

Penggunaan *E-Wallet* dengan Pendekatan TAM di Jakarta Barat

Hellen Desiyanti, Wulandari Agustiniingsih*

Universitas Esa Unggul

*Correspondence email: wulandari.agustiningsih@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat penggunaan *E-Wallet* menggunakan pendekatan TAM di Jakarta barat. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model untuk menguji dan memprediksi bagaimana perilaku pengguna teknologi berdasarkan pada persepsi kegunaan dan kemudahan. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Variabel sikap dan minat penggunaan teknologi juga digunakan sebagai variabel mediasi dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online. Peneliti menggunakan google form untuk membuat kuesioner. Kuesioner menggunakan skala likert: skala 5 nilai, yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1, tidak setuju (ST) dengan nilai 2, Netral (N) dengan nilai 3, setuju (S) dengan nilai 4 dan Sangat setuju (SS) dengan nilai 5. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dan diolah menggunakan spss. Kriteria Sampel diambil dari konsumen yang sudah pernah menggunakan *e-wallet*. Jumlah sampel yang diperoleh mencapai 162 selama bulan April-mei 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna *e-wallet* di Jakarta Barat. Selain itu, variabel sikap memediasi persepsi kegunaan dan kemudahaan terhadap minat penggunaan teknologi.

Kata kunci : *E-Wallet; Minat Pengguna; Persepsi Kegunaan; Persepsi Kemudahan; Technology Acceptance Model (TAM);*

ABSTRACT

This study aims to analyze the interest in using E-wallet using the TAM approach in West Jakarta. Technology Acceptance Model (TAM) is a model to test and predict how technology users behave based on perceived usefulness and convenience. This study uses two independent variables, namely perceived usefulness and perceived convenience. The variables of attitude and interest in using technology are also used as mediating variables and dependent variables. The independent variable in this study. Primary data was collected through the distribution of online questionnaires. The researcher used google form to make a questionnaire. The questionnaire uses a Likert scale: a scale of 5 values, namely strongly disagree (STS) with a value of 1, disagree (ST) with a value of 2, Neutral (N) with a value of 3, agree (S) with a value of 4 and Strongly agree (SS) with a value of 5. The sampling technique used the convenience sampling method and processed SPSS. Criteria Samples are taken from consumers who have used e-wallet. The number of samples obtained reached 162 during April-May 2022. The results showed that the perception of usability and perceived convenience influenced the interest of e-wallet users in West Jakarta. In addition, the attitude variable mediates the perception of usefulness and ease of interest in using technology.

Keywords : *E-Wallet; Perception of Ease; Perception of Usefulness; Technology Acceptance Model (TAM); User Interests*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi secara tidak langsung berdampak pada perubahan perekonomian, seperti perubahan metode pembayaran yang awalnya semua pembayaran dilakukan secara tunai, kemudian beralih ke adanya metode pembayaran dengan kartu dimana kartu tersebut dapat berupa kartu debit atau kartu kredit. Kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank. Di bawah pengawasan Bank Indonesia, kini ada metode pembayaran yang dikeluarkan oleh sebuah startup, diperkenalkan dalam dompet elektronik (*E-Wallet*) yang memfasilitasi transaksi tanpa membawa uang tunai (Utami, 2019). Fenomena meningkatnya penggunaan *E-Wallet* di masa pandemi covid-19 menunjukkan bahwa masyarakat umum dalam hal ini pengguna telah mengadopsi aplikasi *E-Wallet* untuk mendukung

transaksi sehari-hari, dimana fenomena ini dianggap penting karena membawa dampak perubahan dalam kehidupan masyarakat berilaku dan budaya dalam transaksi nontunai (Ardianto & Azizah, 2021).

Model TAM yang sesungguhnya diterapkan dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*), yang mengasumsikan bahwa tindakan rasional berdasarkan tanggapan dan persepsi individu yang akan menentukan sikap dan perilakunya. Tanggapan dan persepsi pengguna biasanya akan mempengaruhi sikap mereka terhadap adopsi teknologi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kegunaan dan kegunaan teknologi informasi sebagai adalah bertindak rasional dalam konteks penggunaan, sehingga bagaimana seorang individu dapat merasakan manfaat serta kemudahan penggunaan teknologi informasi akan membuat tindakan/perilaku masyarakat acuan dalam adopsi suatu teknologi (Agustin *et al.*, 2021).

