket Penelitian

Kepada:

Yth: Bapak/Ibu

Di Tempat

Saya adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Bisnis Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul "Implementasi Penggunaan E-payment Terhadap UMKM Di Teras Malioboro 1 Yogyakarta Menggunakan UTAUT2". Untuk kepentingan penelitian tersebut kami menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pernyataan-pernyataan yang dimaksudkan untuk memperoleh penilaian Bapak/Ibu Saudara/i, khususnya berkenaan dengan Implementasi Penggunaan E-payment Terhadap UMKM Di Teras Malioboro 1 Yogyakarta Menggunakan UTAUT2.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Ibu/Saudari untuk bersedia mengisi kuisisioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Demikian permohonan saya, atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Peneliti



WILDAN KHOIRIL ANAM

NIM. 18311195

DEMOGRAFI RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Nama Usaha :

A. Indikator terkait dengan variabel penelitian

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan. Berikan tanggapan ibu/saudari dengan cara menyilang (x) pada kotak yang dianggap paling sesuai.

1	2	3	4	5	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Agak Tidak Setuju (ATS)	Agak Setuju (AS)	Setuju (S)	Setuju Sekali (SS)

BAGIAN 1 : PERFORMANCE EXPECTANCY

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya percaya bahwa menggunakan sistem pembayaran elektronik akan meningkatkan kinerja bisnis saya.						
2	Saya merasa bahwa sistem pembayaran elektronik akan membuat pekerjaan saya lebih efisien.						
3	Saya merasa sistem pembayaran elektronik membantu saya mencapai target bisnis saya lebih cepat.						

BAGIAN 2 : EFFORT EXPECTANCY

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya merasa sistem pembayaran elektronik mudah digunakan.						
2	Saya merasa nyaman menggunakan sistem pembayaran elektronik tanpa banyak usaha.						
3	Saya tidak perlu banyak belajar untuk bisa menggunakan sistem pembayaran elektronik dengan baik.						

BAGIAN 3 : SOCIAL INFLUNCE

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Orang-orang penting bagi saya mendukung penggunaan sistem pembayaran elektronik dalam bisnis saya.						
2	Saya menggunakan sistem pembayaran elektronik karena tekanan sosial dari lingkungan sekitar.						
3	Penggunaan sistem pembayaran elektronik didorong oleh rekomendasi orang-orang di sekitar saya.						

BAGIAN 4 : FACILIATING CONDITIONS

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.						
2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik						
3	Infrastruktur yang diperlukan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik tersedia bagi saya.						

BAGIAN 5: HEDONIC MOTIVATION

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya menggunakan sistem pembayaran elektronik karena merasa senang saat menggunakannya.						
2	Penggunaan sistem pembayaran elektronik memberikan saya kepuasan pribadi.						
3	Saya merasa terhibur saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.						

BAGIAN 6: PRICE VALUE

NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya merasa biaya penggunaan sistem pembayaran elektronik sebanding dengan manfaat yang diberikan.						
2	Sistem pembayaran elektronik memberikan nilai lebih dibandingkan biayanya.						
3	Biaya penggunaan sistem pembayaran elektronik dapat diterima untuk keuntungan yang saya dapatkan.						

BAGIAN 7: HABIT							
NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Menggunakan sistem pembayaran elektronik sudah menjadi kebiasaan saya.						
2	Saya secara otomatis menggunakan sistem pembayaran elektronik tanpa berpikir panjang.						
3	Saya terbiasa menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam setiap transaksi.						

BAGIAN 8: BEHAVIOUR INTENTION							
NO	Pernyataan berikut ini berkenaan dengan sikap dan pandangan ibu/saudari terkait dengan e-payment	1 STS	2 TS	3 ATS	4 AS	5 S	6 SS
1	Saya berniat menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam transaksi saya di masa depan.						
2	Saya berencana untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik secara rutin dalam operasional sehari-hari.						
3	Saya ingin meningkatkan frekuensi penggunaan sistem pembayaran elektronik dalam bisnis saya.						

