

PENDEKATAN TPB DALAM MENGANALISIS SIKAP PENGGUNAAN E-WALLET DANA

Esterina, Tri Suratno, Dewi Lestari

Sistem Informasi, Universitas Jambi

Jl. Raya Jambi-Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Indah, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi 36361

Estrna27@gmail.com

ABSTRAK

Kesadaran privasi data merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti E-Wallet. Ketika kepercayaan pengguna terhadap keamanan data meningkat, minat untuk menggunakan aplikasi digital juga cenderung meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran privasi dan kepercayaan pengguna terhadap sikap penggunaan E-Wallet Dana berdasarkan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model penelitian ini mencakup lima variabel bebas, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), kesadaran privasi (*privacy awareness*), dan kepercayaan (*trust*), yang diuji terhadap variabel terikat berupa niat menggunakan (*intention to use*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 181 responden pengguna aplikasi Dana. Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dalam model, yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, kesadaran privasi, dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan E-Wallet Dana. Temuan ini menguatkan bahwa model *Theory of Planned Behavior* (TPB) relevan digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan layanan E-Wallet, serta menegaskan pentingnya kesadaran privasi dan kepercayaan dalam membentuk perilaku pengguna.

Kata kunci : Kesadaran Privasi, Kepercayaan, *Theory of Planned Behavior*, Niat Menggunakan, E-Wallet, Dana.

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital, transaksi keuangan semakin banyak dilakukan melalui platform berbasis elektronik, salah satunya adalah *electronic wallet*. E-Wallet menawarkan berbagai kemudahan seperti kecepatan transaksi, keamanan tanpa uang tunai, dan integrasi dengan berbagai layanan digital. Salah satu E-Wallet yang banyak digunakan di Indonesia adalah Dana. Namun, di balik pertumbuhan pengguna E-Wallet, terdapat kekhawatiran mengenai perlindungan data pribadi yang berdampak pada kepercayaan dan minat pengguna.

Isu kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi telah meningkatkan perhatian masyarakat terhadap pentingnya privasi data. Pengguna kini semakin selektif dalam memilih aplikasi keuangan yang dianggap aman dan dapat dipercaya. Dalam konteks ini, kesadaran privasi dan kepercayaan pengguna menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi sikap dan niat dalam menggunakan layanan E-Wallet.

Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan E-Wallet Dana, penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh [1]. TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Penelitian ini juga mengintegrasikan dua variabel eksternal, yaitu

kesadaran privasi (*privacy awareness*) dan kepercayaan (*trust*), sebagai faktor penting dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelima variabel tersebut terhadap minat menggunakan E-Wallet Dana. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait adopsi teknologi keuangan serta menjadi acuan praktis bagi pengembang aplikasi dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap E-Wallet.

2. TINJAUAN PUSTAKA

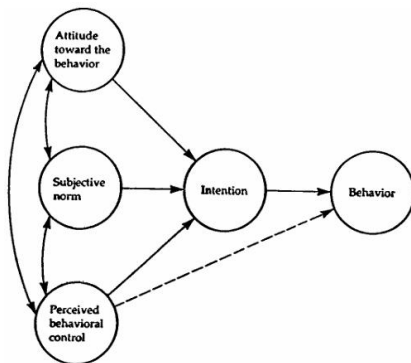
2.1. Dana

Dana merupakan *platform* pembayaran digital yang dapat digunakan untuk segala kebutuhan transaksi online baik di gerai-gerai online maupun konvensional. Aplikasi ini diluncurkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, bekerjasama dengan *Ant Financial* (Alipay) dan Emtex Group. Dana merupakan aplikasi E-Wallet (dompet digital) *open platform* yang lebih berfokus kepada jumlah transaksinya karena Dana berfokus menjadi *daily usage apps* atau aplikasi sehari-hari.

