



DISERTASI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI SIKAP DAN
NIAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA GENERASI X
DI BEBERAPA KOTA PULAU JAWA**

***(FACTORS INFLUENCING ATTITUDES AND INTENTIONS TO
USE E-WALLETS AMONG GENERATION X IN SEVERAL
CITIES ON JAVA ISLAND)***

**TOMMY SETIAWAN RUSLIM
118.212.003**

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2024**



PENGESAHAN DISERTASI

Nama : Tommy Setiawan Ruslim
NIM : 118212003
Program Studi : Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas
Judul Disertasi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Sikap dan Niat Menggunakan
E-Wallet pada Generasi X di Beberapa Kota Pulau Jawa
Promotor Utama : Prof. Dr. Ir. Dyah Erny Herwindiati, M. Si.
Promotor Pendamping : Dr. Cokki, S.E., M.M.

Disertasi tersebut telah diuji pada sidang Terbuka/Promosi, tanggal 26 Agustus 2024 dan dinyatakan lulus, dengan Tim Penguji terdiri dari:

Ketua : Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., IPU., A.E.
Anggota : 1. Prof. Dr. Ir. Dyah Erny Herwindiati, M.Si.
2. Dr. Cokki, S.E., M.M.
3. Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si.
4. Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.
5. Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si.

Jakarta, 26 Agustus 2024

Promotor Utama

Prof. Dr. Ir. Dyah Erny Herwindiati, M.Si.

Promotor Pendamping

Dr. Cokki, S.E., M.M.

Mengesahkan

Direktur
Program Pascasarjana,

Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T.,
M.M., IPU., A.E.

Ketua Program Studi
Doktor Ilmu Manajemen,

Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tommy Setiawan Ruslim
NIM : 118212003
Program Studi : Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas
Judul Disertasi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Sikap dan Niat Menggunakan E-wallet pada Generasi X di Beberapa Kota Pulau Jawa
Promotor Utama : Prof. Dr. Ir. Dyah Erny Herwindiati, M. Si.
Promotor Pendamping : Dr. Cokki, S.E., M.M.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Disertasi ini merupakan karya ilmiah saya sendiri dibawah bimbingan Promotor Utama dan Promotor Pendamping dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah lain yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah Disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi dan kecurangan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk peraturan di Universitas Tarumanagara.

Jakarta, 9 September 2024

Yang membuat pernyataan



Tommy Setiawan Ruslim
118212003

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Disertasi ini. Disertasi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Tarumanagara.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Disertasi ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., IPU., A.E., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Tarumanagara.
2. Prof. Dr. Haris Maupa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Tarumanagara.
3. Prof. Dr. Ir. Dyah Erny Herwindiati, M. Si., selaku Promotor.
4. Dr. Cokki, S.E., M.M., selaku Ko-Promotor.
5. Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si., selaku Anggota Penguji
6. Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., selaku Anggota Penguji
7. Bapak Ibu Dosen dan Karyawan Program Studi Doktor Ilmu Manajemen yang telah memberikan bimbingan dan pelayanan selama penulis menempuh Studi di Program Studi Doktor Ilmu Manajemen.
8. Teman-teman Dosen dan Karyawan FEB Untar yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Doktor Ilmu Manajemen.

Disertasi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam Disertasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan disertasi ini.

Jakarta, 9 September 2024



Tommy Setiawan Ruslim
118212003

ABSTRAK

E-wallet merupakan sebuah aplikasi pada smart phone yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menyimpan uang maupun untuk bertransaksi secara elektronik. Pengadopsian e-wallet sebagai alat pembayaran dapat dijelaskan pada teori TAM yang menjelaskan tentang pengadopsian suatu teknologi baru, dengan melihat dari variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap dan niat menggunakan dari teknologi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kompatibilitas, keamanan, kesehatan terhadap sikap dan niat untuk menggunakan e-wallet pada Generasi X yang tinggal di beberapa kota Pulau Jawa dalam mengadopsi dompet elektronik di era pascapandemi. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif, penelitian dilakukan dengan melakukan survei menggunakan kuesioner, sebanyak 363 kuesioner yang terkumpul, diolah datanya dengan software SmartPLS ver. 3.2.9., dan dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat, sedangkan kemanfaatan, keamanan, aspek kesehatan, ditemukan memengaruhi sikap secara positif. Kemanfaatan, kompatibilitas, keamanan, dan aspek kesehatan ditemukan secara positif memengaruhi niat. Novelty penelitian ini ditemukan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat pada Generasi X yang dilakukan pada masa endemi Covid-19 di beberapa kota yang ada di Pulau Jawa, berdasarkan pengujian efek mediasi, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa variabel sikap dapat berperan sebagai variabel mediasi, dalam memediasi variabel keamanan dan aspek kesehatan (yang indikatornya dikembangkan dengan situasi di masa endemi Covid-19) secara positif terhadap niat untuk menggunakan e-wallet. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan terhadap kaum generasi muda, terutama pada variabel kemudahan yang tidak memiliki pengaruh terhadap sikap maupun niat untuk menggunakan e-wallet.

Kata kunci: cashless; e-wallet; sikap; niat; TAM

ABSTRACT

E-wallet is an application on a smartphone that can be used by users to store money or to transact electronically. The adoption of e-wallets as a payment tool can be explained by the Technology Acceptance Model (TAM), which explains the adoption of new technology by examining variables such as perceived ease of use, perceived usefulness, attitude, and intention to use the technology. This study aims to investigate the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, compatibility, security, and health on attitudes and intentions to use e-wallets among Generation X living in several cities on Java Island in adopting electronic wallets in the post-pandemic era. This research method is quantitative, conducted by surveying using a questionnaire. A total of 363 questionnaires were collected and processed using SmartPLS ver. 3.2.9 software and path analysis. The results of this study found that the perceived ease of use did not have an impact on attitudes and intentions, while perceived usefulness, security, and health aspects positively influenced attitudes. Usefulness, compatibility, security, and health aspects were found to positively influence intentions. The novelty of this research is the finding that the perceived ease of use does not influence attitudes and intentions among Generation X during the Covid-19 endemic period in several cities on Java Island. Based on the mediation effect testing, this research confirms that the attitude variable can act as a mediating variable, positively mediating the security and health aspects variables (with indicators developed according to the endemic Covid-19 situation) towards the intention to use e-wallets. This study also found that Generation X in several cities on Java Island has different results compared to previous studies conducted on younger generations, particularly regarding the perceived ease of use, which does not influence attitudes or intentions to use e-wallets.

Keywords: *cashless; e-wallet; attitude; intention; TAM*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR SINGKATAN/SIMBOL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Urgensi Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	 10
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Teori dan Konsep	11
2.1.2 Tinjauan Empiris	17
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	47
2.2.1 Kerangka Pemikiran	47
2.2.2 Hipotesis	47
 BAB III METODE PENELITIAN	 50
3.1 Rancangan Penelitian	50
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	53
3.5 Instrumen Penelitian	60
3.6 Teknik Analisis Data	60
3.7 Diagram Alir Penelitian	66

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Hasil Penelitian	69
4.2	Pembahasan	88
4.3	Novelti Penelitian	95
BAB V	PENUTUP	96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97
5.3	Limitasi Penelitian	98
5.4	Implikasi Penelitian	98
5.5	Luaran Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1	Pengelompokkan <i>generational groups</i> 14
2.2	Penelitian yang relevan kemudahan terhadap kemanfaatan 18
2.3	Penelitian yang relevan kemanfaatan terhadap sikap 20
2.4	Penelitian yang relevan kemudahan terhadap sikap 22
2.5	Penelitian yang relevan keamanan terhadap sikap 24
2.6	Penelitian yang relevan keamanan terhadap niat 26
2.7	Penelitian yang relevan kemanfaatan terhadap niat 28
2.8	Penelitian yang relevan kemudahan terhadap niat 32
2.9	Penelitian yang relevan sikap terhadap niat 35
2.10	Penelitian yang relevan kompatinilitas terhadap kemanfaatan dan pengaruhnya terhadap niat yang dimediasi oleh kemanfaatan dan kemudahan 37
2.11	Penelitian yang relevan aspek kesehatan terhadap sikap 39
2.12	Posisi penelitian 41
3.1	Operasionalisasi variabel kemudahan 51
3.2	Operasionalisasi variabel kemanfaatan 52
3.3	Operasionalisasi variabel keamanan 53
3.4	Operasionalisasi variabel kompatibilitas 54
3.5	Operasionalisasi variabel aspek kesehatan 55
3.6	Operasionalisasi variabel sikap 56
3.7	Operasionalisasi variabel niat menggunakan 57
3.8	Hasil analisis AVE 58
3.9	Hasil analisis <i>loading factor</i> 58
3.10	Hasil analisis <i>cross loadings</i> 59
3.11	Hasil analisis HTMT 61
3.12	Hasil analisis uji Fornell Larcker Criterion 62
3.13	Hasil analisis reliabilitas 63
4.1	Deskripsi responden jenis kelamin 69
4.2	Deskripsi responden rentang usia 70
4.3	Deskripsi responden rata-rata pengeluaran per bulan 71
4.4	Deskripsi responden tingkat pendidikan 72
4.5	Deskripsi responden merek <i>e-wallet</i> yang paling sering digunakan 73
4.6	Deskripsi responden berdasarkan provinsi 74
4.7	Tanggapan pernyataan variabel kemudahan 75
4.8	Tanggapan pernyataan variabel kemanfaatan 76
4.9	Tanggapan pernyataan variabel keamanan 77
4.10	Tanggapan pernyataan variabel kompatibilitas 78
4.11	Tanggapan pernyataan variabel aspek kesehatan 79
4.12	Tanggapan pernyataan variabel sikap 80
4.13	Tanggapan pernyataan variabel niat menggunakan 80
4.14	Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) 81
4.15	Hasil pengujian <i>effect size</i> (f^2) 82
4.16	Hasil pengujian hipotesis 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Teori TAM	10
2.2 Kategori pengadopsian berdasarkan waktu relatif adopsi inovasi	13
2.3 Model penelitian	47
3.1 Diagram rancangan penelitian	66
4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	69
4.2 Deskripsi responden berdasarkan rentang usia	70
4.3 Deskripsi responden berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan	71
4.4 Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan	72
4.5 Deskripsi responden berdasarkan merek <i>e-wallet</i> yang paling sering digunakan	73
4.6 Deskripsi responden berdasarkan provinsi	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuesioner	112
2 Jumlah pengguna smartphone di Indonesia dari tahun 2017 sampai tahun 2020 dan peramalannya hingga sampai tahun 2026	119
3 Persentase orang memiliki dompet digital (2022)	119
4 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Klasifikasi Generasi (Tahun 2020)	120
5 Jumlah penduduk menurut Provinsi di Indonesia (ribu jiwa)	120
6 Jumlah penduduk menurut Wilayah Klarifikasi Generasi, dan Kenis Kelamin	121
7 Tanggapan responden	121
8 Hasil Output Uji Validitas & Uji Reliabilitas	169
9 Hasil Output Uji Hipotesis, R^2 dan f^2	172

DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

Singkatan/Symbol	Keterangan
TAM	<i>Technology Acceptance Model</i>
KEMA	Kemanfaatan
KEMU	Kemudahan
KOMP	Kompatibilitas
KEAM	Keamanan
KESE	Aspek Kesehatan
SIKA	Sikap
NIAT	Niat
TPB	<i>Theory of Planned Behavior</i>
PLS	<i>Partial Least Squares</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebelum mengenal uang, transaksi kegiatan jual-beli dilakukan dengan saling menukarkan barang atau jasa tanpa perantara dalam transaksi antara penjual dan pembeli, yang dinamakan sistem barter. Transaksi barter ini ditentukan berdasarkan negosiasi dan kesepakatan bersama, sehingga barter terkadang dianggap tidak efisien karena tidak adanya standar nilai dari sistem pertukaran tersebut (Chapman, 1980). Munculnya uang sebagai alat pembayaran sangat membantu untuk menciptakan pembayaran dengan cara yang lebih baik (Boel, 2019).

Penggunaan *fintech* mulai diterapkan di dalam metode pembayaran, dengan adanya kartu kredit, kartu ATM, sampai *e-wallet* (Leong *et al.*, 2021). Penggunaan uang kertas dan giro juga mempunyai kelemahan mudah rusak, dapat disalahgunakan, dan kurang aman untuk dibawa terlebih lagi di era yang serba cepat dan praktis dimana keamanan dalam bertransaksi. Seiring berjalannya waktu dan teknologi, instrumen pembayaran uang kertas perlahan berevolusi menjadi uang *digital* yang dimulai dari transaksi via kartu kredit, kartu debit, *e-money* (Flazz, Brizzi), *m-banking* (klik-BCA, BNI mobile banking, BTN mobile banking) sampai dengan *e-wallet* (OVO, DANA, ShopeePay, Gopay).

Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT), yang diumumkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014, merupakan inisiatif strategis untuk mendorong penggunaan metode pembayaran elektronik dan mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai dalam sistem keuangan nasional. GNNT bertujuan untuk membuat sebuah sistem pembayaran yang aman, lancar dan efisien, yang pada akhirnya berujung untuk mendorong sistem keuangan untuk berkerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan dapat mengurangi kendala dari sistem pembayaran secara tradisional (tunai), seperti uang yang sudah robek/ lusuh/ tidak layak edar, serta meningkatnya efisiensi dalam hal tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, serta efektifitasnya dalam hal menghindari *human error* (kesalahan hitung), yang hal ini semua dapat mewujudkan ekosistem *cashless society* (Bank Indonesia, *n.d.*).

Meningkatnya pengguna internet, dan *smartphone*, membuat badan pemerintah mengambil inisiatif lebih dalam menyebabkan pertumbuhan pembayaran non tunai di India (Tiwari & Singh, 2019). Pemerintahan Malaysia juga mendorong untuk melakukan transaksi secara *cashless* dan menggunakan dompet *digital*. Dompet *digital* memungkinkan seseorang untuk bertransaksi secara elektronik dengan menggunakan media seperti *smartphone* (Muhtasim *et al.*, 2022). Di Malaysia, penggunaan dompet fisik sudah beralih menjadi sebanyak 41% menjadi penggunaan *cashless* seperti *e-wallet* (Bharian, 2024).

Diperkirakan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia akan terus bertambah (lampiran 2), pada tahun 2017 berjumlah 117,61 juta, kemudian tahun 2018 berjumlah 150,54 juta, tahun 2019 berjumlah 165,9 juta, tahun 2020 berjumlah 183,68 juta dan terus bertambah sampai tahun 2026 yang diramalkan akan berjumlah 238,79 juta pengguna *smartphone* di Indonesia (Statista, 2022). Dengan terus meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia, maka pembayaran dengan menggunakan *smartphone* juga menjadi salah satu pilihan alternatif yang ada saat ini. Salah satu pilihan pembayaran non tunai yang dapat digunakan dengan menggunakan *smartphone* adalah *e-wallet*, karena *e-wallet* merupakan sebuah alat pembayaran berbasis *server* yang dapat terintegrasi dengan menggunakan *smartphone*. (Ashghar & Nurlatifah, 2020) mengemukakan ada 38 jenis *e-wallet* yang berlisensi resmi di Indonesia.

Di era yang sarat teknologi saat ini, penggunaan *e-wallet* cukup *trendy*, karena kita dapat melakukan pembayaran secara instan dengan menggunakan *smartphone* (Sarika & Vasantha, 2018). Popularitas pembayaran *digital* telah menghasilkan kebutuhan akan adanya sebuah *platform* yang aman untuk dioperasikan dan dapat digunakan untuk bertransaksi, hal ini merupakan elemen yang dicari oleh konsumen (Soodan & Rana, 2020). Serta keunggulan yang dimilikinya dari sisi kegunaan, kenyamanan, promosi dan keamanannya (Abdullah *et al.*, 2020).

E-wallet menghilangkan kebutuhan akan dompet fisik dan memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan membawa kartu keuangan mereka (kartu debit, kartu kredit, dll.) dalam sebuah media virtual (Daragmeh *et al.*, 2021; Alam *et al.*, 2021). *E-wallet* juga tidak terdapat biaya bulanan seperti kita menyimpan uang di bank, dan juga biaya tahunan yang ada pada kartu kredit. *E-wallet* memiliki fitur yang lengkap yang dapat kita pergunakan untuk kebutuhan penggunaannya, seperti: pengisian pulsa, pembayaran tagihan, dan lainnya hanya dengan mengakses melalui *smartphone*, berbeda dengan kartu ATM yang mengharuskan penggunaannya untuk melakukan transaksi di mesin ATM, serta penggunaan kartu kredit yang mengharuskan penggunaannya untuk mengikuti sejumlah prosedur tertentu

untuk memiliki kartu kredit tersebut, dan beban iuran tahunan yang harus dibayar. Menurut dataindonesia.id (2022), sebanyak 66,8% responden di Indonesia mengatakan tidak mempunyai *e-wallet* (dompet digital).

Upaya untuk terus meningkatkan intensi penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran non tunai sangatlah penting agar terwujudnya *cashless society*. Di mana hal tersebut dapat mengurangi anggaran pemerintah dalam mencetak uang baru untuk menggantikan uang yang sudah rusak, mengurangi beredar uang palsu, keamanan bertransaksi dari hal-hal kriminal dibandingkan pembayaran dengan cara tunai, sekaligus di era pandemi maupun endemi saat ini di Indonesia dengan bertransaksi secara non tunai dapat membantu kita menjaga diri dari penularan virus, dan juga lebih praktis karena dalam beberapa transaksi terkadang harus menyiapkan uang kembalian jika pembayaran menggunakan cara tunai.

Keuntungan penggunaan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran non tunai lainnya adalah adanya *record* transaksi belanja kita yang memungkinkan kita untuk memantau aliran pengeluaran kita, serta mulai banyaknya *merchant* yang dapat menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran dibandingkan dengan menggunakan kartu debit atau kartu kredit karena tidak semua *merchant* bisa menerima metode pembayaran demikian, sebaliknya dengan *e-wallet* sudah mulai *merchant* yang dapat menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayarannya baik dari usaha kecil yang pinggir jalan (kaki lima), *store-store* di toko-toko besar, dan sebagainya. Transaksi digital dan nontunai itu sendiri menjadi tren “*new normal*” dan cara teraman transaksi dalam hal penularan (Khan & Buiyan, 2021). Penelitian ini secara khusus memilih untuk memfokuskan analisisnya pada industri *e-wallet*, karena industri ini memiliki peran dalam transformasi digital ekonomi, untuk melihat perubahan dalam perilaku konsumen dari sistem transaksinya,

Pengadopsian sebuah teknologi baru, dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, teori ini dijelaskan oleh teori TAM (*Technological Acceptance Model*) yang dipopulerkan oleh (Davis *et al.*, 1989) yang menjadikannya teori yang umum digunakan dalam penelitian terhadap pengadopsian suatu teknologi baru, di mana dalam teori ini menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat (*intention*) seseorang dalam pengadopsian suatu teknologi. TAM juga menunjukkan bahwa penerimaan produk teknologi dipengaruhi oleh sikap individu (*attitude*) terhadap penggunaannya. Kesimpulannya, sikap individu (*attitude*) terhadap penggunaan produk teknologi dapat dipengaruhi oleh kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*).