Persepsi kegunaan sebuah teknologi informasi sebagai suatu skala yang menerangkan akan kepercayaan individu bahwa pemakaian teknologi akan membawa manfaat bagi dirinya. Manfaat menggunakan sistem mungkin tidak memberi pengaruh secara langsung pada niat namun berpengaruh signifikan pada sikap, yang pada gilirannya berdampak pada niat menggunakan sistem (Santioso *et al.*, 2018). Persepsi ini mempengaruhi minat individu dalam hal pemanfaatan sistem. Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi, kegunaan *e-wallet* akan semakin dibutuhkan oleh masyarakat ini faktor peningkatan efektivitas dan efisiensi itulah tujuan dari penggunaan sistem ini (Wardhana, 2019). Persepsi kemudahan penggunaan diketahui bahwa seberapa jauh individu memiliki pemikiran yakni yakin akan kemudahan yang diperolehnya ketika memakai teknologi, serta keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan. Ketika individu menganggap suatu sistem mudah dipakai, mereka cenderung akan memakainya lagi (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Dua faktor penentu utama yang mempengaruhi niat dalam adopsi teknologi informasi, pertama individu akan cenderung memilih untuk memakai aplikasi itu atau tidak selama mereka percaya itu akan mendukung operasi, meskipun mengacu pada manfaat yang dirasakan, kedua individu menemukan teknologi terlalu rumit untuk digunakan. Sehingga mereka cenderung tidak menggunakannya walaupun mereka menganggap teknologi itu berguna (Indriyani & Sartika, 2022).

Penelitian sebelumnya telah mengkaji nilai dari penggunaan teknologi ini, namun demikian yang membedakan penelitian ini adalah adanya tambahan variable minat dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*. Selain itu, periode penelitian yang digunakan adalah tahun 2022 di Jakarta Barat. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari : Implementasi *Analytical Hierarchy Process* (Ahp) Dalam Pemilihan *E-Wallet* Untuk Mahasiswa (Utami, 2019), Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya (Ardianto & Azizah, 2021), Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Toward Using E-Wallet* pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19 (Agustin *et al.*, 2021), Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce (Wardhana, 2019), Persepsi Generasi Z pada Penggunaan *E-wallet* selama Pandemi Covid-19 (Indriyani & Sartika, 2022). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis minat penggunaan *e-wallet* dengan pendekatan *Theory of Reasoned Action* (TAM) selama masa pandemi covid-19 pada tahun 2022.

METODE

Desain penelitian ini memakai pendekatan asosiatif kuantitatif. Data berasal dari data primer, yang dimana dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online. Peneliti menggunakan google form untuk membuat kuesioner. Pengukuran yang dipakai adalah dengan skala likert dengan skala 5 nilai, yakni sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1, tidak setuju (ST) dengan nilai 2, Netral (N) dengan nilai 3, setuju (S) dengan nilai 4 dan Sangat setuju (SS) dengan nilai 5. Kuesioner dalam penelitian disusun melalui indeks dari variabel yang diteliti dengan memberikan alternatif jawaban. Persepsi kegunaan memiliki indikator penggunaan teknologi dan kebermanfaatannya yang dirasakan, persepsi kemudahan memiliki indikator mudah untuk digunakan dan dipahami, sikap memiliki indikator penerimaan terhadap teknologi, minat memiliki indikator keinginan untuk melanjutkan penggunaan teknologi.

