

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN
PENGUNAAN *MOBILE WALLET* DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**YESI DILA SEPTIANI
NPM 1616051063**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGUNAAN *MOBILE WALLET* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Yesi Dila Septiani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile wallet* di Bandar Lampung dengan menggunakan pendekatan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* menggunakan instrumen kuesioner, terdiri dari 36 pertanyaan variabel penelitian serta 8 pertanyaan demografi dan diujikan pada 100 responden pengguna *mobile wallet* di Bandar Lampung menggunakan *purposive sampling*. Data kemudian dianalisis menggunakan *software* SmartPLS 3.2.9 secara *two tailed* sehingga hasil penelitian berupa hubungan antar variabel yang dibandingkan.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa persentase responden terbanyak berjenis kelamin perempuan, persentase terbesar usia responden berada pada rentang 21-25 tahun, mayoritas berprofesi sebagai wiraswasta, produk *mobile wallet* yang paling banyak digunakan adalah GoPay, dan lama pemakaian produk *mobile wallet* terbesar selama 6 bulan. Kemudian untuk faktor-faktor penerimaan dan penggunaan *mobile wallet* dalam penelitian ini, terdiri dari pengaruh sosial yang memengaruhi niat menggunakan sementara kebiasaan dan niat menjadi faktor yang memengaruhi perilaku menggunakan, dengan niat menggunakan sebesar 0,574 dan perilaku menggunakan sebesar 0,492.

Kata kunci: UTAUT 2, *Mobile Wallet*, SmartPLS 3, SEM-PLS

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING ACCEPTANCE AND USE OF MOBILE WALLETS IN BANDAR LAMPUNG

By

Yesi Dila Septiani

This study discusses about the factors that influence the acceptance and use of mobile wallets in Bandar Lampung using the modified The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model. Type this research is explanatory research using a questionnaire instrument, consisting of 36 research variable questions and 8 demographic questions and tested on 100 respondents mobile wallets user in Bandar Lampung with purposive sampling. The data were analyzed using the SmartPLS 3.2.9 software in a two-tailed with the results of the study were in the form of the relationship between the variables being compared.

Based on the result of the study, the result showed that the highest percentage is female, the largest percentage of respondents' age is in the range of 21-25 years, the largest is an entrepreneur, the most widely used mobile wallet product is GoPay, and the longest usage of mobile wallet products is 6 months. Then, the factors of acceptance and use of mobile wallets in this study consist of social influences that affect usage intentions, while habit and intention are factors of use behavior, with behavioral intention of 0,574 and use behavior of 0,492.

Keywords: UTAUT 2, Mobile Wallet, SmartPLS 3, SEM-PLS

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN
PENGUNAAN *MOBILE WALLET* DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

YESI DILA SEPTIANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN MOBILE
WALLET DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Yesi Dila Septiani**

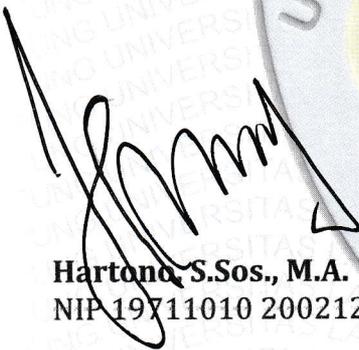
Nomor Pokok Mahasiswa : **1616051063**

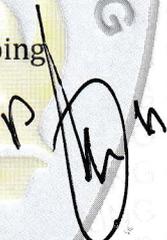
Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

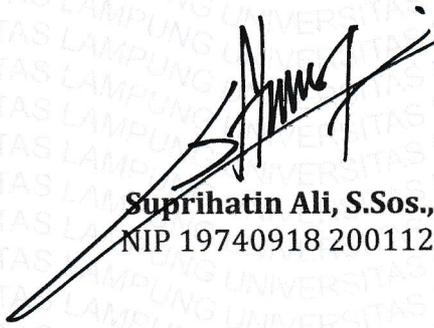


1. Komisi Pembimbing


Hartono, S.Sos., M.A.
NIP 19711010 200212 1 001


Diang Adistya, S.Kom., M.Si.
NIK 231704 870511 101

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis


Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Hartono, S.Sos., M.A.**

Sekretaris : **Diang Adistya, S.Kom., M.Si.**

Penguji : **Drs. Dian Komarsyah D, M.S.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **03 Juni 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 27 Mei 2022
Yang membuat pernyataan,



Yesi Dila Septiani
NPM 1616051063

RIWAYAT HIDUP



Yesi Dila Septiani lahir di Gunung Pasir Jaya pada 5 September 1998 dengan riwayat pendidikan, yaitu TK Dharma Wanita Purnama Tunggal (2003-2004), SD Negeri 1 Purnama Tunggal (2004-2010), SMP Negeri 1 Way Pengubuan (2010-2013), Jurusan Administrasi Perkantoran SMK Negeri 1 Terbanggi Besar (2013-2016), kemudian terdaftar sebagai mahasiswa S1 di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP) pada tahun 2016.

Selama menjadi mahasiswa, Penulis berkesempatan mendapatkan beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik (PPA) pada tahun 2017 dan 2018. Selain itu, Penulis juga aktif mengikuti berbagai organisasi kampus. Dimulai pada tahun 2017, penulis tercatat sebagai Anggota Bidang Kesekretariatan HMJ Ilmu Administrasi Bisnis dan Anggota Bidang Kajian Strategis (Kastrat) UKM-F Forum Studi Pengembangan Islam (FSPI). Dilanjutkan tahun 2018, Penulis menjadi Sekretaris Bidang Kajian Strategis (Kastrat) UKM-F Forum Studi Pengembangan Islam (FSPI). Hingga pada tahun 2019, Penulis diamanahkan menjadi Sekretaris Departemen Kajian Ilmiah Islam dan Keumatan (KIIK) UKM-U Bina Rohani Islam Mahasiswa (Birohmah).

Penulis juga menjalankan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 1 tahun 2019 di Desa Banjar Mulya, Kec. Baradatu, Kab. Way Kanan. Berlanjut pada bulan Juli-Agustus 2019, Penulis menjalankan program Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang.

MOTTO

... *faidza 'azamta fatawakkal 'alallah.*
... kemudian apabila kamu sudah membulatkan tekad, maka bertawakalah pada Allah.

(Q.S. Ali 'Imran : 159)

Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik.

(Ali bin Abi Thalib)

Ridha Allah ada pada ridha kedua orang tua dan kemurkaan Allah ada pada kemurkaan kedua orang tua.

(HR. Tirmidzi, Ibnu Hibban, Hakim)

Menuntut ilmu adalah taqwa, menyampaikan ilmu adalah ibadah, mengulang-ulang ilmu adalah dzikir, dan mencari ilmu adalah jihad.

(Abu Hamid Al-Ghazali)

Don't stop learning, because life doesn't stop teaching.

(Anonymous)

Jika setiap perilaku kebaikan perlu pemicu, maka '*selagi mampu berbuat baik*' adalah *trigger* paling filosofis.

(Ichisama)

PERSEMBAHAN

Beriringan dengan rasa suka cita dan syukur atas segala nikmat serta karunia yang diberikan, karya tulis ini kupersembahkan kepada :

Dzat yang Memberikanku Kehidupan

Allah subhanallahu wa ta'ala

Sebaik-baiknya Pemberi Teladan dan Syafaat

Nabi Muhammad salallahu'alaihi wa salam

Kedua Orang Tua yang Paling Berharga

Lasiman dan Pariyem

Almamater yang Kubanggakan

Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Selawat beserta salam juga senantiasa Penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai sebaik-baiknya suri teladan dalam kehidupan yang dinantikan syafaatnya kelak.

Skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan *Mobile Wallet* di Bandar Lampung”** ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang Penulis dapatkan selama proses penyelesaiannya. Sehingga, dengan takzim Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku yang paling berharga, Bapak dan Mamak yang selalu menjadi rumahku di dunia untuk pulang. Terima kasih tiada kira karena selama ini telah merawat dan menjagaku dengan tulus, selalu berkorban tanpa pamrih, senantiasa memberikanku kasih sayang tanpa batas, senantiasa mengiringi langkah-langkahku dengan doa kebajikan, serta mendukung setiap keputusanku. Masih teringat jelas nasihat yang kalian berikan kala itu, bahwa kelak anak-anaknya harus punya pendidikan yang lebih tinggi dari kedua orang tuanya. Sampai kemudian hari, harapan itu dijawab oleh Allah SWT dengan diterimanya putri sulung kalian ini di perguruan tinggi negeri favorit di Provinsi Lampung. Berkat doa Bapak dan Mamak, alhamdulillah ... putri sulung kalian ini akhirnya bisa menyelesaikan pendidikannya di perguruan

tinggi dan mendapat gelar sarjana. Semoga Allah menghimpun kita menjadi keluarga lagi di janah-Nya nanti. Aamiin.

2. Kedua adikku tersayang, Vira dan Hafiz. Walau kadang kalian sedikit menyebalkan karena sering berisik dan bertengkar, sebagai seorang kakak ... aku sangat menyayangi kalian. Keributan yang sering kalian buat, membuat ketakutan tentang masa depan yang kadang hinggap, perlahan memudar. Semoga langkah awalku yang kuliah ini, bisa menjadi pembuka jalan yang baik untuk kalian, sehingga nanti kalian lebih berhasil dan sukses dunia akhirat. Aamiin.
3. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si., selaku Rektor Universitas Lampung.
4. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Roby Cahyadi K, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
9. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
10. Bapak Hartono, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan kemudahan selama proses pengerjaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan hati yang Bapak berikan dengan hal yang lebih baik lagi. Aamiin.
11. Bapak Diang Adistya, S.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang dengan telaten membimbing Penulis untuk mengentaskan

pendidikan serta skripsinya. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan dan keberkahan untuk keluarga Bapak. Aamiin.

12. Bapak Drs. Dian Komarsyah D, M.S., selaku Dosen Penguji Utama yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan selama proses penyelesaian skripsi, serta motivasi-motivasi untuk memicu Penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Semoga Bapak senantiasa diberi kesehatan, keberkahan, dan perlindungan oleh Allah SWT. Aamiin.
13. Seluruh Staf Tata Usaha Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya Ibu Mertayana dan Bang Reza yang telah banyak membantu dalam mengurus prosedur administrasi akademik di jurusan.
14. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta *insight* sehingga bisa menjadi bekal bagi Penulis untuk menyelami dunia pasca kuliah nanti.
15. Khusnul Muslimah, Anggi Septiani, Puspita Cahyaningsih, Septi Haryati, dan Ulfa Nurjanah, yang sudah menjadi teman duduk dan mengerjakan tugas kuliah selama aktif menjadi mahasiswa. Jalan kita sekarang berbeda-beda, tetapi semoga itu yang terbaik dan yang paling baik dari Allah SWT.
16. Tumara Tiarantika dan R. Nilamsari, *bestie* di kampus. Teruntuk Tumara yang suaranya cukup menggelegar dan hobi nge-PUBG, terima kasih karena sudah memberikan dorongan untuk menyelesaikan studi dan bantuannya berupa tempat tinggal selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga lekas mendapat pekerjaan yang diinginkan, sukses selalu, *and see you on top*. Teruntuk Nilam, terima kasih karena sudah menjadi teman jalan selama kos. Ayo, lekas diantaskan skripsinya! Semoga dimudahkan dan lekas menyusul dalam mendapatkan gelar S.A.B. Aamiin.
17. Pimpinan Forum Studi Pengembangan Islam (FSPI) FISIP Kabinet C.I.A (*Creative, Intellectual, Active*) tahun 2017: Irfan Fauzi R, Arsyad Ardiansyah, Hikmawan Saputra, Ichwan Nurutdin M, David Bahar D, Imam Badruzzaman, Erik Lionar, Romi Romandonsyah P, Alip Akbar, M. Dedy Setiawan, Sofyan, Syafe'i, Marisa Tri J, Sinta Gusti, Fitria, Eva Fitriasari, Tira Pitri Y, Halfa Nur F, Tumara Tiarantika, Erika Widya N, Jenny Ayu M, Wice Yolanda, Devina Aprilia, Okta Vianti, Nabillah Audia, dan Nur Ina S,

yang telah memberi begitu banyak pembelajaran, pengalaman, dan kenangan berharga dalam setiap proses pendewasaan. Meski di awal sempat bergejolak, tetapi semuanya bisa terlewati bersama-sama. Bukankah angin itu berembus untuk menguji kekuatan akarnya? Maka begitulah selama di pengurusan ini semuanya terjadi dan berjalan. Terima kasih karena sudah saling mendukung dan yang tetap bertahan sampai amanah selesai. Semoga Allah SWT mempermudah urusan kita semua. Aamiin.

