

EVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN E-WALLET PADA MASYARAKAT KOTA SURABAYA : IMPLEMENTASI MODEL UTAUT2 DAN VARIABEL TRUST

Alya Fatin Fadhiyah Muhaimin Putri, Asif Faruqi, Virdha Rahma Aulia
Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jalan Raya Rungkut Madya, No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia
asiffaroqi.si@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Financial technology, atau biasa dikenal dengan *fintech*, merupakan penggabungan antara layanan keuangan dan teknologi. Salah satu bentuk pemanfaatan *fintech* yang semakin populer adalah dompet elektronik atau *e-wallet*. *E-wallet* merupakan platform keuangan berbasis digital yang membantu pengguna untuk menyimpan sejumlah uang serta melakukan berbagai jenis pembayaran, hanya dengan menggunakan telepon seluler. Popularitas *e-wallet* yang terus meningkat telah memunculkan berbagai pilihan jenis *e-wallet*, sehingga hal ini menciptakan perbedaan dalam peringkat dan tingkat adopsi setiap platform di kalangan pengguna, sekaligus mendorong tingkat persaingan yang semakin ketat di antara para penyedia layanan *e-wallet*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat adopsi dan penggunaan *e-wallet* di Kota Surabaya dengan menggunakan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi dengan menambahkan variabel kepercayaan (*trust*). Proses analisis dilakukan dengan metode SEM-PLS dengan melibatkan 738 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari sebelas hipotesis yang diajukan, tiga hipotesis dinyatakan tidak signifikan dan ditolak, sedangkan delapan hipotesis lainnya dinyatakan signifikan dan diterima. Adapun faktor-faktor yang terbukti berpengaruh dalam menentukan niat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* meliputi *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *trust*. Hasil ini diperoleh berdasarkan hasil pada pengujian *path coefficient*, di mana hipotesis dianggap signifikan dan diterima jika nilai *p-value* < 0.05 dan nilai *t-statistic* ≥ 1.96 .

Kata kunci : *Financial Technology, E-wallet, UTAUT2, SEM-PLS*

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, istilah *financial technology (fintech)* semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia. *Fintech* merupakan sebuah inovasi digital yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi [1].

Salah satu bentuk penerapan *fintech* adalah *e-wallet*, layanan berbasis server yang memudahkan transaksi hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Di Indonesia, *e-wallet* telah menjadi salah satu produk *fintech* paling populer dan menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan data survei terbaru, sebanyak 96% dari 2.159 responden memilih *e-wallet* sebagai bentuk *fintech* yang paling banyak digunakan dalam aktivitas keuangan sehari-hari [2].

Data dari Bank Indonesia juga menunjukkan bahwa selama periode 2019 hingga 2023, volume transaksi uang elektronik (UE) terus meningkat. Pada tahun 2023, volume transaksi UE mencapai 7,73 miliar transaksi dengan nilai transaksi mencapai 458 triliun rupiah [3].

Peningkatan penggunaan *e-wallet* tidak hanya mencerminkan adopsi *e-wallet* yang semakin meluas, tetapi juga menyebabkan persaingan yang semakin intens di antara penyedia layanan *e-wallet*. Data dari Bank Indonesia mencatat bahwa pada tahun 2024, terdapat 85 perusahaan yang sudah memiliki lisensi resmi untuk beroperasi di Indonesia [3].

Hal ini menunjukkan tingginya intensitas kompetisi dalam industri *e-wallet*.

Dari sekian banyaknya pilihan *e-wallet* yang tersedia, survei Insight Asia dalam *E-Wallet Industry Outlook 2023* mengungkapkan bahwa terdapat lima *e-wallet* yang paling populer di Indonesia. Diantaranya, GoPay, OVO, dan DANA yang berhasil menduduki posisi teratas berdasarkan jumlah pengguna dan volume transaksi [4].

Dibalik pesatnya pertumbuhan *e-wallet*, terdapat tantangan besar dalam memahami faktor-faktor yang mendorong adopsi teknologi ini, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat di industri. Data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa banyaknya pilihan *e-wallet* di pasar menyebabkan perbedaan yang signifikan dalam tingkat adopsi antar platform. Beberapa *e-wallet* berhasil unggul dalam hal menarik minat pengguna dan mendominasi pasar, sementara *e-wallet* lainnya masih menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan adopsi oleh pengguna.