Populasi penelitian ini berfokus pada pengguna *e-wallet* yang berada di Jakarta. Penelitian dilakukan selama bulan April sampai Mei 2022. Sampel diambil dengan memanfaatkan metode *convenience sampling* dengan total 162 orang. Kriteria Sampel diambil dari konsumen yang pernah bertransaksi memakai *e-wallet*. Menurut Dr. Ghazali penentuan jumlah sampel bergantung pada jumlah

indikator dikalikan 5 sampai 10. Penelitian ini memakai analisis regresi linier berganda dengan variabel mediasi yaitu variabel Sikap. Variabel ini dibuat didasarkan pada model TAM. Penelitian ini akan menggunakan uji instrumental yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Di sisi lain, penelitian ini juga akan melakukan pengujian asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas) serta uji T sebagai uji hipotesisnya. Rumus dari persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

Persamaan 1 Mediasi Sikap

$$M = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \varepsilon$$

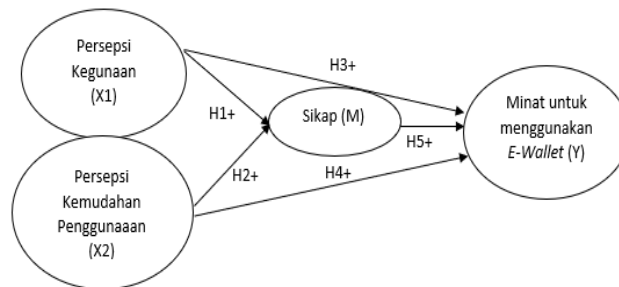
Persamaan 2 Regresi berganda dengan Variabel Sikap

$$Y = \alpha + \beta_1.PKG + \beta_2.PKM + \beta_3.SK + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Minat penggunaan *e-wallet*
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien Persamaan Regresi *Kegunaan teknologi*
- β_2 = Koefisien Persamaan Regresi *Kemudahan teknologi*
- β_3 = Koefisien Persamaan Regresi *Sikap*
- X1 = Persepsi Kegunaan Teknologi
- X2 = Persepsi Kemudahan Teknologi
- M = Sikap
- ε = *Standart error*

Model Penelitian



Gambar 1.
Model Penelitian

Hubungan Antara Variable

1. Hubungan persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan teknologi

Persepsi kegunaan memiliki hubungan positif dengan sikap penggunaan. Hubungan signifikan ini memiliki maksud bahwa sistem ini memberikan manfaat yang berguna bagi penggunanya oleh sebab itu maka pengguna sistem akan sangat menerima teknologi ini (Susanto & Jimad, 2019). Jika individu merasa *e-wallet* sangat berguna untuk menunjang aktivitasnya maka mereka akan memberikan respon yang positif dengan menunjukkan sikap yang positif. R. Agustin & Hasyim (2019), Prasetio (2020), Nawawi (2020) mengatakan bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi sikap secara positif.

H1 : Terdapat pengaruh positif antara Persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan teknologi.

2. Hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan sikap penggunaan teknologi

Wassalam et al., (2020) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi. Efek dari pengaruh positif ini memberikan arti yang semakin tinggi keinginan adopsi pengguna lantaran kemudahan yang dirasakannya. Sehingga pengguna pun akan menunjukkan sikap dalam hal tersebut. Kemudahan penggunaan menunjukkan konstruk tambahan yang kedua di TAM. Kemudahan penggunaan menggambarkan persepsi individu akan keyakinannya bahwa penggunaan teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha. Semakin mudah sebuah teknologi digunakan maka semakin baik

sikap yang ditunjukkan pengguna dalam menyambut teknologi tersebut. Rijatullah et al. (2020) dan Nurlinda & Utami (2019), Anarjia & Zenas Rante (2019) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna teknologi.

H2 : Terdapat pengaruh positif antara Persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan teknologi.

3. Hubungan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *E-Wallet*

Wahyu et al (2020) mengungkapkan bahwa *e-wallet* sangat membantu pengguna merasa nyaman dan menguntungkan. *E-wallet* membantu pengguna dalam hal keringkas, yakni tidak perlunya menyediakan uang tunai kala bepergian serta pengguna bisa mendapatkan promo yang disediakan oleh aplikasi *e-wallet*. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Kegunaan *e-wallet* yang dirasakan pengguna akan menumbuhkan minatnya untuk terus menggunakan *e-wallet*. Setiantoro et al. (2018), Aridi & Agustina (2020), Rahmawati & Yuliana (2020) meneliti bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*, ini menjadi suatu yang menguntungkan bagi pembeli.