2.2. *Theory Of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan

suatu tindakan (*intention*) dipengaruhi secara langsung oleh tiga komponen utama yaitu Sikap (*Attitude*), Sikap menggambarkan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, Norma Subjektif (*Subjective Norms*) menunjukkan pengaruh social, sedangkan Persepsi Kontrol Perilaku (*perceived behavioral control*) mencerminkan sejauh mana individu merasa mampu melakukan tindakan tersebut.



Gambar 1. *Theory Of Planned Behavior*

2.3. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian [2] yang berjudul "Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)*", dijelaskan bahwa sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) secara signifikan berpengaruh terhadap niat konsumen dalam menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan pendekatan TPB dan membuktikan bahwa faktor psikologis sosial dapat memengaruhi perilaku adopsi teknologi pembayaran digital.

Penelitian lainnya yang berjudul "Pengaruh *Attitude Towards Behaviour*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioural Control* Terhadap Niat Generasi Milenial untuk Menggunakan E-Money [3] menunjukkan bahwa *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap niat perilaku. Penelitian ini memperkuat validitas model TPB dalam konteks keuangan digital.

Dalam penelitian [4] yang meneliti pengaruh persepsi keamanan, privasi, dan pengalaman pengguna terhadap keputusan dalam berbelanja daring. Hasilnya menunjukkan bahwa kesadaran privasi (*privacy awareness*) dan kepercayaan (*trust*) menjadi faktor utama dalam membentuk niat dan keputusan perilaku pengguna. Semakin tinggi kesadaran privasi, maka semakin selektif pengguna dalam memilih platform digital.

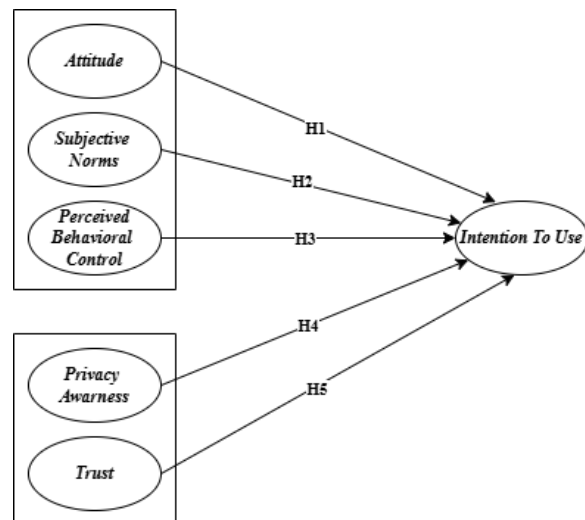
Selanjutnya, penelitian oleh [5] yang menggunakan TPB untuk menganalisis niat generasi milenial dalam berbelanja daring melalui aplikasi Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga konstruk utama TPB memberikan pengaruh

positif terhadap niat perilaku, serta menyarankan bahwa faktor sosial dan kepercayaan sangat relevan dalam membentuk keputusan pengguna terhadap layanan digital.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)* telah digunakan secara luas dan terbukti mampu menjelaskan niat perilaku dalam berbagai konteks teknologi digital. Namun demikian, integrasi variabel kesadaran privasi dan kepercayaan pengguna dalam model TPB, khususnya dalam konteks penggunaan aplikasi E-Wallet lokal seperti Dana, masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur mengenai adopsi layanan keuangan digital, khususnya melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)*.

2.4. Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian dapat terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian

Dari model penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

Sikap (*attitude*) merupakan sikap atau evaluasi positif maupun negatif seseorang terhadap perilaku tertentu. Semakin positif sikap seseorang terhadap suatu tindakan, maka semakin tinggi niat orang tersebut untuk melakukannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Ajzen yang berjudul "*The theory of planned behavior*" yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku berpengaruh positif terhadap niat (*intention*) [1]. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [2], [3] menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*.