Dengan tingginya tingkat persaingan dan besarnya peluang adopsi *e-wallet* oleh masyarakat di masa depan, maka penting untuk melakukan pengukuran penerimaan guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat adopsi dan penggunaan *e-wallet* oleh pengguna. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan model UTAUT2 dengan penambahan variabel kepercayaan (*trust*). Penambahan variabel ini bertujuan untuk dapat lebih memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi, khususnya *e-wallet* [5].

Dengan memahami bagaimana kepercayaan dan model UTAUT2 dapat memengaruhi adopsi *e-wallet*, penyedia layanan *e-wallet* dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk bersaing, memaksimalkan potensi pasar yang masih sangat besar, sekaligus membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* di wilayah Tangerang Selatan. Dalam penelitian ini, *e-wallet* yang dijadikan studi kasus meliputi GoPay, OVO, Dana, dan LinkAja. Penelitian tersebut mengadopsi model UTAUT2 dengan penambahan variabel persepsi risiko (*perceived risk*) dan persepsi kepercayaan (*perceived trust*). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sebagian besar variabel memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna dalam mengadopsi *e-wallet*, kecuali variabel *performance expectancy*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Sementara itu, variabel lainnya yang terbukti mempunyai pengaruh signifikan meliputi *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *habit*, *perceived risk*, *perceived trust*, dan *behavioral intention* [6].

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Desvira, dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat serta perilaku pengguna dalam mengadopsi *e-wallet* ShopeePay. Penelitian ini melakukan analisis dengan menggunakan model UTAUT2 dan melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna ShopeePay. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa faktor seperti *social influence*, *price value*, dan *habit* berpengaruh positif terhadap niat pengguna, sementara perilaku pengguna dipengaruhi oleh *facilitating conditions* dan *habit*. Namun, faktor-faktor seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivation* tidak menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* [7].

2.2. Pengukuran Penerimaan Pengguna

Penerimaan teknologi mengacu pada sejauh mana individu atau kelompok bersedia menerima, mengadopsi, dan menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari [8].

Pengukuran penerimaan pengguna digunakan untuk menunjukkan tingkat keberhasilan adopsi teknologi informasi.

Semakin besar tingkat adopsi pengguna, maka semakin kuat motivasi mereka untuk menggantikan praktik lama dan mulai untuk menggunakan teknologi yang baru [9].

2.3. E-wallet

Berdasarkan regulasi dari Bank Indonesia yang tercantum dalam nomor 18/40/PBI/2016 tahun 2016, *e-wallet* didefinisikan sebagai layanan digital yang berfungsi untuk menyimpan data pembayaran, baik berupa kartu maupun uang elektronik, serta juga untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi pembayaran [10].

Secara umum, uang elektronik sendiri dibagi menjadi dua jenis, yaitu berbasis server dan chip. *E-wallet* termasuk dalam kategori uang elektronik berbasis server, di mana transaksi dan data pengguna disimpan di server pusat [6].

2.4. UTAUT2

Pada tahun 2003, Venkatesh pertama kali memperkenalkan sebuah model yaitu UTAUT, yang dirancang untuk mengukur sejauh mana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru, dengan empat variabel utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* [11].

Kemudian, pada tahun 2012 UTAUT dikembangkan kembali menjadi UTAUT2 oleh Venkatesh dengan menyertakan tiga variabel baru, yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Pengembangan model ini memiliki tujuan untuk lebih mendalami berbagai faktor yang dapat memengaruhi penerimaan suatu sistem atau teknologi oleh pengguna [5].

2.5. Variabel Trust

Kepercayaan (*trust*) menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong adopsi teknologi pembayaran digital, seperti *e-wallet*. Kepercayaan mengacu pada seberapa besar pengguna merasa yakin terhadap teknologi yang digunakan [12].

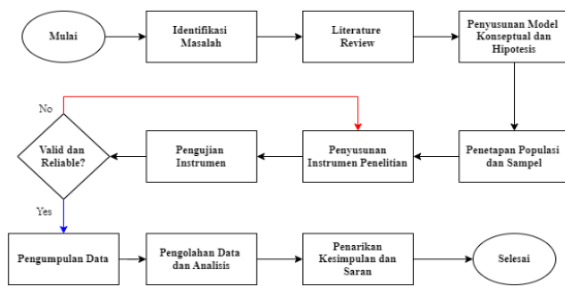
Dalam konteks *e-wallet*, kepercayaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan para penyedia layanan untuk melindungi keamanan dan privasi data pribadi pengguna [13]. Selain itu, kepercayaan tidak hanya sekedar rasa aman, tetapi juga berkaitan dengan kesediaan pengguna untuk tetap loyal kepada penyedia layanan, dengan harapan akan adanya perilaku positif di masa depan [14].