H3 : Persepsi kegunaan mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* secara positif

4. Hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Semakin mudah sebuah aplikasi dipahami maka akan semakin diminati konsumen. dan pada saat isi ulang saldo di dalam aplikasi *e-wallet* tidak dikenakan tarif yang terlalu tinggi maka semakin banyak orang yang berminat menggunakan *e-wallet* di tambah promosi maka akan berpengaruh terhadap minat isi ulang *e-wallet* (Isnanda et al., 2021). Penelitian Bertuah & Wicaksono (2021), Pangestu dan Sukresna (2021) serta Falah (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

H4 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*

5. Hubungan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *E-Wallet* dengan sikap sebagai variabel mediasi

Menurut peneliti terdahulu William & Tjokrosaputro (2021) pengguna tidak hanya cenderung menggunakan *E-wallet* karena fitur atau kegunaannya saja, atau bahkan hanya karena aktivitas promosi yang diselenggarakan. Namun niat penggunaan tersebut timbul karena adanya penilaian positif dan perasaan suka para pengguna terhadap aplikasi *E-wallet* (William & Tjokrosaputro, 2021). Seorang individu yang menganggap bahwa *e-wallet* berguna akan menunjukkan respon sikap yang baik sehingga meningkatkan minat mereka dalam menggunakan teknologi. Selain itu, kepercayaan yang tinggi oleh pengguna karena kemudahan yang mereka rasakan akan menimbulkan minat penggunaan pada *e-wallet* yang lebih tinggi ((Lalu Agustino, 2021). Semakin mudah fitur dan akses sebuah aplikasi maka mereka akan bersikap semakin yakin pada teknologi tersebut kemudian membangkitkan minat individu untuk terus menggunakan *e-wallet*. Penelitian Febriani, (2019), Nisa, (2020) Humairoh et al., (2020), Samsudin (2020) dan Rohmah et al., (2020) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat menggunakan *E-Wallet* dengan sikap sebagai variabel mediasi.

H5a : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Wallet* dengan sikap sebagai Variabel Mediasi.

H5b : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Wallet* dengan sikap sebagai Variabel Mediasi.

HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1.
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kegunaan	162	5	25	21.38	3.426
Kemudahan	162	5	25	16.83	2.894
Sikap	162	3	15	10.57	1.615
Minat	162	7	17	12.38	2.409
Valid N (listwise)	162				

Hasil yang didapatkan dari uji statistik deskriptif di atas maka variabel untuk variabel kegunaan yang terdiri atas 5 pertanyaan mempunyai nilai minimum dan maksimum yang masing-masing bernilai 5 dan 25; nilai rata-rata 21,38 dan standar deviation bernilai 3,426 hal tersebut menyiratkan bahwa rata-rata para responden menjawab pernyataan dari variabel ini kearah setuju sehingga dapat dikatakan bahwa responden merasakan adanya kegunaan yang dirasakan dari *e-wallet* ini.

Kemudahan yang terdiri dari 5 pernyataan yang diajukan mempunyai nilai minimum dan maksimum yang masing-masing bernilai 5 dan 25; nilai rata-rata 16,83; dan standar deviation sebesar 2,894 hal tersebut menyiratkan bahwa rata-rata dari responden telah menjawab pernyataan dari variabel ini kearah setuju sehingga dapat dikatakan pula bahwa rata-rata dari para responden merasakan kemudahan dari *e-wallet* yang mereka digunakan.

Berdasarkan hasil diatas variabel sikap yang terdiri 3 pernyataan yang diajukan mempunyai nilai minimum dan maksimum masing-masing bernilai 3 dan 15; nilai rata-rata 10,57; dan standar deviation bernilai 1,615 hasil tersebut menyiratkan bahwa rata-rata dari responden telah menjawab pernyataan dari variabel ini kearah setuju sehingga dapat dikatakan pula bahwa rata-rata dari para responden akan menunjukkan sikap mereka dalam fungsi dari *e-wallet*. Statistik deskriptif menunjukan variabel minat yang terdiri 3 pernyataan yang diajukan mempunyai nilai minimum dan maksimum masing-masing senilai 7 dan 17; nilai rata-rata 12,38; dan standar deviation sebesar 2,409 hasil tersebut menyiratkan bahwa rata-rata dari responden telah menjawab pernyataan dari variabel ini kearah setuju sehingga dapat dikatakan pula bahwa rata-rata dari para responden akan menunjukkan minat akan menggunakan *e-wallet*.