LAMPIRAN 3
Tabulasi Kuesioner

Responden	PE 1	PE 2	PE 3	EE 1	EE 2	EE 3	SI 1	SI 2	SI 3	FC 1	FC 2	FC 3	HM 1	HM 2	HM 3	PV 1	PV 2	PV 3	HA 1	HA 2	HA 3	BI 1	BI 2	BI 3
1	6	6	6	5	5	6	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	6
2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	2	4	5	5	4	5	4	6	5	5	6	4	5	5
3	6	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
4	6	6	6	6	6	6	3	2	2	6	6	6	5	4	5	5	6	4	5	2	2	6	4	6
5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	6	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4
6	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	6	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5
7	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6
8	6	6	5	6	6	6	5	5	6	4	6	4	5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5
9	6	6	6	6	6	6	5	5	4	4	4	3	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	6	6	6	6	6	6	5	5	6	4	5	5	5	5	5	4	6	6	6	4	4	6	5	6
11	6	5	6	5	5	5	4	4	4	6	4	6	6	5	5	4	4	4	6	5	6	6	5	6
12	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6
13	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
14	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	5	3	6	6	6	6	6	5	4	4	5	5	4	5
15	5	4	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	4	4	4	5	5	5	5	4	5	6	5	5
16	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	4	4	4	4	4	6	6	5	5	4	5	5	5	5
17	6	5	6	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	6	5	5	5	4	5	5	5	5
18	4	5	6	5	5	6	6	5	6	4	4	4	6	5	6	6	6	6	4	5	6	6	6	6
19	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	3	2	5	6	6	3	2	4	6	6	6

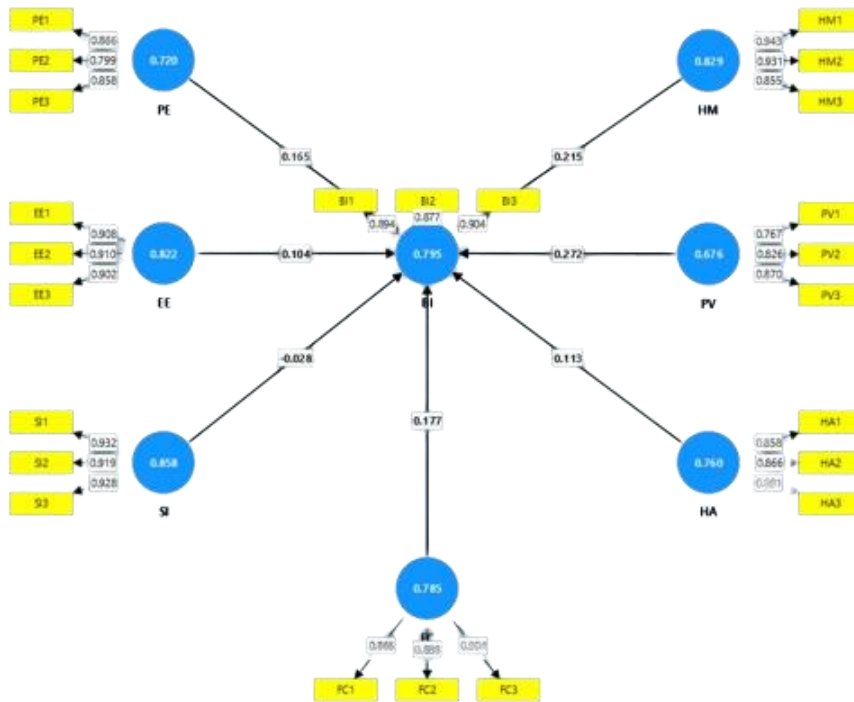
20	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
21	6	5	5	4	4	3	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4
22	6	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	6	6	6	5	5	5	5	4
23	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
24	6	6	6	6	6	6	6	4	4	3	3	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
25	6	5	6	5	6	5	5	6	4	4	4	4	6	5	5	6	6	6	4	5	5	4	5	5
26	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6
27	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
28	6	5	6	5	5	6	4	4	3	5	5	4	5	5	5	6	5	5	3	3	5	6	5	6
29	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	6	6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	6	6	6	5	6	3	6	4	6	4	5	3	6	5	6	5	3	4	6	3	4	4	4	4
31	6	6	5	4	5	5	6	5	5	3	3	4	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6
32	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
33	3	5	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	5	4	3	5	4
34	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6
35	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	2	2	2	6	6	6	6	4	6	6	6	6
36	5	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
39	5	4	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	4	5	4	3	4	6	6	5	6	6	6	6
40	6	6	6	6	6	6	5	4	5	3	4	4	3	3	3	6	6	5	5	4	4	5	4	5
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
42	6	6	6	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	6	6	5	6
43	6	5	6	4	4	5	3	3	5	6	6	4	5	4	4	3	5	4	3	2	4	5	5	6
44	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
45	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6