Teori ini dikembangkan untuk menjelaskan mengapa kebanyakan orang berniat untuk mengadopsi penggunaan dari sebuah teknologi di dalam hidup mereka, teori ini mengidentifikasi dua faktor yaitu kemanfaatan dan kemudahan. Dalam beberapa penelitian ditemukan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap (Chawla & Joshi, 2019; Liebana *et al.*, 2015) dan kemudahan juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat (Seetharaman *et al.*, 2017; Shaw, 2014), hasil penelitian yang inkonsisten ini menjadi sebuah *empirical gap* yang menarik untuk diteliti.

Sejumlah penelitian telah dilakukan dalam pengembangan dari bentuk penambahan variabel TAM (*extended TAM*), seperti penambahan variabel kemanan terhadap niat (Shin *et al.*, 2009). Chawla & Joshi (2019) mengemukakan keamanan adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan suatu media pembayaran *online* tertentu akan aman. Keamanan erat kaitannya jika kita kehilangan *smartphone* yang kita miliki, baik dicuri, tertinggal, maka informasi mengenai data diri kita dapat dilihat orang lain, bahkan jika kita tidak menggunakan fitur *password* atau PIN, maka hal ini dapat berpotensi membuat kita kehilangan uang yang ada di dalam *e-wallet* kita (Subaramaniam *et al.*, 2020) di mana tingkat keamanan dari penggunaan suatu teknologi dapat memengaruhi sikap dari penggunanya.

Perkembangan teori TAM dengan penambahan variabel kompatibilitas yaitu sejauh mana suatu inovasi dirasakan konsisten dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu calon penggunanya (Rogers, 1980). Pada penelitian (Singh & Sinha, 2020; Ismail 2016; Isaac *et al.* 2016; Liebana *et al.*, 2015) mengkonfirmasi bahwa kompatibilitas memiliki pengaruh terhadap kemanfaatan. Ismail (2016) dalam penelitiannya meneliti pengaruh kompatibilitas terhadap pengaruh terhadap kemudahan. Lebih lanjutnya Leong *et al.*, (2021) menemukan bahwa kemudahan dan kemanfaatan dapat memediasi pengaruh kompatibilitas terhadap niat.

Sumi & Ahmed (2022) menambahkan variabel aspek kesehatan dalam perkembangan teori TAM pada penelitian tentang pembelanjaan/ situs belanja secara *online* terhadap sikap dalam hal belanja secara *online* terutama di masa-masa pandemi Covid-19. Orang-orang yang terampil menggunakan *smart devices* menjadi terbiasa menggunakan metode pembayaran *digital* seperti *internet banking*, dan *e-wallet* (Khan & Buiyan, 2021). Hadirnya sistem pembayaran secara non tunai menjadi sebuah alternatif yang dikuatkan konsumen dalam risiko kesehatan terutama di masa pandemi Covid-19 (Teng & Khong, 2021). Alam (2020), meneliti tentang perubahan perilaku pembelian yang terjadi di Bangladesh pada saat pandemi Covid-19, di mana variabel *health aspects* memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap perilaku pembelian di situasi pandemi Covid-19. Kesadaran akan kesehatan mulai banyak diteliti oleh para penelitian sebelumnya, di mana kesadaran akan kesehatan memengaruhi sikap seseorang yang dapat berujung pada suatu minat seseorang terhadap sesuatu hal (Hoque *et al.*, 2018; Kusumaningsih *et al.*, 2019). Ming & Jais (2022) mengungkapkan adanya virus COVID-19 meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya bertransaksi secara *contactless*. Hal ini menjadi sebuah *theoretical gap* untuk meneliti variabel aspek kesehatan ke dalam penelitian ini pada konteks *e-wallet* untuk dilihat pengaruh tidak langsungnya terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai mediasi, serta variabel keamanan yang merupakan perkembangan dari variabel TAM terutama di masa endemi saat ini.

Menurut Kotler & Armstrong (2021), Generasi X adalah mereka yang lahir pada interval kelahiran tahun 1965-1980, mereka adalah generasi yang tumbuh sebelum internet, beradaptasi dengan *digital* saat mereka dewasa, di mana mereka juga tergolong orang yang skeptis yang banyak meneliti sebelum mempertimbangkan suatu pembelian. Jumlah penduduk di tahun 2020 untuk Generasi X adalah sebanyak 28.333.040 jiwa yang berjenis kelamin pria dan sebanyak 28.224.259 jiwa yang berjenis kelamin wanita (lampiran 4), dari total keseluruhan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270.203.917 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh KIC, sebagian besar Generasi Z lebih memilih menggunakan *e-wallet* dibandingkan kartu ATM, survei dilakukan pada 5.204 responden yang tersebar di 34 provinsi, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z sekitar 68% menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayarannya (katadata, 2022). Menurut laporan riset populix, diketahui bahwa sebanyak 31% pengguna *e-wallet* di rentang usia 26-35 tahun, sebanyak 13% berusia 36-45 tahun, dan 2% sebanyak 46-55 tahun, sisanya di rentang usia 18-25 tahun (detikfinance, 2020). Berdasarkan data di atas, Generasi X yang di tahun 2024 ini berusia di rentang 44-59 tahun menjadi fokus dalam penelitian ini karena masih rendahnya tingkat penggunaan non tunai khususnya *e-wallet*.

Pulau Jawa merupakan pulau dengan penduduk terbanyak di Indonesia, di tahun 2022 dengan total 275.773.800 penduduk (lampiran 5), sebanyak 154.282.100 penduduk (55,95%) merupakan penduduk yang tinggal di Pulau Jawa, yaitu: sebanyak 49.405.800 penduduk di Jawa Barat, sebanyak 41.150.000 penduduk di Jawa Timur, sebanyak 37.032.400 penduduk di Jawa Tengah, sebanyak 10.680.000 penduduk di DKI Jakarta, sebanyak 12.252.000 penduduk di Banten dan sebanyak 3.761.900 penduduk di DI Yogyakarta (bps.go.id, *n.d.*).

Banyaknya penduduk generasi X di wilayah Pulau Jawa (lampiran 6) adalah sebagai berikut: Generasi X di Jawa Barat adalah sebanyak 10.169.066 jiwa, di Jawa Timur adalah sebanyak 9.263.150 jiwa, di Jawa Tengah adalah sebanyak 8.012.090 jiwa, DKI Jakarta adalah sebanyak 2.404.005 jiwa, Banten adalah sebanyak 2.454.483 jiwa, dan sebanyak 823.953 jiwa di DI Yogyakarta (bps.go.id, n.d.).

Di Indonesia pembayaran secara elektronik menarik perhatian banyak peneliti dan para desain sistem informasi untuk memainkan peran yang penting di tren *e-commerce* saat ini, terutama di masa pandemi (Ai *et al.*, 2021). Pulau Jawa yang memiliki penduduk terbanyak di Indonesia, menjadi fokus yang menarik untuk diteliti, banyak penelitian yang berfokus pada kaum generasi muda (Sumi & Ahmed, 2022) dan penelitian lain yang tidak berfokus pada suatu kelompok grup usia menjadikan sebuah *population gap* yang penting untuk diteliti dalam penelitian ini. (Penelitian ini mengembangkan penelitian Sumi & Ahmed, 2022) dengan melibatkan objek penelitian adalah kaum Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.

Ajzen (1991) mengungkapkan bahwa sikap terhadap suatu perilaku, setiap keyakinan menghubungkan perilaku tersebut dengan hasil tertentu, karena atribut-atribut yang terkait dengan perilaku tersebut sudah dinilai secara positif atau negatif, maka hal tersebut secara otomatis membentuk sikap terhadap perilaku tersebut. Niat dianggap sebagai faktor-faktor motivasional yang merupakan prediktor utama dalam memengaruhi perilaku, indikasi seberapa keras seseorang bersedia untuk mencoba, seberapa besar usaha yang mereka rencanakan untuk dilakukan, guna melakukan perilaku tersebut.

Pada teori TPB terdapat *subjective norms* yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak suatu perilaku, Yulianita (2018) meneliti tentang pengaruh *subjective norms* yang memiliki pengaruh terhadap menggunakan *e-commerce* pada kaum Gen X, dalam penelitiannya ditemukan bahwa *subjective norms* memengaruhi niat membeli di *e-commerce*, dalam hal ini dapat disimpulkan jika semakin banyak kaum Gen X yang menggunakan *e-wallet*, maka akan dapat memengaruhi orang sekitarnya untuk ikut menggunakan *e-wallet* juga.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, dengan melihat pentingnya kajian sikap dan niat penggunaan dalam industri *e-wallet*, dan adanya *empirical gap*, *theoretical gap*, dan *population gap* tersebut, maka penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan tentang bagaimana meningkatkan intensi dari penggunaan *e-wallet* dengan maksud untuk mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sekaligus mewujudkan *cashless society* khususnya di beberapa kota pada Pulau Jawa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, adapun masalah pokok yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kemanfaatan?
- b. Apakah terdapat pengaruh kemanfaatan terhadap sikap?
- c. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap sikap?
- d. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap sikap?
- e. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap niat menggunakan?
- f. Apakah terdapat pengaruh aspek kesehatan terhadap sikap?
- g. Apakah terdapat pengaruh kemanfaatan terhadap niat menggunakan?
- h. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap niat menggunakan?
- i. Apakah terdapat pengaruh sikap terhadap niat menggunakan?
- j. Apakah terdapat pengaruh kompatibilitas terhadap kemanfaatan?
- k. Apakah terdapat pengaruh kompatibilitas terhadap kemudahan?
- l. Apakah terdapat pengaruh kompatibilitas terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan?
- m. Apakah terdapat pengaruh kompatibilitas terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemudahan?
- n. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap?
- o. Apakah terdapat pengaruh aspek kesehatan terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah sebelumnya, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel dalam penelitian ini mengkaji perkembangan dari teori TAM dengan mengadaptasinya melalui penambahan variabel kompatibilitas (Leong *et al.*, 2021), keamanan (Chawla & Joshi, 2019), dan aspek kesehatan (Sumi & Ahmed, 2022).
- b. Subjek penelitian ini difokuskan pada kaum Generasi X yang pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa, yaitu: DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat (Bandung, Bekasi, Bogor), Jawa Tengah (Tegal, Cilacap, Pekalongan), Jawa Timur (Surabaya, Malang, Nganjuk), DI Yogyakarta.
- c. Periode penelitian ini dilakukan di masa endemi pada tahun 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, dapat dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa?
- b. Faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis ataupun secara praktis sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoretis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan kegunaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada teori TAM (*Theory of Acceptance Model*) yang berhubungan dengan variabel kemudahan terhadap sikap dan niat menggunakan. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini, dapat memberikan manfaat berupa saran terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan sikap dan niat menggunakan bagi pengguna *e-wallet*.
- 2) Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian ilmiah selanjutnya sebagai bahan rujukan (literatur) dalam model penelitian yang terkait sikap dan niat menggunakan khususnya pada variabel *extended* TAM dan variabel aspek kesehatan pada industri *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi sikap dan niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.