Hasil Uji Prasyarat Analisis

Uji Validitas

Uji validitas data dijalankan dengan memanfaatkan pendekatan *Content (face) validity*. Besaran nilai validitas tiap indikator akan ditemukan melalui penggunaan rumus korelasi product moment. Perhitungan dilakukan dengan memakai *corrected item total correlation*. Pernyataan kuesioner akan disebut valid bilamana besaran nilai $r_i > r$ tabel. Berdasarkan kriteria tersebut item kuesioner dapat dinyatakan valid karena lebih dari r tabel yaitu 0,1289. Dimana untuk X1 memiliki nilai *corrected item total correlation* 0,740. X2 memiliki nilai sebesar 0,658 sedangkan variabel mediasi sikap memiliki nilai 0,774. Terakhir untuk variabel dependen minat penggunaan *e-wallet* bernilai 0,669.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan guna mengukur konsistensi suatu pernyataan kuesioner dalam penelitian. Hasil dimana didapat menyiratkan bahwa seluruh variabel yang diuji sudah reliabel karena nilai *cronbach alpha* berada diatas 0,6. Dimana pada variabel persepsi kegunaan nilainya 0,777, pada variabel persepsi kemudahan *cronbach alpha* bernilai 0,799. Sedangkan untuk variabel sikap dan minat masing-masing memiliki nilai *cronbach alpha* 0,797 dan 0,794.

Tabel 2.
Uji Validitas dan Reliabilitas
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kegunaan	39.78	34.804	.740	.592	.777
Kemudahan	44.33	43.106	.658	.561	.799
Sikap	50.60	55.285	.774	.641	.797
Minat	48.78	48.282	.669	.488	.794

Nilai R table (N=162 alpha = 0.05) = 0.1289

Pengujian :

Corrected Item-Total Correlation > R-Tabel maka Valid

Croncbach's Alpha if Item Deleted > R-Tabel maka Valid

Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik menggunakan Uji Multikolinieritas, hasil pengujian atas multikolinieritas menunjukkan tingkat tolerance untuk variabel kegunaan 0,544, variabel kemudahan bernilai 0,441, serta variabel sikap bernilai 0,362, dimana tingkat tolerance tersebut di atas nilai 0,10, serta nilai variance inflating factor (VIF) yang masih dibawah nilai 10,00, yaitu pada variabel kegunaan 1,840, variabel kemudahan 2,265, dan variabel sikap sebesar 2,763. Maka beracuan pada dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan gejala multikolinieritas tidak terdeteksi pada model penelitian ini.

Tabel 3.
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.969	.983		.986	.326		
Kegunaan	.393	.054	.559	7.240	.000	.544	1.840
Kemudahan	.073	.071	.087	1.017	.311	.441	2.265
Sikap	.169	.141	.113	1.195	.234	.362	2.763

a. Dependent Variable: Minat

Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya hasil diuji menggunakan heteroskedastisitas, dimana variabel kegunaan memiliki nilai signifikansi 1.000, variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 1.000. kesimpulan variabel independen memiliki nilai signifikansi melebihi 0,05 maka berkesimpulan tidak adanya gejala heteroskedastisitas yang berarti sudah terpenuhi.