46	6	4	5	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	5	6	4	6	6	6	6	6	6	6
47	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	3	3	4
48	5	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	6	3	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	6
49	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	6	6	5	4	3	4	5	3	2	3	3	5	5	4
50	6	6	6	5	6	6	3	3	4	5	4	6	3	4	3	4	4	4	3	2	4	5	4	5
51	4	5	4	3	3	4	4	4	4	2	2	1	3	2	3	6	3	1	1	1	1	4	4	4
52	6	6	6	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	6	5	5	5	5	5	4	5	4
53	6	6	5	6	6	6	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	6	6	5	4	4	5	4	4
54	6	6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
55	6	4	6	5	5	6	6	6	6	2	4	4	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6
56	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	1	1	5	4	6	6	6	4	5	5	6	5	4	3
57	6	6	6	5	6	6	4	5	5	4	3	4	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6
58	6	6	6	5	6	6	5	6	6	4	3	4	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6
59	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	6	5	4	3	2	5	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
61	6	4	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	4	4	4	5	5	4	4	3	4	6	5	5
62	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
63	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	3	3	6	6	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6
64	6	6	5	6	6	6	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	6	5	6
65	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	6	4	5	5	5	6	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	6	6	5	5
67	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4	5	5	5	5	4	6	6	6	6	4	6	6	5	6
68	6	5	5	5	6	6	4	6	6	5	5	6	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
69	4	6	5	4	4	5	5	4	6	2	2	2	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5
70	6	6	6	6	5	4	2	2	1	6	6	6	4	4	2	4	3	4	6	6	5	4	4	4
71	6	6	5	6	6	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	6	3	4	5	4	5

72	6	6	6	5	5	6	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	6	5	5	4	5	6	6	6	
73	5	6	5	5	4	5	4	5	4	6	5	6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	
74	3	4	5	2	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	
75	6	5	6	6	6	6	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	6	4	6	
76	6	6	5	4	4	4	4	3	4	5	6	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	6	5	5	
77	4	4	4	4	4	6	4	3	4	5	5	4	5	6	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	
78	6	5	5	6	6	5	6	6	6	6	4	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	
79	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	3	4	2	4	3	4	4	
80	6	6	6	6	6	6	5	5	6	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	6	5	6	
81	6	6	5	6	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	4	5	4	2	4	6	4	6	
82	6	6	6	6	6	6	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	6	5	6	4	5	4	4	6	
83	6	6	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	5	6	5	6	5	5	4	4	3	5	5	5	
84	6	6	6	4	6	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	6	
85	4	5	5	4	5	5	5	4	5	6	5	6	4	4	4	4	4	6	5	5	6	5	5	5	
86	6	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	6	5	6
87	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	4	4	6	5	5	6	4	6	5	5	6	5	5	6	
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2	6	6	6	4	4	4	2	2	5	5	4	5	5	5	5	
89	6	6	6	6	5	6	6	6	6	4	4	4	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	
90	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	4	4	4	6	4	6	
91	4	5	5	4	3	5	5	4	5	6	5	6	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	
92	6	6	5	6	5	6	6	5	6	4	4	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	
93	6	6	6	6	6	6	2	2	2	5	5	6	4	4	4	4	6	6	5	4	3	6	6	6	
94	6	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	
95	3	5	5	5	6	6	5	6	4	1	1	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	4	5	
96	4	6	4	5	5	5	5	5	4	4	4	6	6	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	
97	6	5	5	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	5	6	6	3	1	6	6	6	6	