Berdasarkan konsep teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Sikap (*Attitude*) berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan (*Intention To Use*)

Norma subjektif adalah pengaruh dari tekanan sosial yang dipersepsikan oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Semakin kuat dukungan dari lingkungan sosial, semakin tinggi niat seseorang untuk melakukan Tindakan tersebut [1]. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa norma subjektif (*subjective norms*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*intention to use*) [6]. Berdasarkan konsep teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Norma Subjektive (*Subjective Norms*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (*Intention To Use*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan suatu keyakinan yang pada akhirnya menentukan niat dan ada tindakan yang merupakan suatu elemen yang berhubungan dengan ada dan tidaknya sumber daya dan peluang. Semakin tinggi persepsi kontrol perilaku, semakin besar niat seseorang untuk bertindak. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Intention To Use*) [7]. Berdasarkan konsep teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (*Intention To Use*)

Kesadaran privasi merupakan kesadaran individu tentang pentingnya perlindungan data pribadi dan perlindungan terhadap informasi yang sensitif. Kesadaran privasi adalah sebuah kemungkinan bahwa perusahaan online menggunakan dan mengumpulkan data individu secara tidak tepat, sehingga konsumen merasa tidak percaya untuk memasukkan data pribadi mereka ketika situs memintanya, konsumen merasa khawatir tentang data yang mereka kirim lewat internet akan disalahgunakan, dan ini berdampak pada keraguan konsumen untuk memberikan semua informasi pribadi ataupun keuangan kepada pihak perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kesadaran privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan [4]. Berdasarkan konsep teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4 : Kesadaran privasi (*Privacy Awareness*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (*Intention To Use*)

Kepercayaan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung [8]. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah

dilakukan menunjukkan bahwa Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Intention To Use*) [5]. Berdasarkan konsep teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

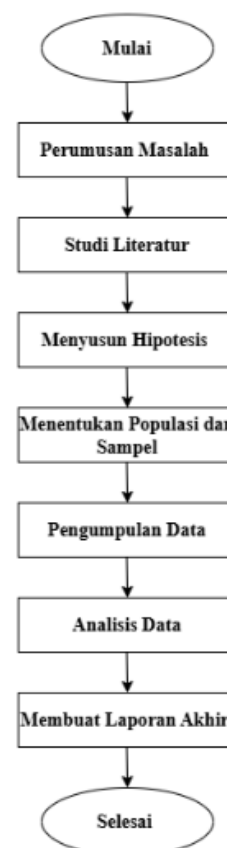
H5 : Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (*Intention To Use*)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis PLS-SEM. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, Dimana populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Dana di Indonesia.

3.1. Kerangka Kerja Penelitian

Pada penelitian ini melakukan susunan kerangka kerja yang menjelaskan bagian tahapan-tahapan penelitian atau langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian, diantaranya melakukan perumusan masalah, studi literature, menyusun hipotesis, menentukan populasi dan sampel, pengumpulan data, analisis data dan pembuatan laporan akhir. Berikut tahapan yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Kerja Penelitian

3.2. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei. Dengan Teknik pengumpulan sampel rumus Hair, sehingga didapat sampel minimum 180 responden. Untuk pengambilan sampel menggunakan

metode *non probability sampling* melalui Teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui responden atau kuesioner yang disebar melalui *google form*. Dalam kuesioner yang dibagikan menggunakan metode pengukuran skala likert. Adapun bentuk skala likert antara lain:

Tabel 1. Skala Likert

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner didapat data sebanyak 185 responden. Namun, terdapat 4 data yang tidak valid. Responden terdiri 121 responden dengan jenis kelamin perempuan dengan presentase 66,9% dan 60 responden berjenis kelamin Laki-laki dengan presentase 33,1%.

Berdasarkan usia, responden terdiri dari 130 responden dengan rentang usia 18 – 25 tahun dengan persentase 71,82%. Responden dengan rentang usia 26 – 35 tahun sebanyak 40 responden dengan persentase 22%. Responden dengan rentang usia >35 tahun sebanyak 11 responden dengan persentase 6%.