Tabel 4.
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.454E-16	.778		.000	1.000
Kegunaan	.000	.040		.000	1.000
Kemudahan	.000	.047		.000	1.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Uji Normalitas

Berikutnya adalah uji normalitas dengan nilai Assymp. Sig. (2-tailed) = 0.200 yang artinya melebihi nilai 0,05, bila nilai Assymp.Sig.(2-tailed)>0,05 maka pendistribusian data disebut normal.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	y_lag
N	162
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 1.4144
	Std. Deviation 18.65385
Most Extreme Differences	Absolute .059
	Positive .059
	Negative -.049
Test Statistic	.059
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan data sampel penelitian Koefisiensi Determinasi ini menunjukkan hasil bahwa besaran adjusted R-square didapatkan senilai 0,478 atau 47,8%. Maka hal itu menyiratkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan variabel sikap mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* sebesar 47,8%. Sedangkan sisa lainnya yakni 52,2% dipengaruhi dan diperjelas oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.698 ^a	.488	.478	1.741	2.001

a. Predictors: (Constant), Sikap, Kegunaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat

Uji Hipotesis

Hasil dari pengujian parsial dan pengujian tidak langsung menunjukkan nilai signifikan senilai 0,000, yang berarti berada di bawah nilai 5% sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel kegunaan dengan kemudahan dan sikap berpengaruh positif terhadap variabel minat.

Hasil Uji T (Parsial)

Tabel 6.
Uji T Persepsi Kegunaan terhadap Sikap
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.851	.601			6.404	.000
Kegunaan	.314	.028	.667		11.312	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Tabel 7.
Uji T Persepsi Kemudahan terhadap Sikap
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.611	.506			7.135	.000
Kemudahan	.413	.030	.741		13.949	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Tabel 8.
Uji T Persepsi Kegunaan terhadap Minat
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.097	.878			2.389	.018
Kegunaan	.481	.041	.684		11.868	.000

a. Dependent Variable: Minat

Tabel 9.
Uji T Persepsi Kemudahan terhadap Minat
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			

1 (Constant)	5.538	.981	5.647	.000
Kemudahan	.407	.057	.489	7.082

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Mediasi Persepsi Kegunaan (X1)

```

Model : 4
Y : Y
X : X1
M : M

Sample
Size: 162

*****
OUTCOME VARIABLE:
M

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant 3,8510 ,6013 6,4042 ,0000 2,6634 5,0385
X1      ,3141 ,0278 11,3121 ,0000 ,2593 ,3690
*****

OUTCOME VARIABLE:
Y

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant 1,1202 ,9718 1,1527 ,2508 -,7992 3,0396
X1      ,4013 ,0537 7,4713 ,0000 ,2953 ,5074
M      ,2537 ,1140 2,2252 ,0275 ,0285 ,4788
*****

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y
      Effect      se      t      p      LLCI      ULCI
      ,4013 ,0537 7,4713 ,0000 ,2953 ,5074

Indirect effect(s) of X on Y:
      Effect      BootSE      BootLLCI      BootULCI
M      ,0797 ,0310 ,0116 ,1340
*****

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,0000
    
```

Hasil Uji Mediasi Persepsi Kemudahan (X2)

```

Model : 4
Y : Y
X : X2
M : M

Sample
Size: 162

*****
OUTCOME VARIABLE:
M

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant 3,6107 ,5060 7,1354 ,0000 2,6114 4,6101
X2      ,4133 ,0296 13,9492 ,0000 ,3548 ,4718
*****

OUTCOME VARIABLE:
Y

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant 3,2853 1,0693 3,0724 ,0025 1,1734 5,3971
X2      ,1488 ,0812 1,8328 ,0687 -,0115 ,3091
M      ,6239 ,1455 4,2876 ,0000 ,3365 ,9112
*****

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y
      Effect      se      t      p      LLCI      ULCI
      ,1488 ,0812 1,8328 ,0687 -,0115 ,3091

Indirect effect(s) of X on Y:
      Effect      BootSE      BootLLCI      BootULCI
M      ,2578 ,0615 ,1455 ,3921
*****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,0000
    
```

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi

Hasil dari pengujian ini mendukung hipotesis pertama yaitu adanya pengaruh persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan teknologi maka H1 diterima. Ketika berbelanja secara online masyarakat dapat menggunakan *e-wallet* untuk melakukan pembayaran atas berbagai jenis produk yang ditawarkan dan hal ini dapat dilakukan dimanapun dan juga kapanpun (Prasetio, 2020). Individu yang menganggap *e-wallet* berguna akan menunjukkan sikap yang positif atas keberadaan teknologi tersebut (Febriani, 2019). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Agustin & Hasyim, (2019), Prasetio, (2020), dan Nawawi, (2020) yang menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh langsung pada sikap. Lain dari itu, bila mengacu pada survei sebagian besar responden setuju bahwa sikap mereka terhadap penggunaan teknologi dimulai dari kegunaan aplikasinya.