1.6.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi pemerintah diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna untuk meningkatkan intensi penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran non tunai sehingga untuk kedepannya, pembayaran atau transaksi sudah dapat dilakukan dengan cara non tunai.
- 2) Bagi penyedia jasa *e-wallet* diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengguna dan transaksi harian dari para konsumen yang bertransaksi menggunakan *e-wallet*, sekaligus mengurangi keraguan baik untuk bertransaksi ataupun menyimpan uangnya di dalam *e-wallet*.
- 3) Bagi para *merchant e-wallet* diharapkan dapat memberikan manfaat tentang *benefit* dari pembayaran menggunakan *e-wallet* seperti lebih praktis (tidak perlu menyiapkan uang kembalian), kesan yang lebih *modern* (kekinian), menghindari uang palsu, berpeluang mendapatkan promo.
- 4) Bagi konsumen yang menggunakan *e-wallet*, diharapkan dapat meningkatkan penggunaan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi baik, sehingga tidak perlu membawa uang *cash*, mendapatkan promo tertentu, sekaligus mengurangi kontak fisik dalam melakukan pembayaran dibandingkan jika menggunakan cara pembayaran tradisional.

1.7 Urgensi Penelitian

Terkait dari tujuan dan manfaat penelitian ini, maka urgensi penelitian ini untuk dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Hal-hal khusus yang menjadikan penelitian ini layak untuk diteruskan menjadi disertasi adalah *empirical gap* pada teori TAM, karena masih ditemukannya hasil penelitian yang inkonsisten, yang pada teori dasar tersebut seharusnya menjadi teori umum dalam pengadopsian suatu teknologi. Adanya *theoretical gap*, penting untuk diteliti aspek kesehatan karena di masa pandemi sistem pembayaran mayoritas diwajibkan untuk menggunakan non tunai, sehingga penelitian ini berusaha untuk menggambarkan kondisi yang terjadi di masa endemi saat ini. Adanya *population gap*, penelitian ini berfokus pada Generasi X masih terbatas, Generasi X cenderung untuk terlambat pengadopsian suatu teknologi sehingga penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mempercepat proses pengadopsian *e-wallet* pada kaum Generasi X.

- b. Serta urgensi penelitian ini berkaitan untuk membantu pihak *e-wallet* untuk dapat meningkatkan intensi penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran secara non tunai, dibandingkan metode tradisional lainnya, seperti namanya *e-wallet*, untuk bertransaksi sehari-hari biasanya konsumen menyimpan uangnya di dalam dompet untuk keperluan belanja sehari-harinya, dengan menggunakan *e-wallet*, uang akan disimpan dalam aplikasi *e-wallet* tersebut sehingga dalam bertransaksi diharapkan sudah tidak menggunakan uang tunai dan hal ini tentunya bermanfaat juga untuk pemerintah dalam mendukung gerakan non tunai.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

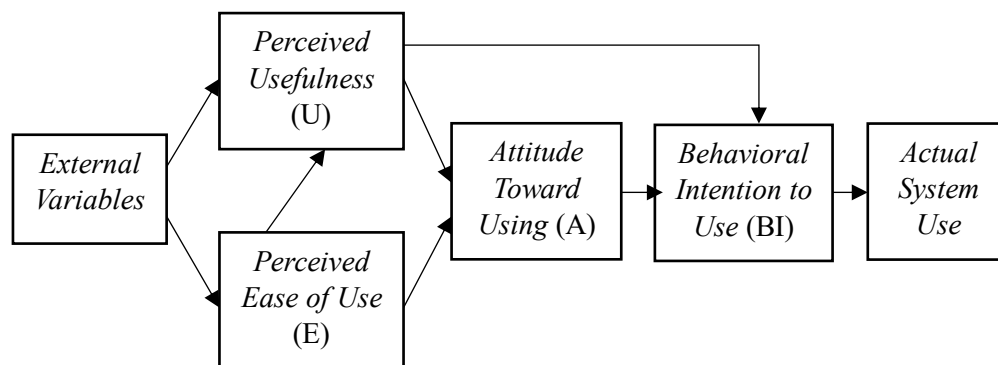
s

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1.1 TAM (*Technology Acceptance Model*)

Davis, *et al.* (1989) menggunakan TAM untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.1 di bawah ini:



Sumber: Davis *et al.* (1989)

Gambar 2.1

Teori TAM

Model TAM dasar menyertakan dan menguji dua keyakinan spesifik: *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (kemudahan). *Perceived usefulness* (kemanfaatan) didefinisikan sebagai kemungkinan subjektif pengguna potensial bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya dan *perceived ease of use* (kemudahan) yang dirasakan mengacu pada tingkat di mana pengguna potensial mengharapkan suatu sistem baru tersebut mudah untuk digunakan.

Model TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan teknologi baru, *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (kemudahan) adalah dua faktor yang memengaruhi mereka, keputusan tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan teknologi baru. Kedua variabel ini memengaruhi niat untuk menggunakan suatu sistem, yang pada gilirannya, berkorelasi dengan pemakaian aktual. Keyakinan seseorang terhadap suatu sistem dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang disebut sebagai variabel eksternal dalam TAM.

Chawla & Joshi (2019) melakukan studi pengembangan dari teori TAM yaitu *extended TAM* dengan mengembangkan berbagai variabel yang dapat memengaruhi sikap (*attitude*) dan niat (*intention*), selain variabel kemudahan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*), dilakukan penambahan variabel lain seperti: *security, trust, facilitating conditions, lifestyle compatibility* untuk melihat pengaruhnya terhadap *attitude* dan *intention*.

Leong *et al.* (2021) dalam penelitiannya mengkaji pengaruh kompatibilitas (*perceived compatibility*) terhadap kemudahan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai mediasi terhadap *intention* para pengguna *m-payment*. Sumi & Ahmed (2022) mengembangkan teori TAM dengan menambahkan variabel aspek kesehatan yang dilihat pengaruhnya terhadap sikap dari para pengguna aplikasi belanja *online* di masa pandemi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dari para ahli di atas, yang menjadikan dasar teori dari penelitian ini, dengan mengadopsi teori TAM sebagai dasar model penelitian yang dikembangkan untuk melihat kemanfaatan dan kemudahan sebagai mediasi dari kompatibilitas terhadap niat. Serta penambahan variabel keamanan, dan variabel aspek kesehatan sebagai variabel yang memengaruhi sikap dari penggunaan *e-wallet*, serta menguji peran sikap sebagai variabel yang memediasi keamanan dan aspek kesehatan terhadap niat menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran khususnya pada Generasi X (yang lahir di tahun 1965 sampai 1980) di Pulau Jawa.

2.1.1.2 *Diffusion of innovations*

Rogers (1983) menjelaskan bahwa suatu inovasi dapat kompatibel atau tidak kompatibel dilihat dari 3 hal, yaitu nilai dan kepercayaan, gagasan yang diperkenalkan sebelumnya atau dengan kebutuhan klien akan inovasi. *Compatibility* (kompatibel) pada nilai dan kepercayaan, ilustrasi tentang kecocokan suatu inovasi dengan nilai-nilai budaya yang menghalangi pengadopsiannya, seperti petani Amerika yang sangat menghargai peningkatan produksi pertanian, sehingga inovasi konservasi tanah dianggap bertentangan dengan nilai produksi ini, dan secara umum telah diadopsi dengan sangat lambat.

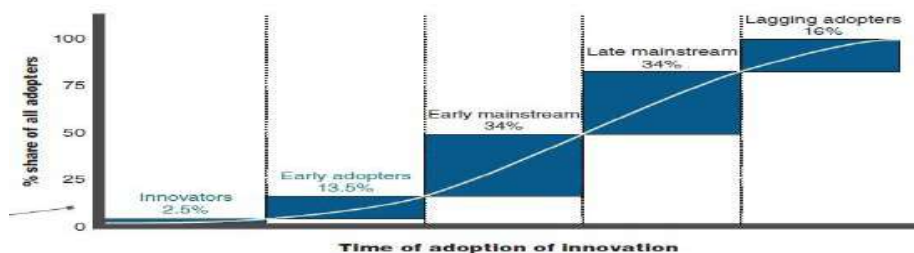
Kompatibel pada kecocokan dengan gagasan yang diperkenalkan sebelumnya, dapat dilihat karena sebuah inovasi mungkin cocok tidak hanya dengan tertanam secara mendalam dengan nilai-nilai budaya yang tertanam secara mendalam, tetapi juga dengan ide-ide yang pernah diadopsi sebelumnya. Kesesuaian inovasi dengan ide sebelumnya dapat mempercepat atau memperlambatnya tingkat adopsi. Contoh, pada studi terhadap komunitas petani di Kolombia, awalnya petani menerapkan pupuk kimia di atas benih kentang mereka, dan menyebabkan kerusakan benih mereka, sehingga membuat evaluasi negatif terhadap inovasi tersebut. Petani lain menyemprotkan insektisida ke kentangnya, dengan melakukan ini, petani tersebut sudah melakukan ide baru dari metode lama yaitu menyemprotkannya ke tanaman mereka.