3. METODE PENELITIAN

3.1. Alur Penelitian

Alur penelitian digambarkan melalui diagram alir (*flowchart*) seperti pada gambar 1.

Alur penelitian diatas menggambarkan sembilan tahapan utama yang dilakukan dalam penelitian ini. Tahapan diawali dari proses pengidentifikasian masalah, dan berakhir pada tahap penarikan kesimpulan serta saran yang dilakukan oleh peneliti.



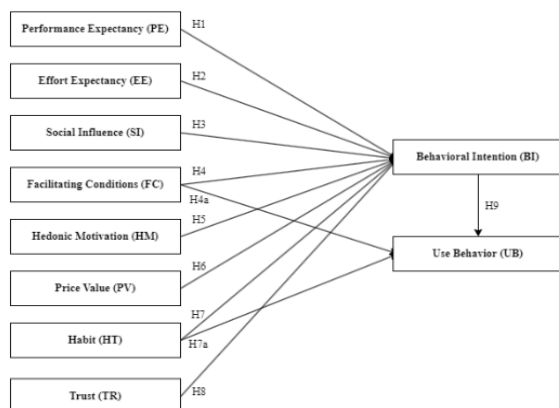
Gambar 1. Alur Penelitian

3.2. Identifikasi Masalah dan Studi Literatur

Di tahap ini, penulis mengidentifikasi masalah dan melakukan studi literatur (*literature review*) dengan mencari, membaca, dan menganalisis berbagai jurnal, buku, artikel, serta sumber-sumber yang relevan. Studi literatur difokuskan pada penelitian yang membahas pengukuran penerimaan pengguna dalam mengadopsi layanan pembayaran digital, khususnya pada *e-wallet*. Berdasarkan hasil *literature review* yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh sebuah permasalahan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

3.3. Model Konseptual

Berikut merupakan model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2. Model Konseptual [5]

Penelitian ini menerapkan model UTAUT2 dengan penambahan variabel *Trust* sebagai kerangka konseptual. Model ini menggunakan beberapa variabel yang mencakup performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, trust, behavioral intention, dan use behavior.

3.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model konseptual yang ada pada Gambar 2, penelitian ini mengajukan sebanyak 11 hipotesis. Berikut merupakan hipotesis yang diajukan:

H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H3 : *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H4 : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H4a : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

H5 : *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H6 : *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H7 : *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H7a : *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

H8 : *Trust* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H9 : *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan kelompok individu yang memiliki karakteristik khusus yang relevan dengan tujuan penelitian [15].

Populasi yang dijadikan fokus penelitian ini adalah para pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Kota Surabaya. Mengingat jumlah pengguna *e-wallet* di Surabaya tidak dapat diketahui jumlah pastinya, perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow, yang sesuai untuk menentukan jumlah sampel pada populasi yang jumlahnya tidak dapat dipastikan [16].

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Teknik ini memungkinkan pemilihan sampel dari populasi dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian [15].

Kriteria yang ditetapkan untuk sampel adalah pengguna *e-wallet* yang telah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* setidaknya lima kali sejak memiliki *e-wallet*.

Untuk menentukan ukuran sampel minimal, digunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 1.96 (5%) dan *sampling error* sebesar 0.05 (5%), dengan rumus sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \quad [16]$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimum yang dibutuhkan

Z = Skor z dengan tingkat kepercayaan 95%

P = Estimasi maksimal 50%

d = Kesalahan sampling 5%

Dengan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh hasil perhitungan jumlah sampel minimum yang diperlukan yaitu sebesar 384,16 responden. Namun, untuk mempermudah proses penelitian, peneliti memutuskan untuk membulatkan jumlah sampel menjadi 384 responden.