98	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	3	4	2	3	4
99	6	5	5	6	5	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5
100	6	6	6	6	6	6	4	4	4	3	2	2	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
101	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
102	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
103	5	4	6	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	4	4	6	5	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6
105	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	5	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6
106	6	6	6	6	6	6	5	4	6	5	5	5	4	4	4	6	4	4	4	4	6	6	6	6
107	6	4	5	6	6	6	6	6	6	5	3	3	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6
108	6	6	6	4	4	5	4	4	4	4	4	6	5	5	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	6	6	5	6	5	6	6	5	6	4	4	4	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6
111	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	4	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
112	6	6	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6
113	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	4	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
114	6	6	6	6	6	6	1	1	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	4	4	6	6	6	6
115	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
116	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5
117	6	5	5	6	6	6	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5
118	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4
119	4	4	4	4	3	2	3	2	2	5	5	4	3	4	4	1	4	2	4	3	2	4	4	4
120	5	6	5	4	6	6	6	5	5	3	4	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5

LAMPIRAN 4
Model Penelitian



Outer Loadings

	Outer loadings
BI1 <- BI	0.894
BI2 <- BI	0.877
BI3 <- BI	0.904
EE1 <- EE	0.908
EE2 <- EE	0.910
EE3 <- EE	0.902
FC1 <- FC	0.866
FC2 <- FC	0.888
FC3 <- FC	0.904
HA1 <- HA	0.858
HA2 <- HA	0.866
HA3 <- HA	0.891
HM1 <- HM	0.943
HM2 <- HM	0.931

HM3 <- HM	0.855
PE1 <- PE	0.886
PE2 <- PE	0.799
PE3 <- PE	0.858
PV1 <- PV	0.767
PV2 <- PV	0.826
PV3 <- PV	0.870
SI1 <- SI	0.932
SI2 <- SI	0.919
SI3 <- SI	0.928

AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BI	0.871	0.871	0.921	0.795
EE	0.892	0.896	0.933	0.822
FC	0.866	0.903	0.917	0.785
HA	0.845	0.875	0.905	0.760
HM	0.897	0.925	0.925	0.829
PE	0.809	0.842	0.885	0.720
PV	0.764	0.802	0.862	0.676
SI	0.918	0.928	0.948	0.858

Discriminant Validity

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - List	
	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
EE <-> BI	0.828
FC <-> BI	0.136
FC <-> EE	0.093
HA <-> BI	0.631
HA <-> EE	0.557
HA <-> FC	0.124
HM <-> BI	0.603
HM <-> EE	0.506
HM <-> FC	0.097
HM <-> HA	0.788
PE <-> BI	0.623
PE <-> EE	0.845
PE <-> FC	0.113
PE <-> HA	0.523
PE <-> HM	0.483
PV <-> BI	0.741
PV <-> EE	0.878
PV <-> FC	0.232
PV <-> HA	0.810
PV <-> HM	0.708
PV <-> PE	0.839
SI <-> BI	0.397
SI <-> EE	0.493
SI <-> FC	0.177
SI <-> HA	0.565
SI <-> HM	0.550
SI <-> PE	0.363
SI <-> PV	0.700