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dengan sikap penggunaan teknologi

Hasil dari pengujian ini mendukung hipotesis kedua yaitu adanya pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan maka H2 diterima. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap. Sebuah teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan oleh konsumen akan memicu ketertarikan dalam menggunakannya dan pada akhirnya pengguna akan menunjukkan sikap yang positif (Tony, 2019). *E-wallet* merupakan aplikasi yang mudah untuk dipelajari serta memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran online (Pratama & Suputra, 2019). Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Rijatullah, Suroso, & Rujito (2020), Nurlinda & Utami (2019), Anarjia & Zenas Rante (2019) yang mana mereka mendapatkan hasil bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap. Sementara itu, hasil survei yang didasarkan pada persepsi kemudahan menunjukkan mayoritas responden memakai teknologi karena langkah mengoperasikan teknologi mudah diingat.

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan e-wallet

Hasil dari pengujian secara parsial mendukung hipotesis ketiga yaitu adanya pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *E-Wallet* Maka H3 diterima. Semakin tinggi nilai kebergunaan dari sebuah teknologi, akan semakin besar dan tinggi pula minat individu untuk terus memanfaatkan teknologi tersebut. Pada masa pandemi Covid-19 transaksi yang menggunakan kas dibatasi, sehingga banyak orang mulai melirik *e-wallet* sebagai alternatif untuk pembayaran transaksi (Setiantoro et al., 2018). Kehadiran *e-wallet* terutama disaat covid menjadi sebuah hal yang luar biasa karena banyak orang yang merasa dapat terus melakukan transaksi tanpa perlu khawatir akan ancaman virus (Rahmawati & Yuliana, 2020). Hasil yang didapat ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yakni Setiantoro et al., (2018), Aridi & Agustina (2020), Rahmawati & Yuliana (2020).

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet

Berdasarkan dari pengujian secara parsial H4 memperoleh nilai signifikansi maka H4 diterima. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa adanya eksistensi pengaruh oleh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Semakin mudah pembayaran online yang dilakukan, semakin tinggi juga minat konsumen untuk terus memakai *e-wallet* (Bertuah & Wicaksono, 2021). Pada saat pandemi covid banyak orang merasakan kemudahan bertransaksi dengan *e-wallet* karena mereka dapat melakukan pembayaran dimanapun tanpa menggunakan kas. Ini dikarekan *e-wallet* mudah untuk dipahami dan dijalankan, selain itu *e-wallet* juga memberikan beragam diskon pada penggunaanya (Abrilia & Tri, 2020). Hasil yang didapat ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yakni Bertuah & Wicaksono (2021), Pangestu & I Made Sukresna (2021), Falah (2021).

Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi

Hasil dari pengujian secara simultan mendukung Hipotesis kelima yaitu adanya pangaruh persepsi kegunaan terhadap minat untuk menggunakan *e-wallet* dengan sikap sebagai variabel mediasi maka H5a dan 5b diterima. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) minat dalam tingkah laku seseorang yang ditunjukkan oleh tindakan yang mereka ambil didasari oleh sikap subjektif dan kode etik (Pratiwi, 2016). Aplikasi *e-wallet* berguna terutama di masa pandemi covid karena teknologi ini dapat menunjang aktivitas pembayaran baik secara *offline* maupun *online*. Lain dari itu, bentuk tampilan serta

fitur yang tersedia pada *e-wallet* mudah untuk dipahami dan menjadikan transaksi keuangan masyarakat lebih sederhana. Semakin berguna dan mudah sebuah teknologi digunakan maka individu akan memberikan sikap yang positif yang pada akhirnya akan menumbuhkan minat mereka untuk terus memakai *e-wallet* (Falah, 2021). Hasil tersebut sejalan pula dengan penelitiannya Falah (2021) dan Rohmah (2020) yang menerangkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi dengan sikap sebagai variabel moderasi.