18. Staf Kajian Strategis (Kastrat) FSPI Kabinet C.I.A tahun 2017: Annisa Rahayu N, Aniswati Melindafia, Elva Ranti A, Fenny Febrianti, Nabella, Handrian, Muhtar Natsir, Adi Saputra, dan Danu Dijaya. Terima kasih karena sudah menjadi bagian dari pengurusan FSPI tahun 2017, khususnya Annisa, Anis, dan Elva yang menjadi staf akhwat teraktif serta teman pulang-pergi kampus atau kajian.
19. Pimpinan Bina Rohani Islam Mahasiswa (Birohmah) Universitas Lampung kabinet Mahakarya tahun 2019: Pujo Prastiyo, Dial Saks Robin, Ikhwanul Hakim, Hikmawan Saputra, Nabilsyah Muhammad, Azhari Gunawan, M. Adrian Al-Fajri, M. Razif Rizqullah, M. Agosto Reformansyah, Finka Adiwisastra, Burhanudin, Akbar Setia G, Izuddin Gustoro, Anisah Qulub, Fathimah Khoirunnida, Yeyen Kurniawati, Lusy Kurniawati, Nur Shabrina, N.A. Balqis I, Sri Astuti, Novika Justicia, Sinta Bimantari, Marisa Tri J, Wilda Aini S.K. Terima kasih banyak untuk solidaritas dan suasana kekeluargaan yang terjalin selama ini, bahkan setelah kepengurusan selesai. Kalian semua adalah orang-orang hebat nan baik yang bisa menginspirasi banyak orang. Ujian yang datang juga semakin mengeratkan ukhuwah di dalamnya. Mohon maaf jika belum bisa menjadi dan memberikan yang terbaik selama menjadi pimpinan di Mahakarya. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dan memudahkan segala urusan yang dihadapi. Aamiin.
20. Anggota Departemen Kajian Ilmiah Islam dan Keumatan (KIIK) Birohmah tahun 2019: Norhayani Pratiwi, Tri Okta Viani, Tania Rachmaini, Devi Fitriyani, Rani Rahayu, Nafila Khansa, Muflihah Fitriyani, Desi Rahma U, Eimirilleikbeiraney, Izzah Syamilah, Irma Yulia, Daru Dwi P, Angga Ramadhan, Rizki Nursahanda, Khoirul Fadhilah. Terima kasih banyak sudah

men-*support* Departemen KIIK selama masa kepengurusan. Tanpa adanya kalian, Departemen KIIK mungkin tidak akan berjalan dengan utuh. Layaknya anggota tubuh, yang setiap bagiannya saling melengkapi untuk menghasilkan gerakan yang harmonis. Maka seperti itu juga peran kalian di dalam departemen KIIK khususnya dan Birohmah umumnya.

21. Teman-teman KKN di Desa Banjar Mulya, Kec. Baradatu, Kab. Way Kanan periode 1 tahun 2019: Bang Arif Zulkarnaim, M. Arif Muslimin, Bagaskara Probo A, Yohana Sutrisno, Kurnia Cahyani D, dan Afriyani Susanti. Terima kasih untuk 40 hari yang sangat membekas, melewati suka-duka hidup di desa orang demi menjalankan program KKN yang sudah dibuat.
22. Warga Desa Banjar Mulya yang sudah sangat *welcome* dengan kelompok KKN kami, khususnya Bang Arga sekeluarga yang sudah sangat baik memberikan *support* moriel dan materiel selama menjalankan program KKN di sana. Juga adik-adik SD Negeri 1 Banjar Mulya, yang begitu bersemangat belajarnya. Semoga kalian nanti jadi orang besar yang bisa membanggakan keluarga dan desa. Aamiin.
23. Teman-teman PKL di PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang: Annisa Adelya dan Amalia Oktarena. Walaupun keputusan untuk PKL di Pusri Palembang cukup mendadak buatku, tetapi semuanya berjalan dengan lancar. Momen itu adalah pertama kalinya aku keluar Lampung, jadi aku menikmati setiap proses dan progresnya. Meskipun banyak cobaan yang datang selama menjalani masa-masa PKL, entah yang Ocha kehilangan dompetnya, atau aku yang laptop rusak, atau kami yang cemas karena sewaktu Idul Adha warung pada tutup. Alhamdulillah, semua itu terlewati juga. Ibu kos super baik karena berbagi lontong opor di hari raya itu. Juga kiriman rantang dari Adel yang sangat menolong. Terima kasih banyak sama Adel yang sudah berbaik hati mengajakku PKL di Pusri, juga Ocha yang sudah betah jadi *roommate* selama 1 bulan di Palembang.
24. *Superintendent* dan seluruh Staf Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang, khususnya Kak Wildan Muttaqin yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing selama masa PKL. Kakak orang

yang baik dan lembut, semoga semua kebaikan Kakak diganjar dengan kebaikan lainnya. Aamiin.

25. Teman-teman PKL lintas universitas di Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja (Pusri) Palembang. Politeknik Negeri Sriwijaya (Polsri): Verina, Sarah, Rifky, Rizky, Dewi Ayu, Cicing. UIN Raden Fattah: Dwi Maharani, Belia. Serta Mbak Annisa Dwi M, dari Unila jurusan Agribisnis yang nggak sengaja ketemu. Terima kasih untuk kebersamaannya selama menjalani PKL di Departemen Humas.
26. Penghuni Asrama Putri Sofi: Okta, Vivi, Winda, Siti, dan Marisa. Okta Vianti, di balik karaktermu yang sensitif dan *introvert* itu, aku paham kalau kamu tipikal orang yang penyayang. Selama di pengurusan FSPI, mungkin cuma tau sekadarnya karena sama-sama pengurus. Atau karena satu *murabi*, jadi kenal lebih awal walaupun nggak dekat. Barulah di penghujung ini, jadi semakin kenal karena tinggal 1 kosan dan juga sering *sharing* banyak hal. Kamu itu orang yang baik—dengan cara kamu sendiri. Semoga Allah SWT memudahkan urusanmu dan dipertemukan sandaran seperti yang kamu impikan sesuai target. Aamiin. Lalu, Vivi, si juru masak yang bisa diandalkan. Karaktermu itu ceria dan mudah bergaul, jadi aku juga gampang pendekatannya. Sering jadi teman diskusi soal drakor ataupun OST-nya yang memang bagus. Semoga mimpi-mimpi besarmu bisa terwujud. Amin. Winda dan Siti, kalian yang semangat mengentaskan pendidikan sarjananya. Semoga dimudahkan dan diberi kelancaran. Aamiin. Terakhir Marisa. Karaktermu lembut, tetapi kadang keras kepala. Tetap semangat menyelesaikan skripsi! Ayo, kamu pasti bisa kok dan ... jangan terlalu idealisme, karena sekarang bukan waktu yang tepat. Sudah ada di ambang limit, jadi semoga bisa lebih progresif dalam pengerjaan skripsinya. *Skip* hal yang sekiranya kurang penting dan fokus.
27. Pejuang akhir S.A.B: Jenny Ayu M, Amalia Oktarena, Lulu Amelia. Satu kalimat pengantar untuk kalian. *Don't give up!* Yakinkan sama diri sendiri kalau kalian bisa menyelesaikan skripsi ini. Jangan ragu untuk *speak up* atau bertanya kalau ada yang dibingungkan atau menyulitkan. Segala kerumitan

akan selesai jika ada keterbukaan. Aku yakin kalian bisa melewati ini. Jadi, tetap semangat!

28. Kak Della Octa, yang sudah mengenalkanku pada dunia editor. Perkenalan yang nggak sengaja sewaktu awal melamar pekerjaan dan itu memberikan *insight* baru buatku untuk terus belajar tentang kepenulisan, bahkan Kak Della juga membantu mencarikan penerbitan yang membutuhkan editor. Alhasil, sekarang bisa jadi *editor freelance* di dua penerbit. Terima kasih banyak, Kak Della. Semoga selalu dimudahkan urusannya, diberi kesehatan, dan karir yang bagus. Aamiin.
29. Kak Astrid Citralokam dan Kak Adi Marwata, selaku direktur dan wakil direktur CV Lentera Pratama Grup yang sudah memberikan panggung utukku sebagai seorang editor pemula. Terima kasih banyak atas kesempatannya untuk menjadi bagian dari penerbitan ini. Sukses selalu dan semoga Lumiere serta Liora bisa dikenal lebih luas lagi dengan penulis-penulis bertalenta yang tergabung di dalamnya.
30. Kak Ratna Priyanti selaku *owner* dari CV Takis Rapansha Media, yang menjadi penerbit kedua tempatku bekerja sebagai seorang editor. Pernah gagal sewaktu mendaftar posisi serupa, tetapi akhirnya diberi kesempatan untuk bergabung. Sekali lagi terima kasih, Kak Ratna. Semoga Takis and Youth bisa semakin berkembang dan jadi penerbit besar.
31. Kak Windy Irianti selaku pengagas komunitas menulis *Spiritual Writing Project (SWP)* yang sudah mengizinkanku menjadi bagian keluarga SWP dan menuangkan buah pikirannya. Juga pada teman-teman SWP Generasi ke-4, Kak Latifah, Kiky, dan Hani yang bertahan untuk menyelesaikan *project* menulisnya selama hampir empat bulan. Semoga SWP semakin dikenal dan banyak yang tertarik untuk bergabung.

Bandar Lampung, 16 Juni 2022
Penulis

Yesi Dila Septiani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR RUMUS	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.1.1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.2. <i>The Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2</i> (UTAUT2).....	10
2.2.1. Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	12
2.2.2. Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	14
2.2.3. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	15
2.2.4. Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)	16
2.2.5. Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	17
2.2.6. Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	18
2.2.7. Kebiasaan (<i>Habit</i>)	19
2.2.8. Niat Menggunakan (<i>Behavioral Intention</i>)	20
2.2.9. Perilaku Menggunakan (<i>Use Behavior</i>)	21
2.4. Penelitian Terdahulu	22
2.5. Hubungan Antar Variabel	27
2.6. Kerangka Pemikiran	29
2.7. Hipotesis	30
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Populasi Penelitian	32
3.3. Sampel Penelitian	33
3.4. Definisi Konseptual	34
3.5. Definisi Operasional	36
3.6. Sumber Data	39

3.7. Teknik Pengumpulan Data	40
3.8. Skala Pengukuran	41
3.9. Teknik Pengolahan Data	41
3.10. Teknik Analisis Data	42
3.10.1. Statistik Deskriptif	43
3.10.2. Statistik Inferensial	44

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum	49
4.2. Karakteristik Responden	50
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3. Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	52
4.2.4. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
4.2.5. Responden Berdasarkan <i>Mobile Wallet</i> yang Digunakan	54
4.2.6. Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	55
4.2.7. Responden Berdasarkan Jumlah Pengisian Saldo Setiap Bulan ..	56
4.2.8. Responden Berdasarkan Transaksi <i>Mobile Wallet</i> yang Paling Sering	57
4.3. Distribusi Jawaban Responden	58
4.3.1. Ekspektasi Kinerja (EK)	58
4.3.2. Ekspektasi Usaha (EU)	61
4.3.3. Pengaruh Sosial (PS)	64
4.3.4. Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	68
4.3.5. Motivasi Hedonis (MH)	71
4.3.6. Nilai Harga (NH)	73
4.3.7. Kebiasaan (K)	75
4.3.8. Niat Menggunakan (NM)	78
4.3.9. Perilaku Menggunakan (PM)	81
4.4. Hasil dan Analisis	84
4.4.1. Skema Model SEM-PLS	84
4.4.2. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	85
4.4.3. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	92
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	103
4.5.1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja (EK) terhadap Niat Menggunakan (NM)	103
4.5.2. Pengaruh Ekspektasi Usaha (EU) terhadap Niat Menggunakan (NM)	104
4.5.3. Pengaruh dari Pengaruh Sosial (PS) terhadap Niat Menggunakan (NM)	105
4.5.4. Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (KM) terhadap Niat Menggunakan (NM)	107
4.5.5. Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (KM) terhadap Perilaku Menggunakan (PM)	108
4.5.6. Pengaruh Motivasi Hedonis (MH) terhadap Niat Menggunakan (NM)	109
4.5.7. Pengaruh Nilai Harga (NH) terhadap Niat Menggunakan (NM) ..	110
4.5.8. Pengaruh Kebiasaan (K) terhadap Niat Menggunakan (NM)	112

4.5.9. Pengaruh Kebiasaan (K) terhadap Perilaku Menggunakan (PM)	113
4.5.10. Pengaruh Niat Menggunakan (NM) terhadap Perilaku Menggunakan (PM)	114

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	116
5.2. Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Perbedaan E-money dengan <i>Mobile Wallet</i> (E-Wallet)	3
1.2. Peringkat <i>Mobile Wallet</i> di Indonesia Kuartal 2 2020	4
2.1. Teori-teori yang Mendasari UTAUT	11
2.2. Penelitian Terdahulu	22
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2. Skala Pengukuran Likert.....	41
4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2. Responden Berdasarkan Usia	51
4.3. Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	52
4.4. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
4.5. Responden Berdasarkan <i>Mobile Wallet</i> yang Digunakan	54
4.6. Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	55
4.7. Responden Berdasarkan Jumlah Pengisian Saldo Setiap Bulan	56
4.8. Responden Berdasarkan Transaksi <i>Mobile Wallet</i> yang Paling Sering	57
4.9. Distribusi Jawaban Responden EK1	58
4.10. Distribusi Jawaban Responden EK2	59
4.11. Distribusi Jawaban Responden EK3	59
4.12. Distribusi Jawaban Responden EK4	60
4.13. Distribusi Jawaban Responden EK5	61
4.14. Distribusi Jawaban Responden EU1	62
4.15. Distribusi Jawaban Responden EU2	62
4.16. Distribusi Jawaban Responden EU3	63
4.17. Distribusi Jawaban Responden EU4	64
4.18. Distribusi Jawaban Responden PS1	65
4.19. Distribusi Jawaban Responden PS2	65
4.20. Distribusi Jawaban Responden PS3	66
4.21. Distribusi Jawaban Responden PS4	67
4.22. Distribusi Jawaban Responden KM1	68
4.23. Distribusi Jawaban Responden KM2	69
4.24. Distribusi Jawaban Responden KM3	69
4.25. Distribusi Jawaban Responden KM4	70
4.26. Distribusi Jawaban Responden MH1	71
4.27. Distribusi Jawaban Responden MH2	72