3.6. Instrumen Penelitian

Tabel 1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Item	Instrumen Pernyataan
1	<i>Performance Expectancy</i> (PE)	PE1	Saya merasa <i>e-wallet</i> sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari saya
		PE 2	Saya merasa fitur-fitur pada <i>e-wallet</i> sangat beragam dan berguna dalam transaksi digital saya
		PE 3	Menggunakan <i>e-wallet</i> membantu proses transaksi saya menjadi lebih cepat
		PE 4	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk menghemat waktu dan tenaga dalam melakukan transaksi digital
		PE 5	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> dapat membantu meningkatkan produktivitas saya
2	<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	Saya merasa tampilan <i>e-wallet</i> memiliki antarmuka yang jelas dan mudah dimengerti
		EE 2	Tidak sulit bagi saya untuk mempelajari <i>e-wallet</i>
		EE 3	Saya merasa interaksi dalam <i>e-wallet</i> mudah dipahami
		EE 4	Mudah bagi saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i>
		EE 5	Saya merasa fitur-fitur yang ada pada <i>e-wallet</i> mudah untuk digunakan
3	<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	Orang-orang di sekitar saya menyarankan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i>
		SI2	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> karena banyak teman atau keluarga saya yang juga menggunakannya
		SI3	Pendapat orang-orang terdekat saya memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i>
		SI4	Orang-orang yang menggunakan <i>e-wallet</i> di sekitar saya terlihat diuntungkan
		SI5	Saya merasa orang yang menggunakan <i>e-wallet</i> lebih terlihat modern dalam bertransaksi dibandingkan yang tidak menggunakannya
4	<i>Facilitating Condition</i> (FC)	FC1	Saya merasa dapat menggunakan <i>e-wallet</i>
		FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>e-wallet</i>
		FC3	Saya memiliki <i>smartphone</i> yang mendukung penggunaan <i>e-wallet</i>
		FC4	Saya memiliki akses internet yang cepat dan stabil untuk mendukung penggunaan <i>e-wallet</i>
		FC5	<i>E-wallet</i> dapat digunakan dengan baik di perangkat yang saya miliki
5	<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	HM1	Saya merasa senang bertransaksi dengan <i>e-wallet</i>
		HM2	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i>
		HM3	Saya merasa puas dengan pengalaman bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i>
		HM4	Saya menikmati setiap transaksi yang saya lakukan menggunakan <i>e-wallet</i>
6	<i>Price Value</i> (PV)	PV1	Saya merasa kualitas <i>e-wallet</i> sepadan dengan biaya yang dibebankan kepada pengguna
		PV2	<i>E-wallet</i> menawarkan berbagai keuntungan, seperti promosi, diskon, dan <i>cashback</i> dibandingkan metode pembayaran lainnya
		PV3	Saya merasa biaya penggunaan <i>e-wallet</i> sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan
		PV4	<i>E-wallet</i> memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang harus saya keluarkan untuk menggunakannya
7	<i>Habit</i> (HT)	HT1	Saya terbiasa menggunakan <i>e-wallet</i> untuk setiap transaksi digital
		HT2	Saya merasa ketergantungan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> dalam transaksi digital
		HT3	Saya merasa ada yang kurang jika saya tidak menggunakan <i>e-wallet</i> dalam transaksi digital
		HT4	Saya secara otomatis memilih <i>e-wallet</i> setiap kali bertransaksi digital
8	<i>Trust</i> (TR)	TR1	Saya percaya bahwa informasi pribadi saya aman ketika menggunakan <i>e-wallet</i>
		TR2	Saya percaya bahwa kesalahan teknis pada <i>e-wallet</i> jarang terjadi
		TR3	Saya percaya bahwa hukum dan struktur teknologi <i>e-wallet</i> melindungi saya dari masalah
		TR4	Saya percaya terhadap prosedur yang ditetapkan oleh <i>e-wallet</i>
9	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	BI1	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari
		BI2	Saya berencana untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> di masa mendatang
		BI3	Saya berniat untuk lebih sering menggunakan <i>e-wallet</i> dibandingkan metode pembayaran lainnya
		BI4	Saya akan terus menggunakan <i>e-wallet</i> karena kualitas pelayanannya yang baik
10	<i>Use Behavior</i> (UB)	UB1	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> setiap hari untuk melakukan transaksi digital
		UB2	Saya telah menggunakan <i>e-wallet</i> berulang kali dalam transaksi digital
		UB3	Saya selalu menggunakan <i>e-wallet</i> untuk setiap transaksi digital yang saya lakukan
		UB4	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk berbagai jenis transaksi digital, seperti pembayaran, pembelian, dan transfer uang

3.7. Pengujian Instrumen

Sebelum instrumen penelitian digunakan, penting untuk melakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian tersebut memiliki kualitas yang baik dan layak digunakan. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden, agar hasil pengujian mendekati kurva normal [15].

Suatu instrumen dikatakan valid jika memenuhi kriteria $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, di mana r_{tabel} bernilai 0.361. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka indikator tersebut dianggap valid, yang berarti data yang dihasilkan dari indikator tersebut dapat dipercaya untuk mewakili variabel yang diukur [15].