Berdasarkan frekuensi pemakaian selama 1 bulan, 2 responden menjawab dengan frekuensi 1-3 kali dengan persentase 1%, 72 responden menjawab dengan frekuensi 4-6 kali dengan persentase 39,7%. 48 responden menjawab dengan frekuensi 7-9 kali dengan persentase 26,5%. 22 responden menjawab dengan frekuensi 10-12 kali dengan persentase 12,1%. 37 responden menjawab dengan frekuensi lebih dari 12 kali dengan persentase 20,4%.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Dalam PLS dengan indikator reflektif, validitas konvergen ditentukan melalui nilai loading factor yang diperoleh melalui proses iterasi hingga mencapai kondisi konvergen. Untuk model baru atau penelitian awal, nilai loading factor antara 0,5–0,6 masih dapat diterima [9]. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,5 menunjukkan bahwa indikator dinyatakan valid. Hasil uji validitas konvergen ditampilkan pada bagian berikut.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan	AVE
<i>Attitude</i>	AT1	0,733	Valid	0.579
	AT2	0,794	Valid	
	AT3	0,824	Valid	
	AT4	0,684	Valid	
<i>Subjective Norm</i>	SN1	0,898	Valid	0.778
	SN2	0,866	Valid	

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan	AVE
<i>Perceive Behavioral Control</i>	PBC1	0,792	Valid	0.626
	PBC2	0,807	Valid	
	PBC3	0,774	Valid	
<i>Intention</i>	IN1	0,885	Valid	0.771
	IN2	0,872	Valid	
<i>Privacy Awareness</i>	PA1	0,825	Valid	0.675
	PA2	0,853	Valid	
	PA3	0,785	Valid	
	TR1	0,848	Valid	
<i>Trust</i>	TR2	0,844	Valid	0.664
	TR3	0,828	Valid	
	TR4	0,732	Valid	

Dari hasil data pada tabel diatas, terdapat dua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai outer loading dibawah 0.7 yaitu AT4 (0.684). Loading factor 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima [9]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator AT4 (0.684) dalam penelitian ini memiliki tingkat validitas konvergen yang baik dan dapat diterima.

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, ketepatan, dan konsistensi instrumen dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* maupun *cronbach's alpha* di atas 0,70 [10]. Tabel 2 berikut menampilkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang digunakan untuk uji reliabilitas

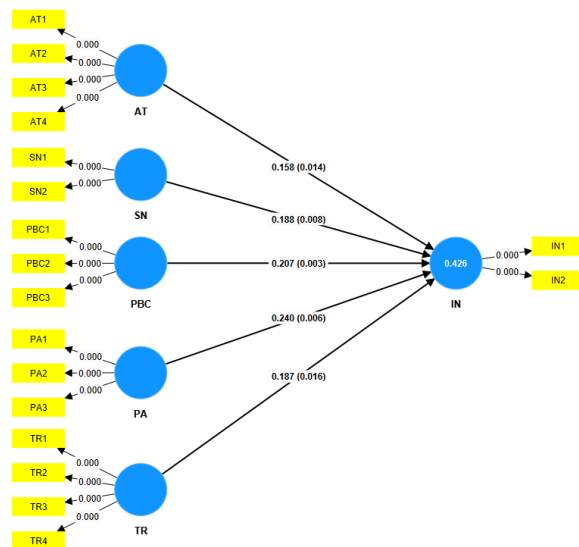
Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
<i>Attitude</i>	0.780	Valid dan Reliabel
<i>Subjective Norm</i>	0.724	Valid dan Reliabel
<i>Perceive Behavioral Control</i>	0.704	Valid dan Reliabel
<i>Intention</i>	0.705	Valid dan Reliabel
<i>Privacy Awareness</i>	0.761	Valid dan Reliabel
<i>Trust</i>	0.834	Valid dan Reliabel

Berdasarkan data pada Tabel 2, baik nilai *composite reliability* semua konstruk menunjukkan angka di atas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Sehingga, dapat dilakukan pengujian tahap berikutnya yaitu uji model struktural (*inner model*).