4.28. Distribusi Jawaban Responden MH3	72
4.29. Distribusi Jawaban Responden NH1	73
4.30. Distribusi Jawaban Responden NH2	74
4.31. Distribusi Jawaban Responden NH3	74
4.32. Distribusi Jawaban Responden K1	75
4.33. Distribusi Jawaban Responden K2	76
4.34. Distribusi Jawaban Responden K3	76
4.35. Distribusi Jawaban Responden K4	77
4.36. Distribusi Jawaban Responden NM1	78
4.37. Distribusi Jawaban Responden NM2	79
4.38. Distribusi Jawaban Responden NM3	79
4.39. Distribusi Jawaban Responden NM4	80
4.40. Distribusi Jawaban Responden NM5	81
4.41. Distribusi Jawaban Responden PM1	81
4.42. Distribusi Jawaban Responden PM2	82
4.43. Distribusi Jawaban Responden PM3	83
4.44. Distribusi Jawaban Responden PM 4	83
4.45. <i>Outer Loadings</i>	87
4.46. <i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i>	88
4.47. <i>Output Cross Loadings</i>	89
4.48. <i>Output Composite Reliability</i>	90
4.49. <i>Output Variance Inflation Factors (VIF)</i>	91
4.50. <i>Output R Square</i>	93
4.51. <i>Output Model FIT</i>	94
4.52. <i>Output Dirrect Effects</i>	95
4.53. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh EK terhadap NM	96
4.54. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh EU terhadap NM	97
4.55. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh PS terhadap NM	97
4.56. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh KM terhadap NM	98
4.57. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh KM terhadap PM	99
4.58. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh MH terhadap NM	99
4.59. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh NH terhadap NM	100
4.60. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh K terhadap NM	101
4.61. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh K terhadap PM	101
4.62. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh NM terhadap PM	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016-2018 (Dalam Juta) ...	2
1.2. Jumlah Transaksi Uang Elektronik dan Dompot Digital	5
2.1. Model UTAUT2	11
2.2. Kerangka Pemikiran	29
4.1. Penyebaran <i>Mobile Wallet</i> di Indonesia	49
4.2. Perancangan <i>Inner Model</i>	84
4.3. Perancangan <i>Outer Model</i>	85
4.4. <i>Output Outer Model</i>	86
4.5. <i>Output Inner Model</i>	92

DAFTAR RUMUS

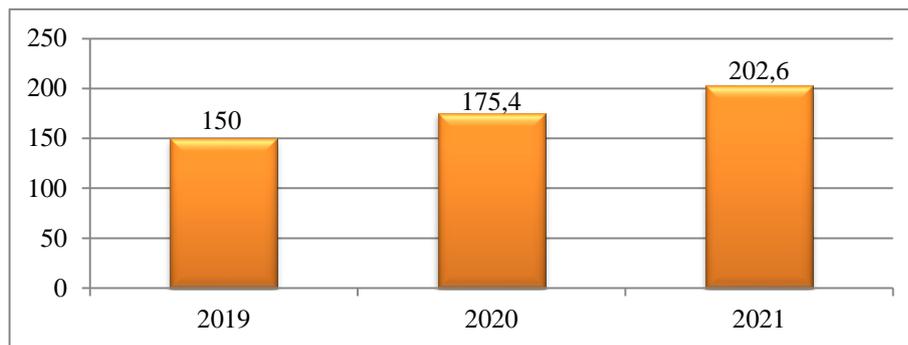
Rumus	Halaman
3.1. Lemeshow	33
3.2. <i>Outer Model</i>	44
3.3. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	46
3.4. <i>Inner Model</i>	47
4.1. <i>Degrees of Freedom</i>	95

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu sehingga mengakibatkan batas-batas antar wilayah tidak lagi tampak. Saat ini konsumen sendiri telah menjadi bagian penting dari produksi di era digital. Selain itu, penggunaan teknologi informasi juga dapat memengaruhi konsumen dalam berperilaku. Kebutuhan konsumen yang semakin kompleks membuat konsumen menjadi semakin aktif dan cerdas dalam memilih produk dan layanan digital sesuai dengan keinginannya (Febriani & Dewi, 2019:3). Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami perubahan-perubahan yang terjadi untuk dapat mempertahankan eksistensi produk maupun perusahaannya sendiri.

Salah satu teknologi yang banyak digunakan untuk mengakses informasi seperti saat ini adalah *smartphone*. We Are Social (2021) menunjukkan bahwa hingga Januari 2021 pengguna *mobile* di Indonesia telah mencapai 345,3 juta jiwa (125,6%) dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 274,9 juta jiwa dengan persentase pengguna *smartphone* sebesar 98,2 %, 74,7% laptop, dan 18,5% tablet. Hal ini menunjukkan bahwa peredaran ponsel pintar (*smartphone* dan tablet) di Indonesia lebih banyak dari jumlah penduduknya. *Smartphone* menjadi perantara yang paling banyak digunakan untuk terhubung dengan internet, dikarenakan lebih mudah dalam penggunaannya. Selain itu, pengguna internet di Indonesia juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.1.



Sumber: *wearesocial (Data Diolah 2022)*

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Tahun 2019-2021 (Dalam Juta)

Gambar 1.1 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 150 juta orang, lalu pada tahun 2020 terjadi peningkatan sehingga bertambah menjadi 175,4 juta orang, dan terakhir pada tahun 2021 pengguna internet masih mengalami peningkatan sehingga bertambah menjadi 202,6 juta orang. Menurut We Are Social (2021), sebesar 96,4 % pengguna *smartphone* di Indonesia telah terhubung dengan internet setiap harinya. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki potensi yang cukup tinggi terhadap penggunaan internet dalam aktivitas sehari-hari.

Kondisi demikian yang kemudian memunculkan berbagai layanan yang dapat diakses melalui *smartphone*, salah satunya adalah pembayaran berbasis elektronik. Adapun yang dimaksud dengan pembayaran elektronik (*e-payment*) adalah sistem pembayaran yang menggunakan media internet sebagai komunikasi (Mulyana & Wijaya, 2018:64). Saat ini, *e-payment* sudah berkembang dan semakin lazim dipakai oleh masyarakat Indonesia. Pernyataan ini didukung oleh pencanangan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan yang dikutip dari situs Bank Indonesia (2014) yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis, dan juga lembaga-lembaga pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan yang tentunya lebih mudah, aman, dan efisien.

Produk *e-payment* terdiri dari *e-money* dan *e-wallet*. *Mobile wallet* ataupun *e-wallet* didefinisikan sebagai mata uang digital, di mana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (non tunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Megadewandanu, *et al.* 2016:11). Sedangkan menurut situs Bank Indonesia (2013), *e-money* sendiri diartikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik di mana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Meskipun demikian, *mobile wallet* kerap kali disamakan pengertiannya dengan *e-money*, padahal keduanya memiliki perbedaan. Adapun untuk perbedaan antara *e-money* dengan *mobile wallet* (*e-wallet*) dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perbedaan *E-Money* dengan *Mobile Wallet (E-Wallet)*

No	Perbedaan	<i>E-Money</i>	<i>Mobile Wallet (E-Wallet)</i>
1.	Bentuk	Berupa <i>chip (chip based)</i> yang ditanam pada kartu atau media lain	Berupa <i>server (server based)</i> sehingga harus terkoneksi dengan server penerbit dahulu.
2	Jangkauan penggunaan	<i>E-Money</i> biasanya berbentuk kartu, digunakan untuk membayar jalan tol, membayar tiket transportasi publik, pembelian di gerai ritel, dan pembayaran tiket tempat wisata.	Lebih digunakan untuk berbelanja <i>online</i> ataupun <i>offline</i> , membayar token listrik, tagihan BPJS, tagihan TV kabel, dan lain sebagainya.
3	Jumlah saldo	<i>E-Money</i> hanya dapat mengisi saldo maksimal sebesar Rp. 1.000.000,- saja.	<i>Mobile wallet (E-Wallet)</i> bisa mengisi saldo maksimal sebesar Rp. 10.000.000,-
4	Fitur keamanan	<i>E-Money</i> tidak memiliki fitur keamanan, sehingga bisa dengan mudah digunakan oleh orang lain.	<i>Mobile wallet (E-Wallet)</i> memiliki fitur keamanan berupa aktivasi nomor ponsel pengguna serta pin.

Sumber: PT Bank Danamon Indonesia Tbk. (2020)

Berdasarkan tabel 1.1, dengan ini dapat diartikan bahwa perbedaan *e-money* dan *e-wallet* terletak pada bentuk, jangkauan pengguna, jumlah saldo, dan juga fitur keamanan. Selama perkembangannya, *e-money* memang sudah dikenal terlebih dahulu daripada *e-wallet*. Meskipun demikian, kini Indonesia telah memiliki beberapa produk *mobile wallet* yang terus bersaing dan berkembang menyesuaikan kebutuhan penggunanya. Adapun produk-produk *mobile wallet* terbesar yang mendominasi pasar masyarakat Indonesia saat ini, telah dirangkum pada tabel 1.2.

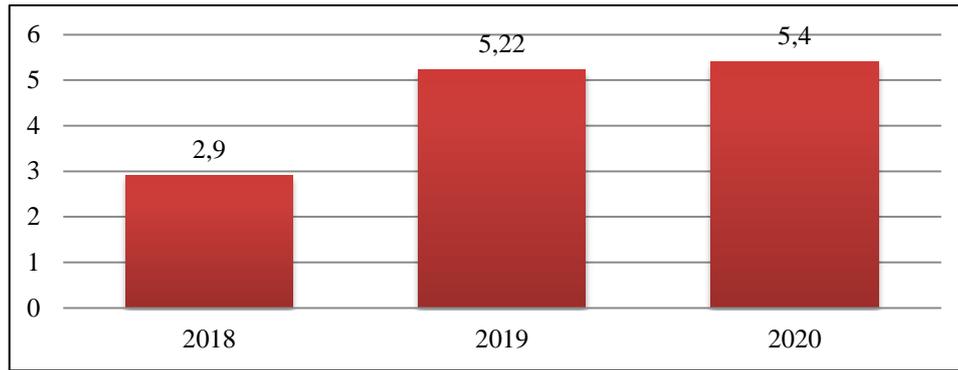
Tabel 1.2. Peringkat *Mobile Wallet* di Indonesia Kuartal 2 2020

Peringkat	<i>Mobile Wallet</i>
1	GoPay (Gojek)
2	OVO
3	DANA
4	LinkAja
5	Go Mobile by CIMB
6	i.Saku
7	JakOne Mobile - Bank DKI
8	DOKU
9	Sakuku
10	Paytren

Sumber: Devita (2020)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 10 *mobile wallet* terbesar yang masih terus bersaing. Gojek dengan layanan Gopay menempati posisi pertama sebagai aplikasi dengan pengguna aktif bulanan terbesar, kemudian Ovo menempati posisi kedua, lalu diikuti dengan Dana, LinkAja, Go Mobile By CIMB, i.Saku, JakOne Mobile - Bank DKI, DOKU, dan Paytren.

Kemudian, tahun 2020 terjadi pembatasan sosial berskala besar (PSBB) sebagai upaya pencegahan penyebarluasan Covid-19. Hal ini juga berdampak pada peningkatan penggunaan transaksi non tunai, salah satunya adalah penggunaan *mobile wallet* sendiri. Dilansir dari Portal Informasi Indonesia (2020) bahwa di tengah pandemi dan anjuran penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), peran dompet digital sangat terasa manfaatnya. Adapun menurut Ulya (2020), peningkatan terbesar terjadi pada kebutuhan primer, seperti makanan, keperluan sekolah, dan alat kesehatan. Demikian, dapat dikatakan bahwa adanya pandemi membuat penggunaan *mobile wallet* terus mengalami peningkatan, seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.2.



Sumber: Portal Informasi Indonesia (Data diolah 2020)

Gambar 1.2. Jumlah Transaksi Uang Elektronik dan Dompot Digital

Berdasarkan gambar 1.2, dapat dipahami bahwa dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, jumlah transaksi elektronik, terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018, jumlah transaksi sebesar 2,9 miliar dengan nilai tidak kurang dari Rp47,18 triliun. Sedangkan di tahun 2019, transaksi meningkat menjadi 5,22 miliar transaksi dengan nilai yang menyentuh kisaran Rp145,16 triliun. Terakhir, tahun 2020 diperkirakan transaksi elektronik akan mencapai 5,4 miliar dengan nilai mencapai Rp180 triliun. Melihat sepanjang Januari 2020, pembayaran digital telah mencapai lebih dari Rp457 juta dengan nilai yang mencapai Rp15,87 triliun.

Sementara itu, di Lampung sendiri penggunaan *mobile wallet* masih terus digencarkan. Menjelang akhir tahun 2019 SPBU Pertamina mulai menerapkan pembayaran nontunai melalui LinkAja, salah satu produk *mobile wallet* sekaligus *platform* nasional *e-payment* milik BUMN. Selain untuk pembelian BBM, Pertamina juga memfasilitasi pembelian gas dan *Bright Gas* menggunakan LinkAja yang terdapat dalam aplikasi MyPertamina (Gayati, 2019). Pembelian bisa dilakukan di SPBU Pertamina yang telah menyediakan fasilitas ini. Lampung sendiri memiliki sekitar 140 SPBU Pertamina yang sudah bisa menggunakan pembayaran *cashless* (Tobing, 2020). Terlebih di tengah pandemi seperti saat ini, metode pembayaran nontunai dirasa lebih aman daripada membayar menggunakan uang kertas karena bisa mengurangi kontak fisik.