Kompatibel terhadap kebutuhan, agen perubahan berusaha untuk menentukan kebutuhan klien mereka dan kemudian merekomendasikan inovasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kesulitannya seringkali terletak pada bagaimana merasakan kebutuhan yang dirasakan, agen perubahan harus memiliki tingkat empati dan hubungan yang tinggi dengan klien mereka untuk menilai kebutuhan mereka secara akurat. Dalam penelitian ini, kompatibel dari penggunaan *e-wallet* akan dilihat pengaruhnya terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*), di mana penggunaan metode pembayaran non tunai belakangan ini menjadi hal yang dibutuhkan di masa pandemi maupun endemi, sehingga perlu diteliti pengaruh dari kompatibel tersebut terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*) serta pengaruh tidak langsungnya terhadap niat (*intention*) untuk menggunakan *e-wallet*.

2.1.1.3 Perbedaan Individu dalam Inovasi

Kotler & Armstrong (2021), setiap individu sangat berbeda dalam kesiapan mereka untuk mencoba produk baru dalam suatu kategori. Di setiap area produk, terdapat *consumption pioneer* (pionir konsumsi) dan *early adopters* (pengadopsi awal), sedangkan individu lain baru akan mengadopsi di kemudian hari. Individu tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam kategori pengadopsian seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.3 di bawah ini, dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa setelah awal pengadopsian yang lambat, semakin banyak orang mulai mengadopsi produk baru. Ketika kelompok konsumen yang berurutan mulai mengadopsi inovasi, pada akhirnya mencapai tingkat kejenuhan. *Innovators* didefinisikan sebagai 2,5% pembeli pertama untuk mengadopsi ide baru, *early adopters* adalah 13,5% berikutnya, dan kemudian muncul *early mainstream* dan *lagging adopters*.

Kelima kelompok *adopters* tersebut memiliki nilai yang berbeda-beda. *Innovators* suka berpetualang, mereka mencoba ide-ide baru dengan risiko tertentu. *Early adopters* adalah *opinion leaders* (pemimpin opini) di komunitas mereka dan mengadopsi ide-ide baru lebih awal tetapi dengan hati-hati. *Early mainstream* meskipun mereka mengadopsi ide-ide baru sebelum kebanyakan orang. *Late mainstream adopters* bersikap skeptis, mereka mengadopsi inovasi hanya setelah mayoritas orang telah mencobanya. Terakhir, *lagging adopters* biasanya cenderung terikat tradisi, mereka curiga mengubah dan mengadopsi inovasi hanya ketika inovasi itu telah menjadi sesuatu dari tradisi itu sendiri. Klasifikasi pengadopsi ini menunjukkan bahwa perusahaan harus berinovasi harus meneliti karakteristiknya dari kaum *innovators* dan *early adopters* dalam kategori produk mereka dan upaya pemasaran langsung ke arah mereka.



Sumber: Kotler & Armstrong (2021)

Gambar 2.2

Kategori pengadopsian berdasarkan waktu relatif adopsi inovasi

2.1.1.4 Pengelompokan *Generational Groups*

Pengelompokan *generational groups* dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian, seperti yang tersaji dalam tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1
Pengelompokan *Generational Groups*

Keterangan	Kotler & Armstrong (2021)	Dolot (2018)	Pewresearch (2019)
<i>Silent</i>	-	Interval kelahiran tahun 1928-1944	Interval kelahiran tahun 1928-1945
<i>Baby boomers</i>	Interval kelahiran tahun 1946-1964	Interval kelahiran tahun 1945-1965	Interval kelahiran tahun 1946-1964
Generasi X	Interval kelahiran tahun 1965-1980	Interval kelahiran tahun 1965-1979	Interval kelahiran tahun 1965-1980
Generasi Y	Interval kelahiran tahun 1981-1996	Interval kelahiran tahun 1980-1995	Interval kelahiran tahun 1981-1996
Generasi Z	Interval kelahiran tahun 1997-2012	Kelahiran setelah tahun 1995	Interval kelahiran tahun 1997-2012
Alpha	Kelahiran setelah tahun 2012	-	-

Generasi *silent* adalah generasi yang sangat menghargai otoritas, dan pendekatan *top-down management* (Dolot, 2018). Sedangkan *baby boomers* cenderung seorang *workaholic* (Dolot, 2018), beberapa orang mungkin menstereotipkan *boomer* yang lebih tua seperti terjebak di masa lalu, tidak berhubungan, dan tidak tertarik pada produk baru. Namun, itu akan menjadi kesalahan untuk menganggap *boomer* yang lebih tua sebagai pentahapan atau perlambatan. Banyak *boomer* saat ini melihat diri mereka memasuki fase kehidupan baru (Kotler & Armstrong, 2021).

Generasi X adalah generasi yang nyaman dengan otoritas, dan memandang keseimbangan kehidupan kerja sebagai hal yang penting (Dolot, 2018). Dari sudut pandang pemasaran, Generasi X adalah kelompok yang lebih skeptis. Mereka pembeli yang banyak meneliti produk sebelum mereka mempertimbangkan pembelian, lebih memilih kualitas daripada kuantitas, dan cenderung kurang menerima promosi pemasaran yang terbuka. Tapi begitu mereka menemukan merek, mereka cenderung lebih loyal daripada kelompok generasi lainnya. Banyak Generasi X tumbuh sebelum internet dan beradaptasi dengan teknologi *digital* saat mereka dewasa (Kotler & Armstrong, 2021).

Generasi Y pada umumnya tumbuh dalam kemakmuran dan memiliki pemahaman teknologi yang tinggi (Dolot, 2018). Satu kesamaan yang dimiliki Generasi Y adalah kenyamanan mereka dengan teknologi *digital*. Mereka tidak hanya merangkul teknologi; itu adalah cara hidup. Generasi milenial adalah generasi yang pertama untuk tumbuh di dunia yang penuh dengan komputer, ponsel, TV satelit, iPod dan iPad, serta media sosial online. Akibatnya, mereka terlibat dengan merek dalam sebuah cara yang sama sekali baru, seperti dengan seluler atau media sosial (Kotler & Armstrong, 2021).

Generasi Z hidup di era teknologi yang tinggi, gaya hidup yang digerakkan oleh teknologi, dan penggunaan sosial media yang produktif (Gaidhani *et al.*, 2019). Generasi Z merupakan konsumen muda yang mewakili pasar masa depan, mereka sekarang membentuk hubungan merek yang akan memengaruhi pembelian mereka baik sekarang maupun di masa depan. Bahkan lebih dari generasi milenial, karakteristik yang menentukan dari Generasi Z adalah kefasihan dan kenyamanan mereka dengan teknologi *digital*. Generasi Z mengambil Wi-Fi, smartphone, tablet, konsol game yang terhubung ke internet, serta *digital* dan sosial media begitu saja, mereka selalu memilikinya, membuat kelompok ini sangat “mobile”, terhubung, dan sosial. Generasi Alpha, meski masih pasar yang relatif kecil, pada tahun 2025 grup ini akan tumbuh lebih besar bahkan daripada Generasi Milenial (Kotler & Armstrong, 2021).

2.1.2 Tinjauan Empiris

2.1.2.1 Studi kaitan kemudahan terhadap kemanfaatan

Amin *et al.* (2014) meneliti tentang pengguna *mobile website* di Malaysia, dengan menyebarkan 500 kuesioner, namun hanya 302 kuesioner yang kembali dan diolah datanya. Dengan karakteristik demografi responden berdasarkan *gender* adalah 47,4% pria, 52,6% adalah wanita. Usia responden <20 tahun sebanyak 28%, usia responden antara 21 sampai 25 tahun sebanyak 39%, usia responden antara 26 sampai 30 tahun sebanyak 12%, usia responden >31 tahun sebanyak 21%. Dengan status pernikahan yang sudah menikah sebanyak 41% dan yang belum menikah sebanyak 59%. Dari hasil penelitiannya, kemudahan memengaruhi kemanfaatan secara positif dan signifikan.

Karim *et al.* (2022) melakukan studi penelitian sistem pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* di Bangladesh, sebanyak 480 kuesioner disebar melalui sosial media dan tatap muka langsung agar mendapatkan responden paling sedikit sebanyak 385 responden yang diacu oleh (Glen, 1992 dalam Karim *et al.*, 2022). Setelah *discreening*, hanya 402 kuesioner yang diolah datanya, dengan proporsi yang berjenis kelamin pria adalah sebanyak 233 responden, dan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 169 responden. Rentang usia responden di bawah 20 tahun sebanyak 31 responden, yang berusia 21 sampai 30 tahun sebanyak 196 responden, yang berusia 31 tahun ke atas sebanyak 175 responden. Ada pun pengklasifikasian *e-wallet* yang paling sering digunakan adalah bKash yaitu sebanyak 222 responden, Rocket sebanyak 108 responden, Nagad sebanyak 53 responden, dan untuk lainnya sebanyak 19 responden. Dari hasil penelitiannya, kemudahan memengaruhi kemanfaatan secara positif dan signifikan.