Hasil uji validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa setiap indikator dari masing-masing memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , sehingga seluruh item memenuhi kriteria validitas dan dinyatakan valid serta layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

3.8. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, karena data yang diperoleh berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Kota Surabaya. Hasil dari penyebaran kuesioner ini berhasil menjangkau sebanyak 739 responden.

Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan proses pembersihan data (*data cleaning*) untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi dengan kriteria penelitian, yaitu responden yang telah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* setidaknya lima kali sejak memiliki *e-wallet*. Proses *data cleaning* menunjukkan adanya satu data yang tidak memenuhi kriteria, sehingga data tersebut dihapus dari analisis. Dengan demikian, jumlah data responden yang valid dan digunakan dalam analisis penelitian ini adalah sebanyak 738 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Informasi Demografi Responden

Penelitian ini menganalisis informasi demografi yang meliputi informasi terkait jenis kelamin, usia, status, domisili, jenis *e-wallet* yang dimiliki oleh responden, *e-wallet* yang sering digunakan oleh responden, lama penggunaan *e-wallet*, dan frekuensi penggunaan *e-wallet*. Data ini memuat informasi hasil pengolahan data dari 738 responden dengan hasil sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Responden

Responden pada penelitian ini didominasi oleh pengguna *e-wallet* berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah mencapai 635 orang atau sekitar 86%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna *e-wallet* sebagian besar berasal dari kalangan perempuan.

b. Usia Responden

Pengguna *e-wallet* pada penelitian ini mayoritas berada dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun, dengan jumlah sebanyak 661 orang atau sekitar 89,6%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna *e-wallet* sebagian besar berasal dari kalangan muda, khususnya di kelompok usia 18-24 tahun.

c. Status Responden

Pada penelitian ini sebagian besar responden merupakan seorang Pelajar/Mahasiswa, dengan jumlah sebanyak 581 orang atau 78,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* didominasi oleh pengguna yang berasal dari kalangan Pelajar/Mahasiswa.

d. Domisili Responden

Mayoritas responden pada penelitian ini berdomisili di Surabaya Timur, dengan jumlah 263 orang atau sekitar 35,6%. Hal ini mengindikasikan bahwa Surabaya Timur merupakan domisili dengan pengguna *e-wallet* tertinggi dalam penelitian ini.

e. Jenis *e-wallet* yang dimiliki

Berdasarkan hasil penelitian, ShopeePay menjadi *e-wallet* dengan jumlah pengguna terbanyak, yaitu 671 orang atau 90,9% dari seluruh responden. Dengan demikian, ShopeePay menjadi pilihan *e-wallet* yang paling populer di kalangan responden.

f. *E-wallet* yang sering digunakan

ShopeePay juga tercatat menjadi *e-wallet* yang paling sering dipakai oleh responden dalam melakukan transaksi, dengan total 355 orang atau 48,1% dari seluruh responden. Hal ini mengindikasikan bahwa ShopeePay adalah pilihan utama responden saat bertransaksi menggunakan *e-wallet*.

g. Lama Penggunaan

Mayoritas responden yaitu sebanyak 561 orang atau sekitar 76,0%, mengungkapkan bahwa mereka sudah menggunakan *e-wallet* selama lebih dari 2 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini telah menggunakan *e-wallet* dalam jangka waktu yang cukup lama.

h. Frekuensi Penggunaan

Pada penelitian ini, mayoritas responden sebanyak 291 orang atau 39,4% dari keseluruhan responden, menyatakan bahwa mereka menggunakan *e-wallet* sebanyak 3-5 kali dalam seminggu. Hasil ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan *e-wallet* cenderung tinggi, dengan mayoritas responden menggunakannya secara rutin, terutama dalam rentang 3-5 kali per minggu.

4.2. Outer Model

Analisis model pengukuran, atau yang biasa disebut *Outer Model*, dilakukan untuk mengevaluasi korelasi antara variabel laten dengan indikator-indikatornya [17].

Dalam analisis ini, dilakukan pengukuran terhadap *Convergent Validity* dan *Reliability*. Uji

validitas konvergen digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator pengukuran yang digunakan untuk suatu konstruk dapat merepresentasikan konstruk tersebut [18].

Untuk mengevaluasi validitas konvergen, dilakukan analisis terhadap nilai *Outer Loadings* dan AVE (*Average Variance Extracted*).