Selain dalam fasilitas BBM, pusat perbelanjaan dan juga tempat nongkrong di Lampung telah mendukung pembayaran nontunai menggunakan aplikasi *mobile wallet* lainnya. Gojek (2019) mengungkapkan beberapa tempat di Bandar Lampung telah mendukung pembayaran menggunakan *mobile wallet* GoPay. Seperti Mal Boemi Kedaton (MBK), Oops Pujasera, Lotus Food Hall, Pahoman, dan Lampung Walk. Demikian, dapat diartikan bahwa pembayaran nontunai menggunakan *mobile wallet* mulai diterima masyarakat Lampung, khususnya Kota Bandar Lampung sebagai metropolis. Meskipun demikian, transformasi digital seperti penggunaan *mobile wallet* di Bandar Lampung belum sepenuhnya diterapkan. Fenomena tersebut dapat dijumpai pada sektor usaha kecil atau pedagang yang belum besar, ditambah pada transaksi langsung masih lebih banyak konsumen yang membayar dengan uang tunai dibanding melalui transaksi digital (Widi, 2021).

Melihat kondisi yang demikian, memahami perilaku konsumen terkait penggunaan teknologi menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Beberapa ahli telah merumuskan berbagai model untuk dapat memahami perilaku konsumen dalam menggunakan suatu teknologi, salah satunya adalah *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) oleh Venkatesh *et al.* (2012). Adapun faktor-faktor yang terdapat dalam model UTAUT2 terdiri dari 7 variabel eksogen (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan) dan 2 variabel endogen (niat menggunakan dan perilaku menggunakan).

Sehubungan dengan penggunaan *mobile wallet* yang belum sepenuhnya diterapkan di Bandar Lampung, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor yang dapat memicu penerimaan dan penggunaan *mobile wallet* tanpa memandang produk *mobile wallet* yang digunakan. Penelitian ini lebih difokuskan pada pengguna *mobile wallet* secara umum dengan menggunakan model UTAUT2 yang dimodifikasi. Alhasil, peneliti pun memberi judul penelitian ini dengan **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan *Mobile Wallet* di Bandar Lampung.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“apa saja faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile wallet* di Bandar Lampung?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile wallet* di Bandar Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah khazanah keilmuan bidang teknologi informasi dalam bisnis, serta dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi, masukan, bahan evaluasi, serta pertimbangan bagi perusahaan terkait sehingga dapat terus menginovasi dan memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna *mobile wallet*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumen

Setiadi (2019:2) perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Sedangkan menurut Firmansyah (2018:3), perilaku konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan produk, jasa, serta gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen.

Berkaitan dengan hal ini, Kotler & Amstrong (2018:158) juga mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian individu konsumen akhir, dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sehingga dengan demikian, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai studi mengenai individu, kelompok, atau pun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, atau menghentikan pemakaian suatu produk, jasa, layanan, mau pun pengalaman guna memuaskan atau memenuhi kebutuhan mereka.

2.1.1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Terjadinya sebuah perilaku tentu tidak terlepas dari faktor-faktor yang mendasarinya. Oleh karena itu, Kotler & Amstrong (2018:159-173) menjabarkan beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen seperti *cultural*, *social*, *personal*, dan *psychological*.

2.1.1.1. Cultural Factor (Faktor Budaya)

a. Culture (Budaya)

Kelas budaya, sub budaya, dan sosial sangat memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Budaya adalah penyebab mendasar keinginan dan perilaku seseorang. Setiap budaya terdiri dari beberapa sub budaya (*subculture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka.

b. Subculture (Sub-budaya)

Sekelompok orang yang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum. Setiap budaya mengandung subkultur yang lebih kecil, atau sekelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum. Subkultur termasuk kebangsaan, agama, kelompok rasial, dan wilayah geografis. Banyak subkultur membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan.

c. Social Classes (Kelas Sosial)

Pembagian yang relatif permanen dan teratur dalam masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Sementara dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas yang berbeda dibesarkan untuk peran tertentu dan tidak dapat mengubah.

2.1.1.2. Social Factor (Faktor Sosial)

a. Reference Group (Kelompok Referensi)

Kelompok referensi seseorang adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

b. Family (Keluarga)

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu: keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua dan saudara kandung, keluarga prokreasi (*family of procreation*) yaitu pasangan dan anak-anak.

c. Rules and Status (Peran Sosial dan Status)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, keluarga, klub, dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dalam membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok di mana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status.

2.1.1.3. Personal Factor (Faktor Pribadi)

Faktor pribadi meliputi usia, dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

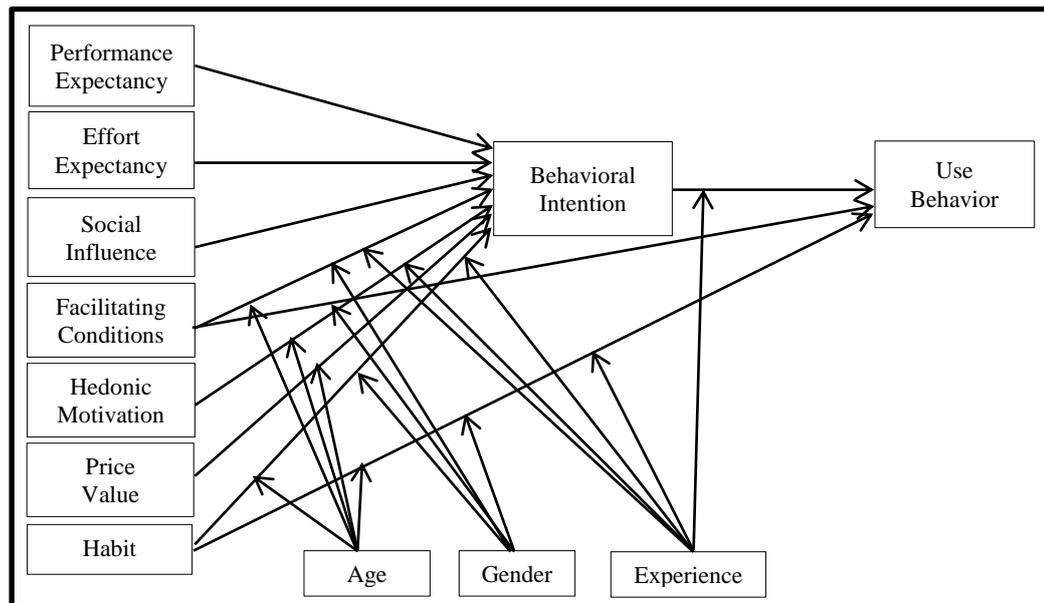
2.1.1.4. Psychological Factor (Faktor Psikologi)

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan perilaku.

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

Model UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT sebelumnya. UTAUT2 lebih ditujukan untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012:158). Tujuan dikembangkannya model UTAUT2 adalah untuk mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi, baik untuk umum maupun konsumen, mengubah beberapa hubungan yang sudah ada pada model UTAUT, serta mengenalkan hubungan yang baru (Venkatesh *et al.*, 2012:158).

Variabel-variabel yang ditambahkan untuk memperluas model UTAUT menjadi UTAUT2 yaitu *hedonic motivation*, *price value* dan *habit*. Sehingga model UTAUT2 memiliki 7 variabel independen, 2 variabel dependen dan 3 variabel moderator. Gambar 2.1 merupakan gambaran dari model UTAUT2 yang diusulkan oleh Venkatesh *et al.* (2012:160).



Sumber: Venkatesh *et al* (2012)

Gambar 2.1 Model UTAUT2

UTAUT2 yang merupakan salah satu teori untuk memahami penerimaan teknologi sejatinya tidak berdiri sendiri. Oleh karena itu, terdapat beberapa teori yang membangun model UTAUT2 ini. Adapun teori-teori tersebut tersaji dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1. Teori-teori yang Mendasari UTAUT

No	Nama Peneliti	Nama Teori	Definisi
1	Rogers (1962)	<i>Innovation Diffusion Theory (IDT)</i>	Teori ini diadopsi dari teknologi IDT yang dapat mengukur persepsi masyarakat dengan menggunakan tujuh atribut kunci.
2	Fishben dan Ajzen (1975)	<i>Theory Reasoned Action (TRA)</i>	Teori untuk memprediksi perilaku manusia yaitu dengan cara menganalisis hubungan antara berbagai kriteria kinerja, sikap seseorang, niat serta norma subjektif.
3	Bandura (1977)	<i>Social Cognitive Theory (SCT)</i>	Teori yang mengidentifikasi perilaku manusia sebagai interaksi dari faktor pribadi, perilaku, dan lingkungan yang bertujuan memberikan gambaran untuk memahami, memprediksi, dan mengubah perilaku manusia.

No	Nama Peneliti	Nama Teori	Definisi
4	Ajzen (1988)	<i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	Teori yang digunakan untuk memenuhi keadaan ketika perilaku seseorang tidak sukarela dengan memasukkan prediktor niat dan perilaku yang mengacu pada keyakinan tentang adanya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja suatu perilaku.
5	Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Teori yang mengidentifikasi reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu yang menentukan sikap dan perilaku orang tersebut dengan membuat model perilaku seseorang sebagai fungsi dari tujuan perilaku ditentukan oleh sikap perilaku tersebut.
6	Thompson, <i>et al</i> (1991)	<i>Model of PC Utilization</i> (MPCU)	Teori yang menilai pengaruh dari kondisi-kondisi yang memengaruhi dan memfasilitasi faktor sosial, kompleksitas, kesesuaian tugas, dan konsekuensi jangka panjang terhadap pemanfaatan PC.
7	Davis, <i>et al</i> (1992)	<i>Motivation Model</i> (MM)	Teori motivasi yang dikembangkan untuk memprediksi penerimaan dan perilaku penggunaan suatu teknologi tertentu.
8	Taylor dan Todd (1995)	<i>Combined TAM and TPB</i> (C-TAM-TPB)	Teori yang menilai pengaruh dari kondisi-kondisi yang memengaruhi dan memfasilitasi faktor sosial, kompleksitas, kesesuaian tugas, dan konsekuensi jangka panjang terhadap pemanfaatan PC.

Sumber: Venkatesh *et al* (2003)

Tabel 2.1 memberikan penjelasan mengenai teori-teori yang menjadi dasar munculnya model UTAUT hingga UTAUT2 yang digunakan untuk memahami perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi. Penelitian kali ini menggunakan model UTAUT2 tanpa efek moderasi. Menurut Dwivedi *et al.* (2019:721), ketidakhadiran variabel moderator tidak sepenuhnya merusak model teoritis berdasarkan efek langsung. Sehingga, pernyataan tersebut yang menjadi alasan penelitian ini tidak mengikutsertakan variabel moderator dalam model penelitian. Adapun variabel yang digunakan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

2.2.1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:447) *performance expectancy* atau harapan kinerja adalah kemampuan individu dalam memahami penggunaan suatu sistem bahwa dengan menggunakannya akan memberikan keuntungan dalam pekerjaan. Sedangkan Mutlu & Der (2017:172) mengatakan bahwa ekspektasi kinerja adalah kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sistem. Mustaqim *et al.* (2018:2587) mengatakan bahwa ekspektasi kinerja

diartikan sebagai harapan mengenai sistem atau seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan kinerja dari pekerjaannya.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli tersebut, ekspektasi kinerja dapat diartikan sebagai keyakinan pengguna mengenai sistem yang digunakan mampu memberikan keuntungan saat melakukan suatu pekerjaan. Ekspektasi kinerja ini merupakan gabungan dari beberapa variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian terdahulu yang juga berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun menurut Venkatesh *et al.* (2003:448-449), indikator dalam variabel ekspektasi kinerja antara lain:

a. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Menurut Davis dalam Venkatesh *et al.* (2003:448) persepsi kegunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya.

b. Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*)

Extrinsic motivation yaitu persepsi pengguna yang ingin melakukan suatu kegiatan karena dianggap memengaruhi hasil yang berbeda dari kegiatan itu sendiri, seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, pembayaran, atau promosi (Davis dalam Venkatesh *et al.*, 2003:448).

c. Kesesuaian Pekerjaan (*Job Fit*)

Thompson dalam Venkatesh *et al.* (2003:448) mengungkapkan bahwa kesesuaian pekerjaan merupakan kemampuan dari suatu sistem dalam meningkatkan kinerja pekerjaan seseorang.

d. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Keuntungan relatif yaitu penilaian dalam penggunaan suatu inovasi dianggap lebih baik daripada menggunakan pendahulunya (Moore & Benbasat dalam Venkatesh *et al.*, 2003:449).

e. Ekspektasi Hasil (*Outcomes Expectations*)

Menurut Compeau & Higgins dalam Venkatesh *et al.* (2003:449), *outcomes expectations* berhubungan dengan konsekuensi perilaku yang berasal perilaku tertentu yang dilakukan sebelumnya. Hal ini didasari oleh bukti empiris yang terbagi menjadi dua, yaitu harapan kinerja (terkait pekerjaan) dan harapan pribadi (tujuan individu).

2.2.2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:450), ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang bisa dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Sementara Celik (2018:283) mengartikan ekspektasi usaha sebagai penilaian individu mengenai tingkat pemanfaatan teknologi yang tidak memerlukan usaha secara berlebihan. Sedangkan menurut Mustaqim *et al.* (2018:2587) ekspektasi usaha diartikan sebagai usaha yang dikeluarkan untuk mengoperasikan sistem atau dengan kata lain, tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna sistem agar dapat mengurangi upaya yang dikeluarkan (tenaga dan waktu).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa ekspektasi usaha mengandung pengertian tentang kemudahan dan harapan dari usaha yang dikeluarkan oleh pengguna untuk mengoperasikan suatu sistem sehingga tidak membutuhkan upaya lebih. Kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi dapat menimbulkan persepsi bahwa sistem itu berguna baginya dan nyaman bila digunakan. Begitu juga bila teknologi informasi itu sulit untuk digunakan, maka akan menimbulkan rasa tidak nyaman terhadap sistem yang digunakan dan berkurangnya niat menggunakan dalam memanfaatkan sistem. Adapun indikator variabel ini adalah sebagai berikut:

a. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*)

Davis dalam Venkatesh *et al.* (2003:451) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai derajat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem akan membebaskannya dari berbagai usaha.

b. Kompleksitas (*Complexity*)

Menurut Thompson dalam Venkatesh *et al.* (2003:451), kompleksitas adalah penilaian suatu sistem yang dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan.

c. Mudah Digunakan (*Ease of Use*)

Mudah digunakan merupakan penilaian seberapa jauh penggunaan suatu inovasi dianggap sulit untuk digunakan (Moore & Benbasat dalam Venkatesh *et al.*, 2003:451).