SIMPULAN

Mengacu pada pembahasan dimana dijabarkan sebelumnya, kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa hipotesis pertama dan kedua diterima, yaitu terdapat pengaruh positif signifikan antara kegunaan dan kemudahan terhadap sikap penggunaan teknologi pada masa pandemi. Kebermanfaatan dan kemudahan yang diperoleh individu akan memicu sikap yang positif atas keberadaan sebuah teknologi. Hipotesis ketiga dan keempat juga menunjukkan persepsi kegunaan dan kemudahan mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* secara positif dan signifikan. Semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan karena *e-wallet* maka semakin tinggi minat individu untuk terus melakukan transaksi keuangan dengan aplikasi tersebut. Hasil riset ini juga menunjukkan bahwa sikap dapat memediasi hubungan persepsi kegunaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sikap yang positif didasarkan pada pemikiran serta persepsi mereka atas *e-wallet* yang menganggap bahwa teknologi tersebut berguna dan memudahkan transaksi mereka yang pada akhirnya akan meningkatkan minat mereka dan diwujudkan dari tindakan untuk terus menggunakan *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Agustin, R., & Hasyim. (2019). Membangun niat beli secara online melalui kemudahan dan kepercayaan konsumen. *Journal of Economic*, 10(2), 121–132.
- Anarjia, K., & Zenas Rante, J. (2019). Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 1–8. www.journal.ibmasmi.ac.id
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Aridi, K. A., & Agustina, Y. (2020). Pengaruh Independensi Komite Audit, Audit Tenure Dan Reputasi Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2011-2018. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 109–118. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2491>
- Bertuah, E., & Wicaksono, S. M. (2021). Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee Dan Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–21.
- Falah, M. N. (2021). Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid-. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Febriani, S. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree Di Jakarta Dengan Consumer's Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 49–61. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4925>
- Humairoh, H., Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i2.104>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74.
- Isnanda, A., Umaidah, Y., & Jaman, J. H. (2021). Implementasi Naïve Bayes Classifier Dan Information Gain Pada Analisis Sentimen Penggunaan E-Wallet Saat Pandemi. *Jurnal Teknologi Informatika*

- Dan Komputer*, 7(2), 144–153. <https://doi.org/10.37012/jtik.v7i2.648>
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Nisa, U. K. (2020). Pengaruh Hubungan Technology Accepted Model (TAM), Social Influence dan Security terhadap Intention to use E-wallet di Kota Malang dengan attitude dan trust sebagai variabel intervening. *Skripsi*.
- Nurlinda, R. A., & Utami, P. (2019). *Analisis Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap*.
- Pangestu, M. A., & I Made Sukresna. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Prasetyo, R. T. (2020). Analisa Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Google Task di Lingkungan Akademik Menggunakan Metode TAM. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 2(1), 65–74. <https://doi.org/10.51977/jti.v2i1.202>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan AMOS 21. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 2(1), 68–77. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/364/273>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>
- Rijatullah, R., Suroso, A., & Rujito, L. (2020). Peparuh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Resep Elektronik. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(2), 217–231. <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i2.1597>
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh [The Influence of Perceived Ease of Donating, and Effectiveness of Distribution Using Fintech Crowdfunding on. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42–51.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Samsudin, C. M. (2020). *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 247–268.
- Setiantoro, A., Putri, F. D., Novitarani, A., & Njatrijani, R. (2018). Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.220>
- Susanto, E., & Jimad, N. (2019). Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E-filling. *Jurnal Akuntansi Peradaban*, 5(1), 104–125.
- Tony Sitingjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan E-Wallet Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265.

<https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v21i3.730>

- Wardhana, O. H. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wassalam, O. J. F., Umar, R., & Yudhana, A. (2020). Evaluasi Sistem Informasi Media Online Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika*, 6(1), 122–130.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997>