Validitas konvergen sebuah indikator dianggap terpenuhi jika *outer loadings* memiliki nilai > 0.7 dan AVE dengan nilai > 0.5 [18].

Di bawah ini merupakan nilai *outer loadings* dan AVE pada setiap indikator dan variabel pada penelitian ini.

Tabel 2. Nilai Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loadings	AVE
Performance Expectancy (PE)	PE1	0.761	0.594
	PE 2	0.762	
	PE 3	0.790	
	PE 4	0.811	
	PE 5	0.726	
Effort Expectancy (EE)	EE1	0.796	0.652
	EE 2	0.737	
	EE 3	0.857	
	EE 4	0.817	
	EE 5	0.826	
Social Influence (SI)	SI1	0.732	0.562
	SI2	0.739	
	SI3	0.759	
	SI4	0.804	
	SI5	0.709	
Facilitating Condition (FC)	FC1	0.786	0.637
	FC2	0.719	
	FC3	0.820	
	FC4	0.815	
	FC5	0.844	
Hedonic Motivation (HM)	HM1	0.864	0.785
	HM2	0.898	
	HM3	0.900	
	HM4	0.880	
Price Value (PV)	PV1	0.873	0.756
	PV3	0.872	
	PV4	0.863	
Habit (HT)	HT1	0.773	0.707
	HT2	0.867	
	HT3	0.839	
	HT4	0.880	
Trust (TR)	TR1	0.862	0.743
	TR2	0.823	
	TR3	0.894	
	TR4	0.866	
Behavioral Intention (BI)	BI1	0.884	0.755
	BI2	0.869	
	BI3	0.845	
	BI4	0.876	
Use Behavior (UB)	UB1	0.853	0.681
	UB2	0.767	
	UB3	0.863	
	UB4	0.814	

Uji reliabilitas (*reliability*) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu

instrumen dalam merepresentasikan suatu variabel tertentu [15].

Data dianggap memiliki reliabilitas jika hasil yang diperoleh menunjukkan konsistensi meskipun diuji pada kondisi yang berbeda. Reliabilitas dari sebuah instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan memeriksa nilai dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) pada masing-masing indikator [18].

Jika *Cronbach's Alpha* dan CR memiliki nilai yang lebih dari 0.7, maka instrumen tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas [18].

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (α)	CR
PE	0.808	0.866
EE	0.904	0.929
SI	0.816	0.866
FC	0.862	0.901
HM	0.844	0.895
PV	0.848	0.898
HT	0.877	0.916
TR	0.906	0.934
BI	0.894	0.926
UB	0.874	0.913

Dari tabel hasil pengujian reliabilitas diatas, setiap variabel pada model memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan CR yang sudah sesuai dengan kriteria, yaitu > 0.7 . Sehingga, seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini sudah sesuai dan memenuhi kriteria reliabilitas yang ditetapkan.

4.3. Inner Model

Analisis model struktural, atau yang biasa disebut *Inner Model* dianalisis untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten yang ada dalam model penelitian [17].

Terdapat dua metrik yang digunakan untuk mengevaluasi *inner model* yaitu *R-square* dan *F-square*.

Nilai *R-square* menggambarkan seberapa baik *independent variable* dapat menjelaskan variasi pada *dependent variable*. Sebuah model dianggap baik jika memiliki nilai *R-square* lebih besar dari 0.75, moderat di 0.50, dan lemah pada 0.25 [18].