2.2.3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang memandang bahwa orang lain harus percaya dan menggunakan sistem yang baru (Venkatesh *et al.*, 2003:451). Pengaruh sosial mengacu pada tekanan sosial dari lingkungan eksternal yang mengelilingi individu sehingga dapat memengaruhi persepsi dan perilaku mereka dalam melakukan tindakan tertentu seperti pendapat teman, saudara, dan atasan (Tarhini *et al.*, 2016:75). Sedangkan Mustaqim *et al.* (2018:2587) mendefinisikan pengaruh sosial sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa orang lain dapat memengaruhi perilaku untuk menggunakan teknologi informasi yang baru.

Demikian, pengaruh sosial dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memengaruhi persepsi dan perilaku orang lain untuk menggunakan suatu sistem ataupun teknologi yang baru. Pengaruh sosial akan memiliki pengaruh lebih besar terhadap niat menggunakan apabila penggunaan suatu sistem adalah wajib. Hal tersebut menjadi penting pada tahap awal pengalaman individu dengan teknologi dan peran tersebut akan berkurang dari waktu ke waktu hingga akhirnya menjadi tidak signifikan dengan penggunaan yang berkelanjutan. Venkatesh *et al.* (2003) merumuskan beberapa indikator yang telah dirangkum dari beberapa penelitian yang berhubungan dengan *social influence* dalam penggunaan teknologi seperti yang dijelaskan berikut ini.

a. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Subjective norm diartikan sebagai persepsi seseorang mengenai orang-orang penting bagi dirinya yang berpikir bahwa dia harus atau tidak harus melakukan suatu perilaku yang dimaksudkan padanya (Ajzen dalam Venkatesh *et al.*, 2003:452).

b. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Thompson dalam Venkatesh *et al.* (2003:452) mendefinisikan *social factor* sebagai upaya mendoktrin individu dari kelompok referensi budaya subyektif (faktor nilai, idealisme, perasaan), perjanjian interpersonal yang spesifik dan telah dibuat individu dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu.

c. Gambaran (*Image*)

Image didefinisikan sebagai besaran pengaruh dari penggunaan suatu inovasi dalam meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosialnya (Moore & Benbasat dalam Venkatesh *et al.*, 2003:452).

2.2.4. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi adalah tingkat kepercayaan seseorang mengenai tersedianya dukungan eksternal berupa infrastruktur organisasai dan teknis saat menggunakan teknologi informasi tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003:453). Sementara itu, Mustaqim *et al* (2018:2587) berpendapat bahwa *facilitating conditions* merupakan ukuran kepercayaan seseorang mengenai infrastruktur organisasional dan teknis yang tersedia untuk mendukung operasional sistem. Sedangkan menurut Teo (2010:255), *facilitating conditions* adalah faktor pelumas atau penghalang yang dirasakan dalam lingkungan serta dapat memengaruhi persepsi seseorang mengenai kemudahan ataupun kesulitan dalam melakukan suatu tugas.

Berdasarkan beberapa pengertian ahli yang telah disebutkan, dapat diartikan bahwa *facilitating conditions* adalah bentuk dukungan baik dari segi infrastruktur organisasional ataupun teknis yang dapat memengaruhi orang lain mengenai kemudahan atau kesulitan dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Adapun indikator yang terdapat dalam kondisi yang memfasilitasi yaitu sebagai berikut:

a. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Menurut Ajzen dalam Venkatesh *et al.* (2003:454) persepsi kontrol perilaku adalah persepsi mengenai kendala internal dan eksternal terhadap perilaku yang meliputi efikasi diri, kondisi fasilitas sumber daya dan teknologi.

b. Kompabilitas (*Compability*)

Menurut Moore & Benbasat dalam Venkatesh *et al.* (2003:454) kompabilitas adalah anggapan mengenai suatu inovasi yang konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan, dan pengalaman dari pengadopsi potensial.

c. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Menurut Thompson dalam Venkatesh *et al.* (2003:454) diterjemahkan sebagai faktor tujuan untuk membuat suatu pekerjaan menjadi lebih mudah dilakukan, seperti penyediaan dukungan komputer.

2.2.5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh dalam Venkatesh *et al.*, 2012:161). Hedonis dalam sistem informasi merupakan pengalaman menyenangkan pengguna ketika menggunakan sistem informasi (Heijden dalam Yuliana *et al.*, 2020:85). Sedangkan Prasetya & Purnawati (2020:149) mengungkapkan bahwa motivasi hedonis yang dimiliki oleh seseorang saat menggunakan suatu teknologi *financial* akan dapat memberikan kesenangan dan kepuasan ketika seseorang tersebut menggunakan suatu teknologi.

Motivasi hedonis dalam penelitian sistem informasi (yang dikonseptualisasikan sebagai kenikmatan yang dirasakan) telah ditemukan memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi secara langsung. Sedangkan dalam konteks konsumen, motivasi hedonis juga telah ditemukan sebagai penentu penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, motivasi hedonis ditambahkan sebagai prediktor niat perilaku konsumen untuk menggunakan teknologi. Berikut ini merupakan indikator yang telah disusun dalam memahami *hedonic motivation* pada model UTAUT2 ini:

a. Menyenangkan (*Enjoyable*)

Enjoyable didefinisikan sebagai keadaan seseorang yang lebih berorientasi pada rekreasi sehingga mementingkan aspek kesenangan, kenikmatan, dan hiburan saat menggunakan suatu teknologi.

b. Ketertarikan (*Interest*)

Ketertarikan diartikan sebagai kondisi saat seorang pengguna merasa tertarik untuk menggunakan teknologi.

c. Menghibur (*Entertain*)

Entertain merupakan suatu kondisi saat pengguna merasa terhibur dalam menggunakan teknologi.

2.2.6. Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai harga diartikan sebagai untung-rugi yang didasarkan pada penafsiran konsumen antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dengan keuangan untuk menggunakan suatu teknologi (Dodds *et al.* 1991 dalam Venkatesh *et al.*, 2012:161). Sedangkan dalam pengertian lainnya, nilai harga menjelaskan kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima oleh konsumen dalam menggunakan teknologi (Aziz & Kamal, 2016:23).

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah disebutkan, dapat diartikan bahwa nilai harga adalah perbandingan struktur biaya yang harus dikeluarkan dengan manfaat yang diterima dari penggunaan suatu teknologi. Nilai harga positif ketika manfaat menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya moneter. Selain itu, nilai harga memiliki dampak positif pada niat menggunakan. Sehingga, nilai harga ditambahkan sebagai prediktor niat menggunakan untuk menggunakan teknologi dengan indikator seperti berikut ini.

a. Kualitas (*Quality*)

Kualitas didefinisikan sebagai tingkat kualitas teknologi sesuai dengan harga yang ditawarkan.

b. Nilai (*Value*)

Nilai merupakan tingkat teknologi yang digunakan pengguna memiliki nilai yang baik.

c. Harga (*Price*)

Harga didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi harus terjangkau.

2.2.7. Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan telah didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang melakukan suatu perilaku secara otomatis karena telah melalui proses belajar (Limayem *et al.* 2007:769). Sementara Kim *et al.* (2005:751) menyamakan kebiasaan dengan otomatisasi. Sedangkan Harsono & Suryana (2014:6) berpendapat bahwa kebiasaan menjelaskan pola tindakan seseorang dalam menggunakan suatu sistem untuk kesehariannya.

Meskipun memiliki pengertian agak serupa, kebiasaan telah dioperasionalkan dalam dua cara yang berbeda. Pertama, kebiasaan dipandang sebagai perilaku sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005:746) dan kedua, kebiasaan diukur sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa perilaku itu otomatis (Limayem *et al.* 2007:769). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa kebiasaan merupakan otomatisasi dalam penggunaan teknologi yang diperoleh

dari proses pembelajaran. Selain itu, Limayem *et al.* (2007:716) telah menyusun tiga indikator untuk variabel kebiasaan.

a. Perilaku Masa Lalu (*Past Behavior*)

Past behavior sendiri diartikan sebagai perilaku yang dihasilkan dari perilaku orang itu sendiri di masa lalunya.

b. Perilaku Refleks (*Reflex Behavior*)

Reflex behavior atau perilaku refleks didefinisikan sebagai serangkaian perilaku atau kebiasaan pengguna yang sudah tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan sehari-hari.

c. Pengalaman Pribadi (*Individual Experience*)

Pengalaman pribadi mengacu pada pengumpulan pengalaman dari suatu rutinitas yang ditetapkan oleh pengguna, norma, dan kebiasaan untuk menggunakan produk teknologi.

2.2.8. Niat Menggunakan (*Behavioral Intention*)

Niat menggunakan mengacu pada kemampuan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan, baik secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan beberapa perilaku tertentu di masa depan (Aarts *et al.* dalam Huang & Kao, 2015:7). Selain itu, niat menggunakan juga dapat diartikan sebagai tolak ukur dari tingkatan niat individu dalam melakukan sebuah perilaku yang spesifik (Fishbein & Ajzen (1975) dalam Madan & Yadav, 2016:6). Niat berperilaku merupakan perpaduan antara sikap yang menampilkan norma subjektif (keyakinan seseorang terhadap hal yang dipikirkan orang-orang terpentingnya) dengan persepsi pengendalian perilaku (Faridawati & Silvy, 2017:4). Sehingga, kini dapat diartikan bahwa niat perilaku merupakan rencana atau niat seseorang yang dirumuskan secara sadar dalam melakukan sebuah perilaku penggunaan teknologi. Berikut ini merupakan indikator yang terdapat dalam niat menggunakan.

a. Pembelian/Penggunaan Ulang (*Repurchase Intention*)

Penggunaan ulang merupakan sikap atau perilaku dari pengguna yang mempunyai keinginan untuk kembali menggunakan teknologi atau sistem yang pernah digunakan sebelumnya.

b. *Positive Word of Mouth (WoM) Communication*

Positive word of mouth (WoM) communication diartikan sebagai respons dari pengguna lain yang membicarakan hal positif mengenai teknologi yang digunakannya.

c. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan adalah tingkat ketepatan pelayanan yang diberikan dari teknologi yang sedang digunakan.

2.2.9. Use Behavior (Perilaku Menggunakan)

Use behavior didefinisikan sebagai intensitas atau frekuensi yang dihabiskan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi. Sementara dalam konteks penggunaan teknologi, perilaku diartikan sebagai tindakan dari penggunaan sesungguhnya sebuah teknologi (Doni, 2017:16). Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam *use behavior* ini adalah sebagai berikut:

a. Waktu Penggunaan (*Usage Time*)

Waktu penggunaan dalam konteks teknologi diartikan sebagai kecenderungan pengguna yang merasa senang saat menggunakan teknologi.

b. Frekuensi Penggunaan (*Usage Frequency*)

Frekuensi penggunaan diartikan sebagai intensitas pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut secara terus menerus atau berulang kali.

c. Variasi Penggunaan (*Usage Variety*)

Variasi penggunaan didefinisikan sebagai aktivitas seseorang dalam memodifikasi penggunaan teknologi dengan aneka fungsi dan bukan hanya sekadar keluar-masuk.

2.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian dengan menggunakan model *The Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT2) seperti yang telah dirangkum dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
Venkatesh <i>et al.</i> (2012)	<i>Consumer Acceptance and Use Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	a. Variabel Independen 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Conditions</i> 5. <i>Hedonic Motivation</i> 6. <i>Price Value</i> 7. <i>Habit</i> b. Variabel Dependen 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i> c. Variabel Moderator 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i> 3. <i>Experience</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Sedangkan <i>behavioral intention</i> dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i> . Sementara itu, <i>hedonic motivation, price value, dan habit</i> mempengaruhi <i>use behavior</i> . Selain itu, variabel moderator terbukti memiliki efek moderasi.	1. Menghilangkan variabel-variabel moderator. 2. Menggunakan objek penelitian yang berbeda. 3. Lokasi penelitian berbeda.
Harsono & Suryana (2014)	<i>Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT2 Model</i>	a. Variabel Independen 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Conditions</i>	Responden penelitian didominasi oleh laki-laki (62,53%), dengan usia berada pada rentang 19-24 tahun, lama pemakaian social media lebih dari 3	1. Menghilangkan variabel-variabel moderator. 2. Menggunakan objek penelitian yang berbeda. 3. Lokasi

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
		5. <i>Hedonic Motivation</i> 6. <i>Price Value</i> 7. <i>Habit</i> b. Variabel Dependen 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i> c. Variabel Moderator 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i> 3. <i>Experience</i>	bulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis mendukung, kecuali untuk <i>facilitating conditions</i> dan <i>hedonic motivation</i> yang berpengaruh negatif pada <i>behavioral intention</i> . Selain itu, <i>price value</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> . Semua variabel independen berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i> . <i>Age</i> tidak terbukti sebagai moderator <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i> . Sedangkan <i>gender</i> dan <i>experience</i> terbukti sebagai moderator pada <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i> .	penelitian berbeda.
Wibowo & Ariyanti (2016)	Perilaku Penggunaan <i>Smartphone</i> Mewah dengan Menggunakan Model <i>Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> di Kota Bandung	a. Variabel Independen 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Condition</i> 5. <i>Hedonic Motivation</i> 6. <i>Habit</i> 7. <i>Luxury Brand Perception</i>	Responden didominasi oleh laki-laki (58,4%), usia paling banyak berada pada 18-25 tahun (61,6%). Semua variabel independen berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> , hanya <i>habit</i> , dan	1. Menghilangkan variabel <i>luxury brand perception</i> , dan variabel-variabel moderator. 2. Menggunakan objek penelitian yang berbeda, yaitu <i>mobile wallet</i> . 3. Lokasi

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
		b. Variabel Dependen 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i> c. Variabel Moderator 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i>	<i>behavioral intention</i> yang berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i> . Sedangkan <i>facilitating condition</i> , <i>hedonic motivation</i> berpengaruh negatif terhadap <i>use behavior</i> Variabel moderator terbukti berpengaruh terhadap <i>luxury brand perception</i> , <i>habit</i> , <i>social influence</i> , <i>effort expectancy</i> , dan <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i>	penelitian yang berbeda.
Mega <i>et al</i> (2017)	Analisis Penerimaan <i>Os Windows 10</i> dengan <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT2)	a. Variabel Independen 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Conditions</i> 5. <i>Hedonic Motivation</i> 6. <i>Habit</i> 7. <i>Price Value</i> b. Variabel Dependen 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i>	Responden didominasi oleh laki-laki (58,46%), usia keseluruhan berkisar 19-24 tahun, dengan lama pemakaian terbanyak selama 1-5 bulan (38,46%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>habit</i> , <i>social influence</i> , dan <i>hedonic motivation</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Sedangkan <i>effort</i>	1. Menggunakan objek penelitian yang berbeda. 2. Lokasi penelitian yang berbeda.