Seetharaman *et al.* (2017) melakukan penelitian tentang pengguna *m-wallets* di Singapore, dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* ke 400 responden, hanya 309 yang merespon balik, kuesioner yang tidak terisi lengkap, tidak dapat digunakan menjadikan jumlah sampel yang diolah datanya adalah sebanyak 227 responden. Dengan jumlah responden sebanyak 180 responden, jumlah responden wanita sebanyak 47 responden. Dengan klasifikasi usia responden yang berusia 18 sampai 24 tahun sebanyak 6 responden, yang berusia 25 sampai 29 tahun sebanyak 48 responden, yang berusia 30 sampai 34 tahun sebanyak 67 responden, yang berusia 35 sampai 39 tahun sebanyak 64 responden, yang berusia 40 sampai 44 tahun sebanyak 21 responden, yang berusia 45 sampai

54 tahun sebanyak 16 responden, yang berusia 55 sampai 64 tahun sebanyak 4 responden, dan yang berusia 65 tahun atau lebih sebanyak 1 responden. Dari hasil penelitiannya, kemudahan memengaruhi kemanfaatan secara positif dan signifikan.

Sarmah et al. (2021), dalam penelitiannya terhadap kaum milenial pengguna *m-wallets* di India, dengan menyebar *link* kuesioner ke 1.194 pelajar, hanya 854 pelajar yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini, namun hanya 438 kuesioner yang *valid* dan lolos uji *screening* sebelum diolah datanya. Dengan menggunakan SmartPLS, data diolah dan ditemukan bahwa kemudahan memengaruhi kemanfaatan secara positif dan signifikan.

Shang & Wu (2017) melakukan penelitian terhadap *m-shoppers* (mereka yang berbelanja secara *online* dengan menggunakan *smartphone* atau perangkat lainnya) untuk memesan makanan atau yang lainnya di China. Dengan mengumpulkan data dari 5 November 2015 sampai 12 Desember 2015, terkumpul sampel sebanyak 260 kuesioner, namun hanya sebesar 203 kuesioner yang *valid* datanya. Dengan banyaknya responden pria adalah sebanyak 128 responden, sedangkan responden wanita sebanyak 75 responden. Kategori usia yang berusia diantara 18 sampai 35 tahun sebanyak 184 responden, yang berusia diantara 36 sampai 45 tahun sebanyak 6 responden, dan yang berusia 46 tahun ke atas sebanyak 13 responden. Dan kategori pengalaman berbelanja secara *online* yaitu yang di bawah 1 tahun sebanyak 84 responden, berpengalaman berbelanja secara *online* selama 1 sampai 3 tahun 58 responden, berpengalaman berbelanja secara *online* selama lebih dari 3 tahun sebanyak 61 responden. Dengan menggunakan SmartPLS, data diolah dan ditemukan bahwa kemudahan memengaruhi kemanfaatan secara positif dan signifikan.

Tabel 2.2

Penelitian yang relevan kemudahan terhadap kemanfaatan

Kemudahan (KEMU) -> Kemanfaatan (KEMA)			
No.	Penelitian	Metodologi	Hasil
1.	Karim <i>et al.</i> (2022), judul: “ <i>Study of customer satisfaction towards e-wallet payment system in Bangladesh</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 402 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU memengaruhi KEMA secara positif dan signifikan
2.	Seetharaman <i>et al.</i> (2017), judul: “ <i>Factors influencing behavioral intention to use the mobile wallet in Singapore</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 227 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMU memengaruhi KEMA secara positif dan signifikan
3.	Sarmah <i>et al.</i> (2021), judul: “ <i>Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 438 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMU memengaruhi KEMA secara positif dan signifikan
4.	Amin <i>et al.</i> (2014), judul: “ <i>User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 302 responden pada pengguna <i>mobile website</i>	KEMU memengaruhi KEMA secara positif dan signifikan
5	Shang & Wu (2017), judul: “ <i>Understanding mobile shopping consumers’ continuance intention</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 203 responden pada pengguna <i>m-shoppers</i>	KEMU memengaruhi KEMA secara positif dan signifikan

2.1.2.2 Studi kaitan kemanfaatan terhadap sikap

Alaeddin *et al.* (2018) meneliti tentang pengaruh kemanfaatan terhadap sikap pengguna *m-wallet* di Malaysia. Dengan menilai kemanfaatan dari sisi peningkatan performanya dalam melakukan pembayaran, meningkatnya produktivitas, meningkatnya efektivitas, dan kegunaannya, serta kontrol yang lebih baik dalam aktivitas pembayaran. Dari 140 kuesioner yang disebar, hanya 98 yang datanya bisa digunakan dan diolah dengan menggunakan PLS-SEM, diperoleh hasil bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Ariffin *et al.* (2021) meneliti tentang pengaruh kemanfaatan terhadap sikap pengguna *e-wallet* di Malaysia, dengan mendistribusikan kuesioner pada 18 Januari 2021 sampai 22 April 2021 melalui *google form* yang disebar di Facebook, Whatsapp dan *e-mail*. Dari 257 kuesioner yang terjawab, hanya 244 kuesioner yang sukses dan digunakan untuk dianalisis, mayoritas responden adalah wanita sebanyak 54,5% sedangkan pria sebanyak 45,5%. Usia 21 sampai 30 tahun sebanyak 57,4%, usia 31-40 tahun sebanyak 30,7%, usia 41-50 tahun sebanyak 9,8%, sedangkan sisanya usia 51 tahun ke atas sebanyak 1,6%. Dari hasil penelitiannya, diperoleh hasil bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude*.

Samat *et al.* (2022) dalam penelitiannya terhadap 452 responden yang tidak menggunakan *m-wallets* dalam kehidupan sehari-hari mereka, sebanyak 31,3% diantaranya adalah pria dan sebanyak 68,7% diantaranya adalah wanita. Dengan kategori berdasarkan ras, adalah 98% Malaysia, 1,1% Tionghua, 0,9% lainnya. Dengan kelompok golongan usia kurang dari 18 tahun sebanyak 2%, usia 19 sampai 30 tahun sebanyak 66,1%, usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 22,4%, usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 7,8%, dan 51 tahun ke atas sebanyak 1,8%. Dengan tingkat pendidikan 9,3% adalah SPM, sebanyak 41% diploma, sebanyak 33,9% sarjana, 15,7% di tingkat pascasarjana. Selain itu, pengklasifikasian menurut pekerjaannya adalah sebanyak 23,7% adalah pegawai pemerintah, 18% di sektor swasta, sebanyak 6,4% adalah wiraswasta, dan 6,7% masih menganggur. Dengan menggunakan SmartPLS, data diolah dan diperoleh hasil bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Kustono *et al.* (2020) meneliti tentang pengaruh kemanfaatan terhadap sikap pengguna *e-wallet* dalam transaksi pembayaran, dengan menyebar 250 kuesioner dengan kriteria yang aktif menggunakan *e-wallet*, dan yang merupakan mahasiswa di Jember. Di Universitas Jember sebanyak 100 kuesioner, di Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 50 kuesioner, IAIN Jember sebanyak 50 kuesioner, Politeknik Negeri Jember sebanyak 25 kuesioner, STE Mandala sebanyak 25 kuesioner, namun jumlah kuesioner yang kembali dan bisa digunakan datanya hanya sebanyak 180 kuesioner. Dengan menggunakan SmartPLS, diperoleh hasil kemanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap.

Kumar & Gupta (2021) meneliti tentang pengaruh kemanfaatan terhadap sikap pengguna *m-wallet* di Delhi, India. Dari 525 responden hanya 454 responden yang dapat diolah datanya, mayoritas responden adalah pria sebanyak 75% sedangkan 25% adalah wanita. Dari hasil penelitiannya, diperoleh hasil bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Tabel 2.3

Penelitian yang relevan kemanfaatan terhadap sikap

Kemanfaatan (KEMA) -> Sikap (SIKA)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Alaeddin <i>et al.</i> (2018), judul: <i>"From physical to digital: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 98 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
2.	Samat <i>et al.</i> (2022), judul: <i>"Use It or Not to Use It? Mobile Wallet Usage Intention Amidst Covid-19 Outbreak among Malaysians"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 452 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
3.	Ariffin <i>et al.</i> (2021), judul: <i>"Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 244 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
4.	Kustono <i>et al.</i> (2020), judul: <i>"Determinants of the use of e-wallet for transaction payment among college students"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 180 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
5.	Kumar & Gupta (2021), judul: <i>"Factors affecting adoption of m-wallets: moderating role of financial incentives"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 454 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA

2.1.2.3 Studi kaitan kemudahan terhadap sikap

Daragmeh *et al.* (2021) meneliti tentang pengaruh kemudahan terhadap sikap pada mahasiswa dan staf karyawan pada universitas di Hungaria, yang menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini dilakukan di masa pandemi Covid-19, di mana variabel kemudahan dinilai dari sisi penggunaan *e-wallet* di mudah digunakan, merasa nyaman terhadap penggunaan *e-wallet*, kemudahannya digunakan berulang kali. Kemudian dengan menyebarkan 1.080 kuesioner, dan data diolah dengan menggunakan SPSS dan PLS, diperoleh hasil bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Khayer & Bao (2019) dalam penelitiannya tentang pengaruh kemudahan terhadap sikap pengguna Alipay di kota Wuhan (China). Dengan menilai kemudahan dari penggunaan Alipay yang mudah dimengerti, interaksi penggunaan Alipay yang tidak memerlukan upaya mental yang berat, Alipay yang mudah digunakan, serta kemudahan penggunaan Alipay untuk melakukan apa yang diinginkan. Dari 336 responden Alipay yang tersebar di universitas dan mall, kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS dan SmartPLS, diperoleh hasil bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Latupeirissa *et al.* (2020) meneliti tentang pengaruh kemudahan terhadap sikap pengguna *e-wallet* Go Pay dan OVO di Denpasar, dengan mengambil sampel sebanyak 154 responden, di mana 81 responden diantaranya adalah pria, dan 73 responden diantaranya adalah wanita. Penelitian ini memfokuskan pada pengguna *e-wallet* Go Pay dan OVO, di mana sebanyak 57 responden menggunakan Go Pay, sebanyak 47 responden menggunakan OVO, dan sisanya yang menggunakan keduanya adalah sebanyak 50 responden. Kemudian data diolah menggunakan SmartPLS, diperoleh hasil bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Chawla & Joshi (2019) dalam penelitiannya pengguna *m-wallet* di kota besar India, ditemukan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap, dijelaskan dalam penelitiannya bahwa salah satu alasan yang masuk akal adalah kegunaan (*usefulness*) dari *m-wallets* yang memengaruhi sikap (*attitude*) dari pengguna yang berujung pada pengadopsiannya. Liebana *et al.* (2015) dalam penelitiannya juga ditemukan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap, hal ini dijelaskan bahwa hal mobilitas dari individu terkait dengan kemudahan terkait dengan tingkat penerimaan

pengguna terhadap pembayaran dengan via QR, rendahnya pengetahuan tentang di negara tempat penelitian dilakukan, responden yang tidak terbiasa dengan teknologi ini, serta keterbatasannya sampel yang diambil yaitu 168 responden. Kedua temuan ini yang menjadikan *empirical gap* dalam penelitian ini, dan penelitian ini untuk meneliti lebih lanjut tentang peran kemudahan terhadap sikap.

Tabel 2.4
Penelitian yang relevan kemudahan terhadap *attitude*

Kemudahan (KEMU) -> Sikap (SIKA)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Daragmeh <i>et al.</i> (2021), judul: “ <i>Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct)</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 1.080 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
2.	Khayer & Bao (2019), judul: “ <i>The continuance usage intention of Alipay: Integrating context-awareness and technology continuance theory (TCT)</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 336 responden pada pengguna Alipay	KEMU memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
3.	Latupeirissa <i>et al.</i> (2020), judul: “ <i>Antecedents of intention to use e-wallet: The development of acceptance model with PLS-SEM approach</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 154 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap SIKA
4.	Chawla & Joshi (2019), judul: “ <i>Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 744 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap SIKA
5.	Liebana <i>et al.</i> (2015), judul: “ <i>User behaviour in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model</i> ”	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 168 responden pada pengguna <i>m-payments</i> menggunakan sistem pembayaran dengan kode QR (<i>Quick Response</i>)	KEMU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap SIKA

2.1.2.4 Studi kaitan keamanan terhadap sikap

Singh & Kalra (2021) meneliti tentang pengaruh dari keamanan terhadap sikap pada pengguna *m-wallets* di kota Jaipur (Rajasthan). Dengan mengambil sampel sebanyak 315 responden, di mana 204 diantaranya adalah pria, dan 111 diantaranya adalah wanita. Penggolongan usia responden adalah yang berusia 18 sampai 24 tahun sebanyak 55 responden, yang berusia 25 sampai 34 tahun sebanyak 105 responden, yang berusia 35 sampai 44 tahun sebanyak 72 responden, yang berusia 45 sampai 54 tahun sebanyak 35 responden, yang berusia 55 sampai 64 tahun sebanyak 35 responden, sedangkan sisanya yang berusia 65 tahun ke atas sebanyak 13 responden. Dengan menggunakan regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor-faktor keamanan (*security*) terhadap sikap pada pengguna *m-wallets* di kota Jaipur (Rajasthan).

Chawla & Joshi (2019) dalam penelitiannya meneliti tentang pengaruh dari keamanan terhadap sikap pada pengguna *m-wallet* di kota besar India, dengan menilai aspek *security* dari sisi keamanan uang yang tertanam (bahaya kehilangannya), keamanan bertransaksi dengan menggunakan *m-wallet*, dan juga sistem pembayaran dengan menggunakan *m-wallet* lebih aman dibandingkan metode tradisional seperti penggunaan kartu kredit, cash. Dengan menggunakan *convenience* dan *purposive* sampling, sampel yang diambil sebanyak 744 responden dari pelajar dan para pekerja profesional, di mana 358 responden dikumpulkan secara online, dan 386 responden dikumpulkan dengan kuesioner fisik, kemudian data diolah menggunakan PLS-SEM, dari hasil penelitiannya diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan keamanan terhadap sikap.

Jangahir & Begum (2008) pada penelitiannya meneliti pengaruh keamanan terhadap sikap pada konteks *e-banking* di Bangladesh, dengan mengambil sampel sebanyak 227 responden dari bank komersial yang ada di Bangladesh, dengan rata-rata usia responden adalah 34 tahun, diantaranya 74,89% adalah pria, dan 25,1% adalah wanita. Kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS, dari hasil penelitiannya keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

Tabel 2.5**Penelitian yang relevan keamanan terhadap sikap**

Keamanan (KEAM) -> Sikap (SIKA)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Singh & Kalra (2021), judul: <i>“Impact of mobile wallets security on consumer attitude towards use”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 315 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	Terdapat pengaruh positif signifikan KEAM terhadap SIKA
2.	Chawla & Joshi (2019), judul: <i>“Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 744 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	Terdapat pengaruh positif KEAM terhadap SIKA
3.	Jangahir & Begum (2008), judul: <i>“The role of perceived usefulness , perceived ease of use , security and privacy , and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 277 responden pada pengguna <i>e-banking</i>	Terdapat pengaruh positif signifikan KEAM terhadap SIKA

2.1.2.5 Studi kaitan keamanan terhadap niat menggunakan, dan pengaruh keamanan terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap

Karim *et al.* (2020) dalam penelitiannya terhadap pengguna *e-wallet* di Malaysia, dengan mengambil sampel sebanyak 289 responden di Klang Valley (Malaysia), sebanyak 105 responden diantaranya adalah pria, sedangkan sebanyak 184 responden adalah wanita. Dengan klasifikasi responden berdasarkan usia adalah sebanyak 106 responden berusia 18 sampai 24 tahun, sebanyak 149 responden berusia 25 sampai 29 tahun, sebanyak 21 responden berusia 30 sampai 34 tahun, dan sebanyak 13 responden berusia 35 sampai 39 tahun. Dengan merek *e-wallet* yang paling sering digunakan diantaranya adalah 11 responden menggunakan AEON Wallet, sebanyak 71 responden menggunakan Boost, sebanyak 89 responden menggunakan Touch ‘n Go, sebanyak 101 responden menggunakan GrabPay, sebanyak 7 responden menggunakan WeChat Pay, sebanyak 10 responden menggunakan merek lainnya. Dari hasil penelitiannya, ditemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pengguna *e-wallet* di Malaysia.

Lai (2016) meneliti pengguna *e-payment* di ASEAN, dengan populasi dalam penelitiannya adalah responden yang pernah menggunakan kartu (kredit, debit, dan sebagainya), internet dan *m-payment* selama 12 bulan terakhir. Sampel yang diambil sebanyak 450 responden, dengan klasifikasi berdasarkan jenis kelamin diantaranya sebanyak 243 responden adalah pria, dan sebanyak 207 responden adalah wanita. Sebanyak 77 responden dari negara maju (Singapura dan Brunei), sebanyak 278 responden dari negara berkembang (Malaysia, Thailand, Indonesia, Filipina), sebanyak 95 responden berasal dari negara kurang berkembang (Vietnam, Kamboja, Laos, Myanmar). Klasifikasi berdasarkan status pernikahan, sebanyak 244 responden belum menikah, dan sebanyak 206 responden sudah menikah. Klasifikasi berdasarkan usia, sebanyak 172 responden berusia kurang dari 25 tahun, sebanyak 169 responden berusia 26 sampai 40 tahun, sebanyak 82 responden berusia 41 sampai 55 tahun, dan sebanyak 27 responden berusia lebih dari 55 tahun. Dari hasil penelitiannya, ditemukan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat untuk menggunakan.

Shin (2009) meneliti tentang pengaruh dari keamanan terhadap niat untuk menggunakan *m-wallets*, dengan mengambil sampel sebanyak 296 responden, di mana 131 responden adalah wanita dan sisanya sebanyak 172 responden adalah pria. Dengan klasifikasi berdasarkan usia, sebanyak 70 responden berusia di bawah 20 tahun, sebanyak 167 responden berusia 21 sampai 30 tahun, sebanyak 49 responden berusia 31 sampai 40 tahun, sebanyak 9 responden berusia 41-50 tahun, sebanyak 1 responden berusia lebih dari 51 tahun. Penggolongan berdasarkan tingkat pendidikan, sebanyak 41 responden adalah SMA atau di bawahnya, sebanyak 183 responden sedang kuliah, sebanyak 74 responden sudah lulus kuliah. Dari hasil penelitiannya ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor-faktor keamanan (*security*) terhadap niat untuk menggunakan *m-wallets*.

Tabel 2.6**Penelitian yang relevan keamanan terhadap niat menggunakan**

Keamanan (KEAM) -> Niat menggunakan (NIAT)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Karim <i>et al.</i> (2020), judul: <i>“Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 289 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEAM berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
2.	Lai (2016), judul: <i>“Design and Security impact on consumers’ intention to use single platform E-payment”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 450 responden pada pengguna <i>e-payment</i>	KEAM berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
3.	Shin (2009), judul: <i>“Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 296 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEAM berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para ahli sebelumnya (Singh & Kalra, 2021; Chawla & Joshi, 2019; Jangahir & Begum, 2008) ditemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap sikap, dan dari penelitian sebelumnya juga ditemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap niat (Karim *et al.*, 2020; Lai, 2016; Shin, 2009). Variabel sikap memiliki pengaruh terhadap niat (Lai, 2012; Ming & Jais, 2022; Persada *et al.*, 2021; Singh *et al.*, 2020; Ha, 2020; Tran & Nguyen, 2022) maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keamanan terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap.