Tabel 4. Hasil Analisis Nilai R-square

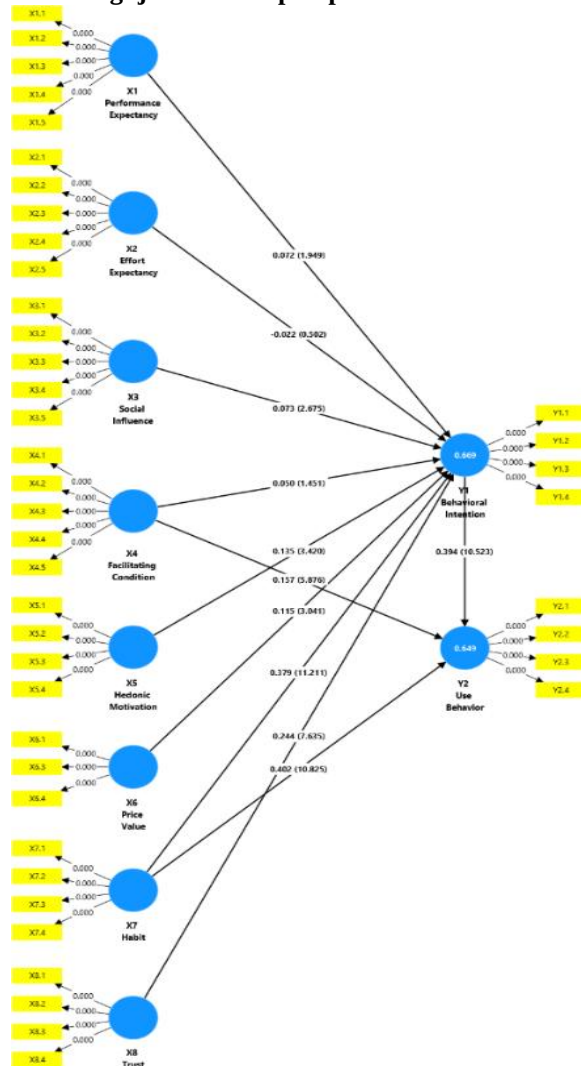
Variabel	R-square
Behavioral Intention	0.669
Use Behavior	0.649

Nilai *F-square* atau *effect size* menggambarkan besar atau kecilnya sebuah pengaruh yang diberikan oleh setiap *independent variable* terhadap *dependent variable*. Sebuah variabel dianggap memiliki pengaruh besar jika nilai *F-square* mencapai 0.35, sedang pada 0,15, dan pengaruh kecil jika nilainya 0,02 terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Analisis Nilai *F-square*

Variabel	F-square
<i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.007
<i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.001
<i>Social Influence</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.011
<i>Facilitating Condition</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.003
<i>Facilitating Condition</i> → <i>Use Behavior</i>	0.059
<i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.022
<i>Price Value</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.019
<i>Habit</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.245
<i>Habit</i> → <i>Use Behavior</i>	0.226
<i>Trust</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.095
<i>Behavioral Intention</i> → <i>Use Behavior</i>	0.197

4.4. Pengujian terhadap Hipotesis

Gambar 3. Hasil Proses *Bootstrapping*

Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan memanfaatkan *software* SmartPLS 4.0 dan dengan

teknik *bootstrapping*. Hasil dari analisis *bootstrapping* ditampilkan pada gambar berikut ini.

Analisis melalui *path coefficient* dilakukan untuk menguji hipotesis dengan memeriksa nilai dari *original sample*, *t-statistics*, dan *p-value* [68]. *Path coefficient* berfungsi untuk mengevaluasi besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *original sample* menunjukkan arah pengaruh antara variabel, apakah positif atau negatif. Signifikansi *path coefficient* dievaluasi dengan menggunakan dua parameter utama yaitu *t-statistics* dan *p-value*. Agar hasil pengujian dianggap signifikan dan hipotesis dapat diterima, nilai *p-value* harus < 0.05 dan nilai *t-statistics* harus ≥ 1.96 [19]. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis ditampilkan secara rinci pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path	O	T-statistics	P-values	Ket.
H1	PE → BI	0.072	1.949	0.051	Tidak Signifikan
H2	EE → BI	-0.022	0.502	0.615	Tidak Signifikan
H3	SI → BI	0.073	2.675	0.007	Signifikan
H4	FC → BI	0.050	1.451	0.147	Tidak Signifikan
H4a	FC → UB	0.157	5.876	0.000	Signifikan
H5	HM → BI	0.135	3.420	0.001	Signifikan
H6	PV → BI	0.115	3.041	0.002	Signifikan
H7	HT → BI	0.379	11.211	0.000	Signifikan
H7a	HT → UB	0.402	10.825	0.000	Signifikan
H8	TR → BI	0.244	7.635	0.000	Signifikan
H9	BI → UB	0.394	10.523	0.000	Signifikan

Hasil pengujian hipotesis yang tertera pada tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* tidak memenuhi kriteria signifikan. Ketiga variabel ini mempunyai nilai *t-statistics* kurang dari 1.96 dan nilai *p-value* lebih dari 0.05, sehingga dengan hasil tersebut menyebabkan hipotesis untuk ketiga variabel tersebut dinyatakan tidak signifikan dan ditolak. Sementara itu, enam variabel lainnya, yaitu *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *trust*, dan *behavioral intention*, menunjukkan hasil yang signifikan dalam pengujian hipotesis. Keenam variabel ini memiliki nilai *t-statistics* lebih dari 1.96 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05, yang berarti hipotesis untuk keenam variabel tersebut diterima.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa delapan dari sebelas total hipotesis yang diajukan diterima, sementara tiga hipotesis lainnya ditolak. Adapun beberapa variabel, yaitu *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *trust* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna dalam penggunaan *e-wallet*. Selain itu, *facilitating*

conditions, *habit*, dan *behavioral intention* juga ditemukan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan. Faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah *Habit*, hal tersebut terbukti melalui hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Habit* memiliki nilai *path coefficient* terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya.