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
			<p><i>expectancy, facilitating conditions, dan price value</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>.</p> <p>Selain itu, <i>facilitating conditions</i> dan <i>habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i>. Namun, <i>behavioral intention</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i>.</p>	
Owusu <i>et al.</i> (2018)	<i>Acceptance and Use of Mobile Banking: An Application of UTAUT2</i>	<p>a. Variabel Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Conditions</i> 5. <i>Hedonic Motivation</i> 6. <i>Price Value</i> 7. <i>Habit</i> 8. <i>Trust</i> <p>b. Variabel Dependen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i> <p>c. Moderator</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i> 3. <i>Experience</i> 4. <i>Education Level</i> 	<p><i>Price value, habit, dan trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>. Sementara itu, <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan hedonic motivation</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i>. <i>Age, gender, experience, education level</i> memiliki efek moderasi terhadap semua variabel independen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghilangkan variabel-variabel moderator 2. Menggunakan objek penelitian yang berbeda 3. Lokasi penelitian berbeda
Hidayat <i>et al.</i> (2020)	Penerimaan Pengguna <i>E-Wallet</i>	<p>a. Variabel Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> 	Gopay menjadi <i>e-wallet</i> yang paling banyak digunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian yang berbeda

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
	Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus)	<p><i>Expectancy</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Perceived Trust</i> 5. <i>Perceived Risk</i> 6. <i>Facilitating Conditions</i> 7. <i>Hedonic Motivation</i> 8. <i>Price Value</i> 9. <i>Habit</i> 10. <i>Trust</i> <p>b. Variabel Dependen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavioral Intention</i> 2. <i>Use Behavior</i> 	<p>oleh responden, responden didominasi oleh kalangan wanita, usia responden terbanyak berada pada rentang 17-29 tahun, rata-rata penggunaan <i>e-wallet</i> adalah 1-3 tahun.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>effort expectancy</i>, <i>social influence</i>, <i>facilitating conditions</i>, <i>perceived trust</i>, <i>perceived risk</i>, dan <i>habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>. Sedangkan <i>facilitating conditions</i>, <i>habit</i>, dan <i>behavioral intention</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i>. Selain itu, <i>performance expectancy</i>, <i>hedonic motivation</i>, dan <i>price value</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Menggunakan model utama UTAUT 2 tanpa moderasi. 3. Tidak menggunakan variabel <i>perceived trust</i> dan <i>perceived risk</i>

Sumber: Data diolah dari berbagai referensi (2020)

2.5. Hubungan Antar Variabel

2.5.1. Hubungan Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Menggunakan

Indrawati (2014) dalam Wibowo & Ariyanti (2016:1510) mendefinisikan *performance expectancy* sebagai tingkat kepercayaan bahwa penggunaan sebuah teknologi akan memberikan keuntungan di dalam melakukan kegiatan tertentu. Para pengguna sebuah teknologi tentu berharap bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut dapat memudahkannya dalam melakukan sebuah pekerjaan dan memberikan keuntungan yang tidak didapatkannya ketika tidak menggunakan teknologi.

2.5.2. Hubungan Ekspektasi Usaha terhadap Niat Menggunakan

Ekspektasi usaha menjelaskan tentang sejauh mana suatu sistem atau teknologi mudah untuk digunakan (Jambulingan, 2013 dalam Mega *et al.*, 2017:516). Semakin mudah sebuah teknologi digunakan, tentu akan membuat orang-orang semakin tertarik dan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.5.3. Hubungan Pengaruh Sosial terhadap Niat Menggunakan

Seseorang menggunakan suatu teknologi karena adanya dorongan dari orang-orang sekitar (Harsono & Suryana, 2014:5). Demikian, faktor yang dapat memengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi tidak hanya berasal dari dalam diri saja, melainkan juga faktor yang ada di luar dirinya. Salah satunya adalah lingkungan sekitarnya.

2.5.4. Hubungan Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Menggunakan

Kondisi yang memfasilitasi adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa faktor-faktor seperti ketersediaan perangkat, pengetahuan, petunjuk, dan orang lain dari kelompok sosialnya tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi (Wibowo & Ariyanti, 2016:1510). Adanya fasilitas yang mendukung, tentu akan memunculkan niat menggunakan terhadap teknologi yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya.

2.5.5. Hubungan Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Perilaku Menggunakan

Selain memunculkan niat menggunakan, kondisi yang memfasilitasi juga dapat memengaruhi perilaku menggunakan. Adanya fasilitas yang sudah memadai, perilaku dari seseorang dalam menggunakan teknologi juga bisa berubah.

2.5.6. Hubungan Motivasi Hedonis terhadap Niat Menggunakan

Motivasi hedonis dapat berarti sebuah perasaan senang atau nikmat yang muncul ketika menggunakan suatu teknologi. Perasaan senang ketika menggunakan suatu teknologi dapat muncul karena berbagai sebab. Bisa karena kemudahan, keuntungan, atau pun berbagai fitur dan layanan yang diberikan. Sehingga hal tersebut dapat menjadi pemantik dari motivasi hedonis akibat penggunaan sistem.

2.5.7. Hubungan Nilai Harga terhadap Niat Menggunakan

Harsono & Suryana (2014:6) mengungkapkan bahwa nilai harga digunakan untuk menggambarkan kesesuaian antara biaya yang akan dikeluarkan untuk menggunakan teknologi dan manfaat yang dapat diperoleh. Di sisi lain, Venkatesh *et al.* (2012:161) juga mengungkapkan bahwa struktur biaya dan harga memiliki dampak signifikan pada penggunaan teknologi konsumen. Seorang pengguna dari sebuah teknologi tentu akan mengeluarkan biaya yang sepadan dengan hasil yang akan diperolehnya ketika menggunakan teknologi tersebut.

2.5.8. Hubungan Kebiasaan terhadap Niat Menggunakan

Wibowo & Ariyanti (2016:1510) mendefinisikan kebiasaan sebagai sejauh mana orang-orang cenderung untuk menggunakan teknologi secara otomatis berdasarkan pembelajaran. Kebiasaan menjadi salah satu faktor pembentuk persepsi yang mencerminkan pengalaman sebelumnya.

2.5.9. Hubungan Kebiasaan terhadap Perilaku Menggunakan

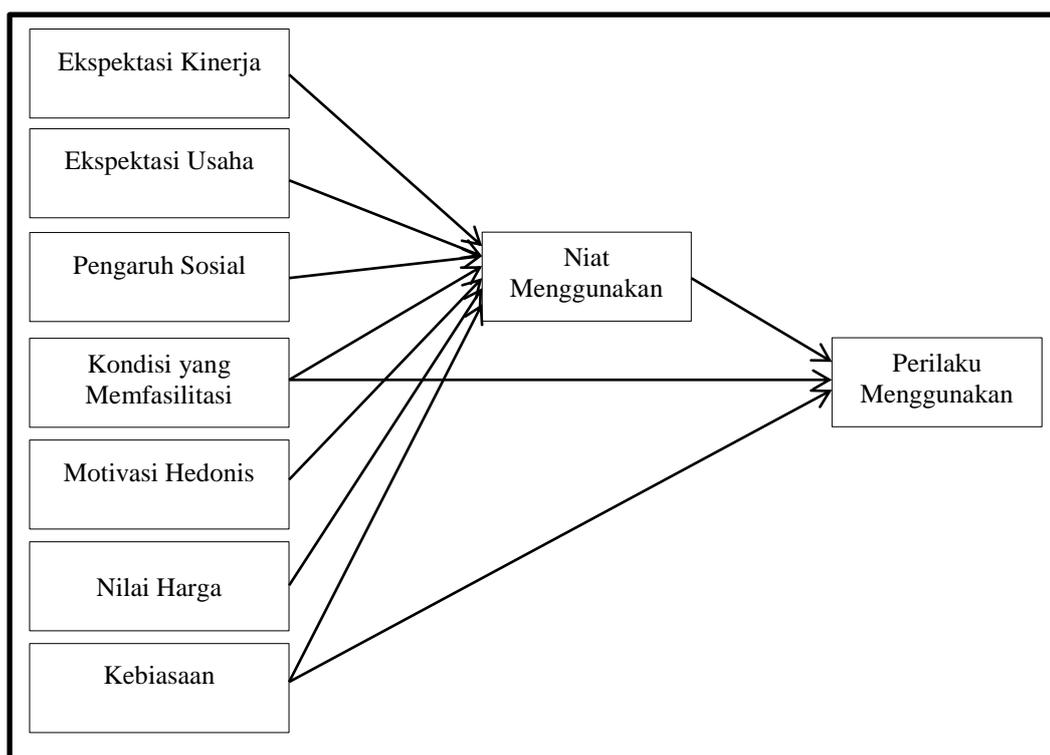
Semakin sering seseorang menggunakan suatu teknologi, maka akan semakin kuat juga niat untuk menggunakannya. Selain itu juga, Venkatesh *et al.* (2012:162) menyatakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan teknologi dan juga niat.

2.5.10. Hubungan Niat Menggunakan terhadap Perilaku Menggunakan

Theory of Reasoned Action (TRA) mengungkapkan bahwa niat individu untuk tidak melakukan atau melakukan suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku. Individu akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika memiliki keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

2.6. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa (perpaduan berbagai pengertian atau hal sehingga menjadi satu kesatuan) tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Oleh karena itu, pada penelitian kali ini peneliti menggunakan kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.2.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018:63). Adapun disebut jawaban sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi dapat diartikan bahwa hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, dan belum menjadi jawaban yang empirik. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat 10 hipotesis dalam penelitian ini seperti berikut:

H₀₁ : Ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a1} : Ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₂ : Ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a2} : Ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₃ : Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a3} : Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₄ : Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a4} : Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₅ : Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

H_{a5} : Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

H₀₆ : Motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a6} : Motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₇ : Nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a7} : Nilai harga berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₈ : Kebiasaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H_{a8} : Kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

H₀₉ : Kebiasaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

H_{a9} : Kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

H_{010} : Niat menggunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

H_{a10} : Niat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada kesempatan kali ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan dan penggunaan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:8). Jenis penelitian ini dapat memberikan jawaban terhadap suatu masalah atau mendapatkan informasi secara lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena. Selain itu, penelitian ini menggunakan model UTAUT 2 yaitu suatu model penelitian yang dibangun untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen.

3.2. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian kuantitatif merupakan sebuah hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan seksama ketika seorang peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil penelitian yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk pihak-pihak terkait. Menurut Sugiyono (2018:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu, populasi penelitian dapat berbeda-beda sesuai dengan masalah yang akan diselidiki. Adapun dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pengguna *mobile wallet* yang ada di Bandar Lampung.

3.3. Sampel Penelitian

Sugiyono (2018:81) mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan kata kunci yang merujuk pada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Stanley Lemeshow *et al.*, dikarenakan jumlah populasi pengguna *mobile wallet* di Bandar Lampung yang tidak diketahui. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

Rumus Lemeshow (Lemeshow *et al.*, 1990:1)

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2} \quad \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan rumus:

n = jumlah sampel

$z_{1-\alpha/2}^2$ = nilai standar normal (jika α : 0,5, maka z : 1,960)

$P(1-P)$ = estimasi proporsi populasi (jika P : 0,5, maka $P(1-P)$:0,25)

d = penyimpangan yang ditolerir (10%)

Sehingga,

$$n = \frac{(1,960)^2 (0,25)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Menurut Ghazali (2014:30), besarnya sampel pada penelitian yang menggunakan pendekatan PLS yang memiliki (populasi) besar minimal direkomendasikan sebesar 30 sampai 100 kasus atau responden. Berdasarkan perhitungan rumus dan juga pendapat ahli, peneliti memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan untuk memilih bagian populasi dengan kriteria yang dipilih yaitu sebagai berikut:

1. Responden adalah pengguna salah satu *mobile wallet* dari 4 pilihan, yaitu Gojek, Ovo, Dana, atau LinkAja yang ada di Bandar Lampung.

Sementara, alasan memilih keempat *mobile wallet* tersebut karena keempatnya menempati posisi teratas dalam kategori pengguna terbanyak dibandingkan dengan *mobile wallet* lainnya.