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis penelitian. Tingkat signifikansi hubungan antar variabel dapat dilihat dari nilai t-statistik berdasarkan hasil *bootstrapping*. Dimana nilai t-statistik harus lebih besar dari t-tabel. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan uji *Two tailed* dengan tingkat signifikansi 5%. Pada signifikansi 5% hipotesis

diterima jika memiliki t-statistik lebih besar dari t-tabel yakni sebesar 1,96 [10]. Berikut merupakan gambar hasil dari pengujian *bootstrapping* menggunakan SmartPLS



Gambar 4. Hasil Pengujian Bootstrapping

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	T-Statistic	P-Values	Keterangan
H1 : AT -> IN	2.462	0.014	Diterima
H2 : SN -> IN	2.641	0.008	Diterima
H3 : PBC -> IN	3.013	0.003	Diterima
H4 : PA -> IN	2.758	0.006	Diterima
H5 : TR -> IN	2.415	0,016	Diterima

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan metode bootstrapping yang dijelaskan dengan melihat tingkat signifikansi pengaruh hubungan antar variabel yaitu dengan melihat T-Statistik. *Rule of thumb* yang digunakan pada penelitian ini yang digunakan untuk pengujian hipotesis menggunakan hipotesis *two-tailed* dengan nilai signifikansi tingkat keyakinan sebesar 95% sehingga T-Tabelnya yaitu 1,96. Apabila nilai T Statistik > T-Tabel dengan tingkat signifikansi P-Values < 0,05 maka hasil dinyatakan signifikan atau diterima. P-Values sendiri merupakan besarnya peluang yang diamati pada uji statistik. Dari 5 hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini, semua hipotesis diterima.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dalam model, yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, kesadaran privasi, dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *E-Wallet* DANA. Temuan ini menguatkan bahwa model *Theory of Planned Behavior* (TPB) relevan digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan layanan *E-Wallet*,

serta menegaskan pentingnya kesadaran privasi dan kepercayaan dalam membentuk perilaku pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- [2] Y. Yuliana, A. Arwin, W. Weny, C. Lo, and J. Kuan, "Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB)," *J. E-Bis*, vol. 6, no. 2, pp. 680–690, 2022, doi: 10.37339/e-bis.v6i2.1032.
- [3] M. R. Slamet and D. R. Sari, "Pengaruh Attitude Towards Behaviour, Subjective Norms, dan Perceived Behavioural Control Terhadap Niat Generasi Milenial untuk Menggunakan E-Money," *J. Appl. Manag. Account.*, vol. 6, no. 1, pp. 166–172, 2022, doi: 10.30871/jama.v6i1.3987.
- [4] A.- Efendi and R.- Rahmiati, "Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online," *J. Kaji. Manaj. Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 27–40, 2020, doi: 10.24036/jkmb.10890000.
- [5] W. R. Amela, A. H. Lubis, and H. Sabrina, "Penggunaan Theory of Planned Behavior untuk Menganalisis Niat Perilaku Milenial dalam Belanja Daring melalui Aplikasi Instagram," *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Inform.)*, vol. 16, no. 2, pp. 210–230, 2019, doi: 10.26487/jbmi.v16i2.7671.
- [6] I. R. Darmayanti and M. W. Girindratama, "Pengaruh Subjective Norm, Attitude dan Perceived Behavioural Control terhadap Intention to Use Parkir Elektronik," *Owner*, vol. 5, no. 2, pp. 319–328, 2021, doi: 10.33395/owner.v5i2.396.
- [7] L. A. Pradita and M. Munari, "... , Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce," ... *Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–23, 2021, [Online]. Available: <http://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/721%0Ahttps://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/download/721/435>
- [8] V. Leninkumar, "The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty," *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 7, no. 4, 2017, doi: 10.6007/ijarbss/v7-i4/2821.
- [9] T. A. Kornelius, R. K. Hudiono, U. Kristen, and S. Wacana, "Analisa Pengaruh Fasilitas terhadap Citra Destinasi dalam Meningkatkan Angka Kunjungan di Desa Wisata Kertalangu," vol. 4, pp. 14589–14607, 2024.
- [10] 2021 Ghozali dan Lathan, *Aplikasi Analisis Multivariate*. 2011.