Sementara itu *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil ini diperoleh berdasarkan evaluasi pada nilai *p-values* dan *t-statistic* dalam pengujian *path coefficient*, di mana hipotesis dianggap signifikan dan diterima jika nilai *p-values* kurang dari 0.05 dan nilai *t-statistic* yang lebih besar dari 1.96. Bagi penelitian berikutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan model lain seperti TAM dan TAM3, serta menambahkan variabel atau indikator baru seperti *Perceived Risk* dan *Perceived Security*, atau menerapkan model dan variabel lain yang masih relevan dengan pengukuran dan penerimaan *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Rizkiyah, L. Nurmayanti, R. D. N. Macdhy, and A. Yusuf, "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 16, no. 1, pp. 107–126, 2021, doi: [10.33369/insight.16.1.107-126](https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126).
- [2] DataIndonesia.id, "Hasil Survei Jenis Fintech yang Paling Banyak Dimiliki Warga Indonesia," DataIndonesia.id, 2023. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/hasil-survei-jenis-fintech-yang-paling-banyak-dimiliki-warga-indonesia>.
- [3] Bank Indonesia, "Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah (SPIP) - Juni 2024," Bank Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Pages/SPIP-Juni-2024.aspx>.
- [4] Jubelio.com, "Survei Dompot Digital Paling Favorit di Indonesia [2024]," Jubelio.com, 5 April 2024. [Online]. Available: <https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/>.
- [5] V. Venkatesh, S. M. Walton, and J. Y. L. Thong, "Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1." [Online]. Available: <http://about.jstor.org/terms>.
- [6] M. T. Hidayat, Q. Aini, and E. Fetrina, "Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study)," 2020.
- [7] N. S. Desvira and M. F. Aransyah, "Analysis of factors influencing interest and behavior in using ShopeePay features using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model," *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 12, no. 2, pp. 178–191, 2023.
- [8] R. Safitri and M. Andriansyah, "Analisis Penerimaan Teknologi Keuangan (FINTECH) Terhadap Penggunaan Aplikasi Fintech OVO," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol. 4, no. 4, pp. 538–549, 2020, doi: [10.52160/ejmm.v4i4.369](https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.369).
- [9] M. J. Succi and Z. D. Walter, "Theory of User Acceptance of Information Technologies: An Examination of Health Care Professionals," 1999.
- [10] Bank Indonesia, "Peraturan BI No. 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran," Bank Indonesia, 2016. [Online]. Available: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx.
- [11] V. Venkatesh, R. H. Smith, M. G. Morris, G. B. Davis, F. D. Davis, and S. M. Walton, "Quarterly User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1."
- [12] D. Septia Pratiwi and I. Kadek Dwi Nuryana, "Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA," *JEISBI*, vol. 02, p. 2021.
- [13] R. W. Wicaksono and G. Subagja, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX. ID Di Bandar Lampung)," *Jurnal Kompetitif Bisnis*, vol. 1, no. 5, pp. 10–10, 2021, doi: [10.31869/mi.v1i2.3862](https://doi.org/10.31869/mi.v1i2.3862).
- [14] J. Cori, I. Menuk, and D. Arianto, "Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Digital*, vol. 3, no. 1, pp. 80–89, 2021, doi: [10.30640/digital.v1i4.411](https://doi.org/10.30640/digital.v1i4.411).
- [15] D. Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 2013.
- [16] S. Riyanto and A. A. Hatmawan, *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish, 2020.
- [17] A. M. Musyaffi, R. J. Johari, I. Rosnidah, D. K. Respati, C. W. Wolor, and M. Yusuf, "Understanding Digital Banking Adoption During Post-Coronavirus Pandemic: An Integration of Technology Readiness and Technology Acceptance Model," *TEM Journal*, vol. 11, no. 2, 2022.
- [18] J. F. Hair Jr, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research," *European Business Review*, vol. 26, no. 2, pp. 106–121, 2014, doi: [10.1108/EBR-10-2013-0128](https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128).
- [19] I. Ghozali and H. Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit UNDIP, 2015.