2. Responden minimal pengguna *mobile wallet* selama 3 bulan
3. Responden harus mengetahui cara pembayaran menggunakan aplikasi *mobile wallet*.
4. Responden paham dengan teknologi yang ada atau selalu mengikuti perkembangan zaman.

3.4. Definisi Konseptual

Definisi konseptual variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, padat, dan jelas. Penelitian kali ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Berikut ini merupakan definisi konseptual dari variabel yang digunakan pada penelitian kali ini:

a. Variabel Independen

Variabel ini sering kali disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*, dan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2018:39), variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja adalah kemampuan individu dalam memahami penggunaan suatu sistem bahwa dengan menggunakannya akan memberikan keuntungan dalam pekerjaan (Venkatesh *et al.*, 2003:447).

2. Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang bisa dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Venkatesh *et al.*, 2003:450).

3. Pengaruh Sosial

seberapa jauh seseorang memandang bahwa orang lain harus percaya dan menggunakan sistem yang baru (Venkatesh *et al.*, 2003:451).

4. Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi adalah tingkat kepercayaan seseorang mengenai tersedianya dukungan eksternal berupa infrastruktur organisasai dan teknis saat menggunakan teknologi informasi tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003:453).

5. Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis yang didefinisikan didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh 2005 dalam Venkatesh *et al.*, 2012: 161).

6. Nilai Harga

Nilai harga diartikan sebagai untung-rugi yang didasarkan pada penafsiran konsumen antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dengan keuangan untuk menggunakan suatu teknologi (Dodds *et al.* 1991 dalam Venkatesh *et al.*, 2012:161).

7. Kebiasaan

Kebiasaan telah didefinisikan kecenderungan seseorang melakukan suatu perilaku secara otomatis karena telah melalui proses belajar (Limayem *et al.* 2007:709).

b. Variabel Dependen

Variabel ini disebut juga sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen, dan variabel terikat. Variabel dependen sendiri merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:39). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Niat Menggunakan

Niat menggunakan mengacu pada kemampuan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan, baik secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan beberapa perilaku tertentu di masa depan (Aarts *et al.* dalam Huang & Kao, 2015:7).

2. Perilaku Menggunakan

Perilaku menggunakan didefinisikan sebagai intensitas atau frekuensi yang dihabiskan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi.

3.5. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Berikut ini definisi operasional variabel penelitian yang peneliti gunakan.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
Ekspektasi Kinerja (EK)	Ekspektasi kinerja adalah sejauh mana individu dapat memahami bahwa menggunakan <i>mobile wallet</i> akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan	a. <i>Perceived Usefulness</i> b. <i>Extrinsic Motivation</i> c. <i>Job Fit</i> d. <i>Relative Advantage</i> e. <i>Outcomes Expectations</i>	1. <i>Kehadiran mobile wallet</i> sangat berguna bagi pengguna 2. Menggunakan <i>mobile wallet</i> dapat meningkatkan efisiensi kinerja pengguna 3. Menggunakan <i>mobile wallet</i> dapat meningkatkan produktivitas pengguna 4. Menggunakan <i>mobile wallet</i> membantu menyelesaikan masalah pengguna dengan cepat 5. <i>Mobile wallet</i>	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
			memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pengguna	
Ekspektasi Usaha (EU)	Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait penggunaan <i>mobile wallet</i>	a. <i>Perceived Ease Of Use</i> b. <i>Complexity</i> c. <i>Ease Of Use</i>	1. Belajar cara menggunakan aplikasi <i>mobile wallet</i> itu mudah bagi pengguna 2. Aplikasi <i>mobile wallet</i> mudah pengguna mengerti 3. Aplikasi <i>mobile wallet</i> mudah pengguna gunakan 4. Mudah bagi pengguna untuk menjadi ahli dalam menggunakan <i>mobile wallet</i>	Likert
Pengaruh Sosial (PS)	Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu memandang bahwa orang lain percaya harus menggunakan <i>mobile wallet</i>	a. <i>Subjective Norm</i> b. <i>Social Factor</i> c. <i>Image</i>	1. Orang yang penting bagi pengguna berpikir harus menggunakan <i>mobile wallet</i> 2. Orang-orang yang memengaruhi perilaku pengguna berpikir harus menggunakan <i>mobile wallet</i> 3. Orang-orang yang pendapatnya pengguna hargai lebih suka jika menggunakan <i>mobile wallet</i> 4. Orang-orang di sekitar pengguna menggunakan <i>mobile wallet</i> agar terlihat lebih <i>trendy</i>	Likert
Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa infrastruktur berupa perangkat atau pengetahuan mendukung penggunaan <i>mobile wallet</i>	a. <i>Perceived Behavioral Control</i> b. <i>Facilitating Conditions</i> c. <i>Compability</i>	1. Pengguna memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan <i>mobile wallet</i> 2. Pengguna memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>mobile wallet</i> 3. <i>Mobile wallet</i> bisa menyesuaikan teknologi lain yang pengguna gunakan	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
			4. Pengguna bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan <i>mobile wallet</i>	
Motivasi Hedonis (MH)	Motivasi hedonis yang didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan <i>mobile wallet</i>	a. <i>Enjoyable</i> b. <i>Interest</i> c. <i>Entertain</i>	1. Menggunakan <i>mobile wallet</i> itu menyenangkan 2. Menggunakan <i>mobile wallet</i> itu menarik 3. Menggunakan <i>mobile wallet</i> sangat menghibur	Likert
Nilai Harga (NH)	Nilai harga diartikan sebagai <i>tradeoff</i> kognitif konsumen antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi <i>mobile wallet</i> dan biaya moneter untuk menggunakannya	a. <i>Quality</i> b. <i>Value</i> c. <i>Price</i>	1. Kualitas <i>mobile wallet</i> sesuai dengan kegunaan yang ditawarkan 2. Layanan yang diberikan <i>mobile wallet</i> sudah baik 3. Harga yang ditawarkan <i>mobile wallet</i> lebih terjangkau	Likert
Kebiasaan (K)	Kebiasaan telah didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis menggunakan <i>mobile wallet</i> yang diperolehnya karena belajar	a. <i>Past Behavior</i> b. <i>Reflex Behavior</i> c. <i>Individual Experience</i>	1. Menggunakan <i>mobile wallet</i> sudah menjadi kebiasaan pengguna 2. Pengguna kecanduan menggunakan <i>mobile wallet</i> 3. Pengguna harus menggunakan <i>mobile wallet</i> 4. Menggunakan <i>mobile wallet</i> sudah menjadi hal yang wajar bagi pengguna	Likert
Niat Menggunakan (NM)	Niat menggunakan mengacu pada sejauh mana seseorang telah merumuskan rencana sadar untuk menggunakan atau tidak menggunakan <i>mobile wallet</i> di masa depan	a. <i>Repurchase Intention</i> b. <i>Positive Word Of Mouth (Wom) Communication</i> c. <i>Service Quality</i>	1. Pengguna berniat untuk terus menggunakan <i>mobile wallet</i> di masa mendatang 2. Pengguna selalu mencoba menggunakan <i>mobile wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari 3. Pengguna berencana untuk lebih sering menggunakan <i>mobile wallet</i> 4. Pengguna lain memberikan komentar positif terhadap	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
			layanan <i>mobile wallet</i> 5. Pengguna merasa puas dengan layanan <i>mobile wallet</i>	
Perilaku Menggunakan (PM)	Perilaku menggunakan didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakaian dalam menggunakan <i>mobile wallet</i>	a. <i>Usage Time</i> b. <i>Usage Frequency</i> c. <i>Usage Variety</i>	1. Pengguna menggunakan <i>mobile wallet</i> kapan pun dibutuhkan 2. Pengguna menggunakan <i>mobile wallet</i> di mana pun dibutuhkan 3. Pengguna sudah sering menggunakan <i>mobile wallet</i> 4. Pengguna selalu menggunakan <i>mobile wallet</i> untuk berbagai keperluan	Likert

Sumber: Data diolah 2020

3.6. Sumber Data

Sumber data menjelaskan mengenai asal suatu data penelitian diperoleh. Sumber data sendiri terbagi menjadi 2, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:213), sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer biasanya menunjukkan keaslian informasi yang terkandung dalam data tersebut namun tidak menutup kemungkinan data berkurang keasliannya ketika data telah diolah dan disajikan oleh pihak sumber primer. Data primer pada penelitian ini adalah pengguna *mobile wallet* di Bandar Lampung yang diperoleh melalui kuesioner.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2018:456). Data sekunder pada penelitian kali ini berasal dari buku-buku literatur, majalah, jurnal, laporan atau artikel yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018:224). Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber dan juga cara. Adapun pada kesempatan kali ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Studi Literatur

Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dari buku, media massa, dan penelitian terdahulu.

b. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2018:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner menjadi teknik pengumpulan data yang cukup efisien apabila peneliti tahu dengan pasti mengenai variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner juga dapat berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka ataupun tertutup yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui perantara lain seperti internet.

Pengajuan kuesioner kepada responden pada penelitian kali ini dilakukan secara *online*, melalui *Google Form* yang disebar dengan perantara media sosial. Adapun media sosial yang dipilih untuk menyebarkan kuesioner penelitian ini adalah WhatsApp. Peneliti memilih WhatsApp dipilih untuk menyebarkan kuesioner karena merupakan salah satu media sosial yang populer digunakan saat ini. Adapun untuk pengambilan data akan dilakukan mulai dari tanggal 27 September - 11 Oktober 2021.

3.8. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2018:92). Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian dijabarkan kedalam item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Gradasi nilai dalam skala Likert terdiri dari yang tertinggi sampai yang terendah dengan ketentuan seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Skala Pengukuran Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.9. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah dengan mengolah data tersebut. Miles & Huberman dalam Sugiyono (2018:246) mengungkapkan bahwa langkah-langkah dalam pengolahan data terdiri dari penjelasan seperti berikut ini:

a. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data seperti dalam bentuk tabel, grafik, *phi chard*, *pictogram* dan sejenisnya sehingga dapat membuat data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

b. Conclusion Drawing/Verification

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.10. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ditujukan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018:147). Berdasarkan kerangka pemikiran yang peneliti tetapkan, maka teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif model SEM (*Structural Equation Model*) atau Model Persamaan Struktural dengan menggunakan alat uji persamaan struktural berbasis *variance* atau yang lebih dikenal dengan PLS (*Partial Least Square*).

SEM adalah suatu teknik statistika untuk menguji dan mengestimasi hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis faktor dan analisis jalur (Abdillah & Jogiyanto, 2015:140). SEM sendiri merupakan pengembangan dari *General Linear Model* (GLM) dengan regresi berganda sebagai bagian utamanya. Akan tetapi, SEM lebih andal, ilustratif, dan kokoh dibandingkan teknik regresi ketika memodelkan interaksi, non-linearitas, error pengukuran, korelasi *error term* dan korelasi antarvariabel laten yang diukur oleh indikator berganda (Abdillah & Jogiyanto, 2015:140).

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015:161) PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data hilang (*missing values*), dan multikolinearitas. SEM dengan PLS digunakan dengan tujuan penelitian adalah memprediksi dan mengembangkan teori. Hal ini berlainan dengan SEM yang berbasis kovarian yang ditujukan untuk menguji teori yang ada dan konfrimasi. Adapun metode analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.10.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147). Berikut ini merupakan pengelompokan dalam analisis statistik deskriptif:

a. Identitas Responden

Identitas responden yang peneliti gunakan pada penelitian kali ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pengalaman penggunaan *mobile wallet*.

b. *Mean*, Median, Modus

Mean adalah rerata aritmatik atau penghitungan seluruh informasi yang tersedia dalam menghitung tendensi sentral distribusi frekuensi (Abdillah & Jogiyanto, 2015:88). *Mean* dihitung dengan menambahkan seluruh nilai skor data mentah dan membaginya dengan jumlah skor tersebut. Sedangkan median merupakan nilai tengah atau ukuran yang tepat dalam mengikuti tendensi sentral pada data berlevel ordinal (Abidillah & Jogiyanto, 2015:88). Terakhir adalah modus yang merupakan kategori paling umum untuk semua jenis data, tetapi secara umum hanya menghasilkan informasi tendensi sentral yang paling minimum (Abdillah & Jogiyanto, 2015:89).

c. Analisa Jawaban Responden

Analisa jawaban responden sendiri merupakan jawaban atas item-item pertanyaan yang telah diajukan kepada responden.

3.10.2. Statistik Inferensial

Menurut Sugiyono (2018:201), statistik inferensial (sering disebut statistik induktif atau statistik probabilitas) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini disebut statistik probabilitas karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel kebenarannya bersifat peluang (*probability*) yang kemudian dinyatakan dalam bentuk persentase. Bila peluang kesalahan 5% maka taraf kepercayaan sebesar 95%, bila peluang kesalahan 1% maka taraf kepercayaan sebesar 99%. Peluang kesalahan dan kepercayaan ini yang disebut sebagai taraf signifikansi. Sementara itu, taraf kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% dengan peluang kesalahan 5%.

Sehubungan dengan metode penelitian yang dilakukan, maka pada penelitian kali ini analisis data statistik inferensial diukur menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9 yang dimulai dengan melakukan pengukuran model (*outer model*), evaluasi struktur model (*inner model*), pengujian hipotesis, dan model persamaan struktural.

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015:194), suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi (pemurnian) dalam model pengukuran. *Outer model* atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Persamaan *outer model* untuk konstruk reflektif dapat disusun sebagai berikut:

$$\begin{array}{l} X = \hat{x}\xi + \varepsilon_x \\ Y = \hat{y}\eta + \varepsilon_y \end{array} \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan:

x dan y : indikator variabel dependen dan independen ξ dan η

\hat{x} dan \hat{y} : matrik loading yang menggambarkan koefisien regresi yang menghubungkan variabel laten dan indikatornya

ε_x dan ε_y : tingkat kesalahan (*error*) pengukuran

Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Berikut ini merupakan rincian tentang konsep uji validitas dan reliabilitas dalam model pengukuran PLS:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas sendiri terdiri dari validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid yang dapat digeneralisir ke semua objek, situasi, dan waktu yang berbeda. Sedangkan validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrumen penelitian untuk mengukur yang seharusnya diukur dari suatu konsep. Berikut ini merupakan pengujian yang dilakukan dalam uji validitas.

a. Validitas Konstruk

Validitas konstruk menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk. Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015:195) korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk (*construct validity*).

b. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk harus berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antar

skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut.

Nilai *rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk membuat pemeriksaan awal dari matriks faktor adalah $\pm 0,30$ dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, untuk *loading* $\pm 0,40$ dianggap lebih baik, dan untuk *loading* $> 0,50$ dianggap signifikan secara praktis (Hair *et al.* (2006) dalam Abdillah & Jogiyanto, 2015:194). Semakin tinggi nilai *loading factor* maka semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasi matriks faktor. Sedangkan *rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* $> 0,6$ dan *Average Variance Extracted (AVE)* $> 0,5$.

Nilai AVE dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n} \quad \dots\dots\dots 3.3$$

Keterangan:

λ : *standardize loading factor*

i : jumlah indikator

c. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Abdillah & Jogiyanto, 2015:195). Validitas ini terjadi jika dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk, diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya.

Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian (Abdillah & Jogiyanto, 2015:196). Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dapat dilihat melalui *Cronbach's alpha* atau *Composite reliability* (Abdillah & Jogiyanto, 2015:207)

Cronbach's alpha mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas untuk konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite* harus $> 0,7$ meskipun nilai $0,6$ masih dapat diterima (Abdillah & Jogiyanto, 2015:207).

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015:197), *inner model* atau model struktural menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori. Model persamaan struktural atau *inner model* dapat disusun seperti pada rumus 3.4.

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + r\xi + \zeta \quad \dots\dots\dots 3.4$$

Keterangan:

η = Vektor variabel-variabel independen

ξ = Vektor variabel dependen

ζ = Vektor residual

Terkait analisis menggunakan *software* SmartPLS, model struktural dalam PLS dievaluasi dengan uji kelayakan model (*goodness of fit*) yang menggunakan nilai *R Square* untuk konstruk dependen dan model FIT, kemudian dengan uji hipotesis yang menggunakan nilai *path coefficient* (β) atau *T-values* tiap *path* untuk uji signifikan antarkonstruk dalam model struktural.

1. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Kelayakan model atau *Goodness of Fit* (GoF) pada model SEM-PLS yang dianalisis menggunakan SmartPLS, dilihat berdasar nilai *R Square* dan Model Fit. *R Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R Square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Sementara dalam Model Fit, penilaian dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Root Mean Square* (SRMR). Suatu model dikatakan layak bila nilai SRMR < 1 atau $< 0,08$.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan *software* SmartPLS dilihat berdasarkan nilai *path* yang dihasilkan dari proses *bootsrapping*. Nilai *path coefficient* (β) atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis. Skor *path coefficient* (β) yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistics*, harus di atas 1,96 untuk hipotesis *two tailed* dan di atas 1,64 untuk hipotesis *one tailed*, untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% dan *power* 80%. Menurut Hartono (2008) dalam Jogiyanto & Abdillah (2015:211) ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistics*. Jika *T-statistics* lebih tinggi dibanding nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Menurut salah satu rujukan, alasan utama orang-orang menggunakan *mobile wallet* adalah karena tuntutan kebutuhan pembayaran digital saat ini. Berkenaan dengan hal tersebut, sebuah pembuktian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang sekiranya dapat memengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile wallet*. Pembuktian tersebut dilakukan menggunakan model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan lokasi di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan perhitungan statistik data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dari kesepuluh hipotesis yang diajukan, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor dalam model terbukti memengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile wallet*. Adapun faktor tersebut seperti pengaruh sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Sementara untuk pengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan, terdapat faktor kebiasaan dan niat menggunakan.

Beberapa hal yang melatarbelakangi faktor-faktor tersebut, terdiri dari usia yang mayoritas responden penelitian ini adalah generasi Z dan sudah mahir teknologi, kemudian terdapat kondisi perkembangan *mobile wallet* di Bandar Lampung sendiri yang kemudahannya masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal dan lebih banyak yang memilih melakukan transaksi dengan pembayaran tunai karena dirasa lebih efektif. Selain itu, dari segi lama penggunaan, responden di Bandar Lampung masih tergolong baru dalam menggunakan *mobile wallet* sehingga berdampak pada perbedaan kebiasaan yang ditimbulkan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil temuan, pada kesempatan ini peneliti memberikan beberapa saran seperti berikut.

A. Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderator seperti (usia) *age*, (jenis kelamin) *gender*, dan (pengalaman) *experience* sesuai dengan model asli UTAUT2 sehingga dapat menjelaskan lebih menyeluruh mengenai dampak yang ditimbulkan dengan adanya penambahan variabel-variabel tersebut.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang relevan dalam pembahasan teknologi, seperti keamanan dan kepercayaan yang menjadi masalah bagi pengguna layanan digital.

B. Bagi Perusahaan

1. Pihak perusahaan bisa mendesain tampilan menu dari aplikasi atau *user interface* (UI) menjadi lebih sederhana sehingga lebih mudah dan bisa dimengerti lebih cepat.
2. Mengadakan program-program yang bisa membangun citra perusahaan juga aplikasi *mobile wallet*. Adapun, untuk program-program ini juga bisa bekerjasama dengan divisi CSR perusahaan sehingga dampak dari aktivitas perusahaan juga bisa dirasakan masyarakat sekitarnya.
3. Mendesain aplikasi *mobile wallet* agar kompatibel dengan berbagai *operating system* (OS) pada sarana-prasarana yang terbatas.
4. Mengoptimalkan *gamification* (gamifikasi) yang menghibur serta menarik sebagai strategi pemasaran sehingga intensitas penggunaan *mobile wallet* dapat meningkat.
5. Mengadakan promo dan diskon terjadwal, seperti dalam rangka hari perayaan atau tanggal-tanggal besar lainnya. Promo bisa juga diadakan dengan memanfaatkan gamifikasi yang sudah dibuat sebelumnya, seperti menjalankan misi tertentu pada aplikasi untuk mendapatkan *voucher* promo tersebut.

6. Meningkatkan kualitas pelayanan, seperti pada *customer service* agar lebih responsif jika terdapat keluhan atau kesulitan dari pengguna selama menggunakan *mobile wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- Aeni, S. N. (2022). Memahami Karakteristik dan Ciri-ciri Generasi Z. Katadata. <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6226d6df12cfc/memahami-karakteristik-dan-ciri-ciri-generasi-z>. Diakses pada 20 Maret 2022.
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2(September).
- Bank Indonesia. (2014). Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non Tunai. Bank Sentral Republik Indonesia. https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx. Diakses pada 20 November 2019.
- Bhatiasevi, V. (2016). An extended UTAUT model to explain the adoption of mobile banking. *Information Development*, 32(4), 799–814.
- Cahyani, E. D. (2019). Analisis Penerimaan Aplikasi Ruang Guru Sebagai Media Pemenuhan Informasi Akademik Siswa SMA Di Kota Surabaya Ditinjau Dari Model UTAUT2. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Celik, H. (2016). Customer online shopping anxiety within the Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) framework. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 278–307.
- CFI Education Incorporation. 2022. Mobile Wallet. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/ecommerce-saas/mobile-wallet/>. Diakses pada 17 April 2022.
- Devita, V. D. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. IPRICE. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>. Diakses pada 3 Maret 2021.

- DOKU. Tentang Kami. <https://www.doku.com/tentang>. Diakses pada 17 April 2022.
- Doni, F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9(2), 16–23.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734.
- Entrust Corporation. (2022). The Great Payments Disruption. <https://go.entrust.com/great-payments-disruption-thank-you>. Diakses pada 17 April 2022.
- Faridawati, R., & Silvy, M. (2019). Pengaruh niat berperilaku dan kecerdasan spiritual terhadap pengelolaan keuangan keluarga. *Journal of Business & Banking*, 7(1).
- Febriani, Nufian S., & Dewi, Wayan., W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Gayati, M. D. (2019). Pertamina Persiapkan 22.000 mesin LinkAja di Seluruh SPBU. ANTARA. <https://lampung.antaranews.com/berita/328366/pertamina-persiapkan-22000-mesin-linkaja-di-seluruh-spbu>. Diakses pada 4 Desember 2020.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling-Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek. (2019). 5 Tempat Nongkrong di Lampung yang Harus Kamu Kunjungi di Tahun 2019. GOJEK.COM. <https://www.gojek.com/blog/gopay/tempat-nongkrong-di-bandar-lampung/>. Diakses pada 4 Desember 2020.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook. In *Springer*.
- Hair, J. F., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Harsono, L. D., & Suryana, L. A. (2014). Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. *Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences, August*, 1–14.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study). In *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* | (Vol. 9, Issue 3).
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60.
- Huang, Chi-Yo., Kao, Yu-Sheng (2015). *UTAUT2 Based Predictions of Factors Influenceing the Technology Acceptance of Phablets by DNP. Mathematical Problems in Engineering*, 2015, 1-23.
- Jayani, D. H. (2019). Inilah Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia. KATADATA. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompok-digital-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 10 Januari 2020.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit Andi).
- Kamal, R. M., & Azis, E. (2015). Adopsi Teknologi Internet Oleh Konsumen Umkm Indonesia Untuk Berbelanja Online (Studi Pada Situs Tokopedia.Com Tahun 2015). *EProceedings of Management*, 2(3), 2451–2458.
- Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). A longitudinal model of continued IS use: An integrative view of four mechanisms underlying postadoption phenomena. *Management Science*, 51(5), 741–755.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics Distribution of digital wallet users in indonesia based on google trends analytics. *Inovasi: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(2), 377–385.

- Laudon, Kenneth C., & Traver, Carol Guercio. (2011). *e-Commerce 2011 Business Technology Society (seventh edition)*, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate Harlow England.
- Lemeshow, S., Jr., David W. H., Klar, J., & Lwangan, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. M. K., & Hirt, S. G. (2015). *Quarterly How Habit Limits the Predictive Power Intention: The Case of Information Systems Continuance*. 31(4), 705–737.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244.
- Mason, C. H., & Perreault, W. D. (1991). Collinearity, Power, and Interpretation of Multiple Regression Analysis. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 268-280.
- Mega Shero Gayatrie, A. K. dan M. C. S. (2017). Analisis Penerimaan Os Windows 10 Dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(6), 514–523.
- Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo. (2016). *2016 2nd International Conference on Science and (ICST 2016) Yogyakarta , Indonesia. October*.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69.
- Mustaqim, R., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593.
- Mutlu, M., & Der, A. (2017). Unified theory of acceptance and use of technology: The adoption of mobile messaging application. *Megatrend Revija*, 14(1), 169–186.
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151.
- Portal Informasi Indonesia. (2020). E-Wallet Kian Tebal di Tengah Pandemi. INDONESIA.GO.ID. <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/e-wallet-kian-tebal-di-tengah-pandemi>. Diakses pada 21 Juli 2020.

- Prasetya, I. G. B. I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan Dan Daya Tarik Promo Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148–158.
- PT Bank Danamon Indonesia Tbk. (2020). Pilih Uang Elektronik atau Dompot Digital?. danamon.co.id. <https://www.danamon.co.id/id/D-Bank/Artikel/Pilih-Uang-Elektronik-dan-Dompot-Digital>. Diakses pada 25 Agustus 2020.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the utaut model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in lebanon a structural equation modeling approach. *Information Technology and People*, 29(4), 830–849.
- Teo, T. (2010). Examining the influence of subjective norm and facilitating conditions on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling of an extended technology acceptance model. *Asia Pacific Education Review*, 11(2), 253–262.
- Tobing, M. (2020). 140 SPBU di Lampung Layani Transaksi Nontunai Pembelian BBM. IDN TIMES Lampung. <https://lampung.idntimes.com/news/lampung/martin-tobing-1/140-spbu-di-lampung-layani-transaksi-nontunai-pembelian-bbm/2>. Diakses pada 4 Desember 2020.
- Ulya, F. N. (2020). Dampak Covid-19, Transaksi Digital Melonjak, Transaksi Tunai Anjlok. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2020/04/30/201300126/dampak-covid-19-transaksi-digital-melonjak-transaksi-tunai-anjlok>. Diakses pada 21 Juli 2020.
- Venkatesh, V., Morris M. G., Davis G. B., & Davis F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, 27(3) 427–478.
- 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.

- We Are Social. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-global-overview-report-january-2021-v03>. Diakses pada 28 Maret 2022.
- Wibowo, A., & Ariyanti, M. (2016). Perilaku Penggunaan Smartphone Mewah Dengan Menggunakan Model Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 3(2), 1508–1515.
- Widi, H. (2021). Meski Memudahkan, Tak Semua Pedagang di Bandar Lampung Terapkan Transaksi Digital. *Cendana News*. <https://www.cendananews.com/2021/08/meski-memudahkan-tak-semua-pedagang-di-bandar-lampung-terapkan-transaksi-digital.html/2>. Diakses pada 12 Juni 2022.
- Yuliana, A., Astuti, E. S., & Afrianty, T. W. (2020). Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Hedonic Motivation, Habit, dan Niat Perilaku Menggunakan Aplikasi Transportasi Online (Studi pada Pelanggan Gojek Indonesia di Kota Malang). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14 (2), 82–91.