2.1.2.6 Studi kaitan kemanfaatan terhadap niat

Humbani & Wiese (2019) melakukan penelitian terhadap niat untuk terus menggunakan *mobile payment apps* pada 426 responden pengguna *mobile payment* di Afrika Selatan. Di mana 213 responden diantaranya adalah pria, sedangkan sisanya sebanyak 203 responden adalah wanita. Dengan interval usia responden dari usia 18 tahun sampai 71 tahun, mayoritas responden berusia 20-29 tahun sebanyak 35,8%, dan usia 30-39 tahun sebanyak 30,3%. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa kemanfaatan terhadap niat untuk terus menggunakan pada pengguna *mobile payment apps*.

Parvathy & Durairaj (2022) melakukan penelitian pada pengguna *m-payment* bagi kaum tuna netra di Tamil Nadu. Pada bulan Februari dan Maret 2022, dengan mengumpulkan 56 responden yang dihubungi, hanya sebanyak 50 pengguna *m-payment* yang tertarik untuk ikut dalam penelitian. Sebanyak 42 responden adalah pria dan sebanyak 8 responden adalah wanita. Dengan rentang usia 19-25 tahun adalah 5 responden, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 30 responden, rentang usia di atas 30 tahun sebanyak 15 responden. Status pernikahan sebanyak 39 responden belum menikah, dan 11 responden sudah menikah. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa kemanfaatan terhadap niat untuk menggunakan pengguna *m-payment* bagi kaum tuna netra di Tamil Nadu.

Shaw (2014) dalam penelitiannya terhadap pengguna *m-wallet* konsumen Kanada, dengan jumlah sampel sebanyak 284 responden, di mana sebanyak 39 responden berusia 18 tahun, sebanyak 47 responden berusia 19 tahun, sebanyak 59 responden berusia 20 tahun, sebanyak 34 responden berusia 21 tahun, sebanyak 42 responden berusia 22 tahun, sebanyak 63 responden berusia 23 tahun ke atas. Dengan menggunakan SmartPLS, dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna *m-wallet* konsumen di Kanada.

Taufan dan Yuwono (2019) meneliti tentang niat menggunakan pengguna GO-PAY di Indonesia. Dengan mengambil sampel sebanyak 214 responden, di mana 110 responden diantaranya adalah pria, dan 104 responden diantaranya adalah wanita. Dengan domisili di Jakarta sebanyak 60 responden, domisili Bogor sebanyak 26 responden, domisili Depok sebanyak 43 responden, domisili Tangerang sebanyak 12 responden, domisili Bekasi sebanyak 37 responden, domisili Kerawang sebanyak 10 responden, domisili Malang sebanyak 1 responden, domisili Surabaya sebanyak 6 responden, domisili Bali sebanyak 3 responden, domisili Makassar sebanyak 6 responden, domisili Balikpapan sebanyak 1 responden, domisili Yogyakarta sebanyak 5 responden, domisili Semarang sebanyak 4 responden. Dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan pengguna GO-PAY di Indonesia.

Nascimento *et al.* (2018) melakukan penelitian terhadap niat menggunakan pengguna *smartwatches*, dengan mengolah 574 kuesioner, yang 532 responden diantaranya adalah pria, dan 42 responden adalah wanita. Dengan rentang usia ≤ 18 tahun sebanyak 36 responden, rentang usia 18-24 tahun sebanyak 233 responden, rentang usia 25-34 tahun sebanyak 217 responden, rentang usia 35-44 tahun sebanyak 59 responden, rentang usia 55-64 tahun sebanyak 3 responden, rentang usia ≥ 64 tahun sebanyak 3 responden. Kemudian data diolah dengan menggunakan SmartPLS, dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa kemanfaatan terhadap niat untuk terus menggunakan pada pengguna *smartwatches*.

Liu *et al.* (2018) melakukan penelitian tentang niat untuk terus menggunakan pada pengguna Yu'e Bao, kuesioner disebar melalui *e-mail*, QQ, WeChat, dan alat media komunikasi lainnya. Dan dari 417 kuesioner yang terkumpul, hanya sebanyak 339 kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Dari 339 responden tersebut, sebanyak 162 responden adalah pria, dan sebanyak 177 responden adalah wanita. Dengan usia ≤ 16 tahun sebanyak 3 responden, usia 17-28 tahun sebanyak 224 responden, usia 29-35 tahun sebanyak 87 responden, usia 36-44 tahun sebanyak 19 responden, usia 45-60 tahun sebanyak 2 responden, usia lebih dari 60 tahun sebanyak 4 responden. Deskripsi tingkat pendidikan sebanyak 2 responden merupakan doktoral, sebanyak 124 responden merupakan S2, sebanyak 171 responden merupakan S1, sedangkan 42 responden mengisi lainnya. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa kemanfaatan terhadap niat untuk terus menggunakan pada pengguna Yu'e Bao.

Tabel 2.7
Penelitian yang relevan kemanfaatan terhadap niat

Kemanfaatan (KEMA) -> Intention (NIAT)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Humbani & Wiese (2019), judul: " <i>An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps</i> "	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 426 responden pada pengguna <i>mobile payment apps</i>	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT

Tabel 2.7 (lanjutan)

2.	Parvathy & Durairaj (2022), judul: <i>“Adoption of mobile payment among visually impaired users in Tamil Nadu based on technology acceptance model (TAM)”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 50 responden pada pengguna <i>m-payment</i>	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
3.	Taufan dan Yuwono (2019), judul: <i>“Analysis of factors that affect intention to use e-wallet through the technology acceptance model approach (Case study: GO-PAY)”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 214 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
4.	Shaw (2014), judul: <i>“The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 284 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
5.	Nascimento <i>et al.</i> (2018), judul: <i>“Wearable technology: What explains continuance intention in smartwatches?”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 532 responden pada pengguna <i>smartwatches</i>	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
6.	Liu <i>et al.</i> (2018), judul: <i>“An empirical study on factors affecting continuance intention of using Yu’e Bao”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 339 responden pada pengguna Yu’e Bao	KEMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT

2.1.2.7 Studi kaitan kemudahan terhadap niat

Yang *et al.* (2021) melakukan studi tentang niat untuk menggunakan *e-wallet* dari pengguna *e-wallet* di Indonesia. Periode pengumpulan data dilakukan pada bulan April sampai Juli 2020, pada konsumen di Indonesia yang menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayarannya. Dari 501 responden dalam penelitiannya yang dikumpulkan melalui Google Form (dengan metode *convenience sampling*), sebanyak 285 responden adalah wanita, dan sebanyak 216 responden adalah pria. Dengan pengelompokan usia responden yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 129 responden, yang berusia 20-29 tahun sebanyak 307 responden, yang berusia 30-39 tahun sebanyak 31 responden, yang berusia 40 tahun ke atas sebanyak 34 responden. Dengan menggunakan SmartPLS, diperoleh hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet*.

Karim, *et al.* (2020), meneliti tentang niat dari pengguna *e-wallet* sebagai metode pembayaran pada kaum *young adults* di Malaysia. Dengan mengumpulkan data sebanyak 330 responden, dari pengguna *e-wallet* di Klang Valley (Malaysia), tetapi hanya 289 kuesioner yang dipertimbangkan untuk diolah datanya. Diketahui sebanyak 105 responden adalah pria dan sebanyak 184 responden adalah wanita. Dengan rentang usia 18-24 tahun sebanyak 106 responden, rentang usia 25-29 tahun sebanyak 149 responden, rentang usia 30-34 tahun sebanyak 21 responden, rentang usia 35-39 tahun sebanyak 13 responden. Dengan penggunaan *e-wallet* terbanyak adalah sebanyak 11 responden lebih banyak menggunakan AEON wallet, sebanyak 71 responden lebih banyak menggunakan Boost, sebanyak 89 responden lebih banyak menggunakan Touch 'n Go, sebanyak 101 responden lebih banyak menggunakan GrabPay, sebanyak 7 responden lebih banyak menggunakan WeChat Pay, sisanya 10 responden menggunakan merek lain. Dari penelitiannya, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna *e-wallet* sebagai metode pembayaran.

Huang (2021) meneliti tentang pengaruh kemudahan terhadap niat untuk terus menggunakan *online learning platforms* di Taiwan. Dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 248 responden, bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan *online learning platforms* di Taiwan.

Chinomona (2013) meneliti tentang pengaruh kemudahan terhadap niat untuk menggunakan *mobile social software*, dengan mengambil sampel sebanyak 150 responden, diantaranya 65 responden adalah pria dan 85 responden adalah wanita, dengan rentang usia ≤ 20 tahun sebanyak 12 responden, rentang usia 21-25 tahun sebanyak 79 responden, rentang usia ≥ 25 tahun sebanyak 59 responden. Kemudian data diolah dengan menggunakan SmartPLS, diperoleh hasil bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *mobile social software* pada pelajar yang terdaftar dalam Vaal University of Technology dan North West University, di Vanderbijlpark.

Seetharaman *et al.* (2017) melakukan penelitian tentang pengguna *m-wallets* di Singapore, dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* ke 400 responden, hanya 309 yang merespon balik, kuesioner yang tidak terisi lengkap, tidak dapat digunakan menjadikan jumlah sampel yang diolah datanya adalah sebanyak 227 responden. Dengan jumlah responden sebanyak 180 responden, jumlah responden wanita sebanyak 47 responden. Dengan klasifikasi usia responden yang berusia 18 tahun sampai usia 65 tahun atau lebih. Dari hasil penelitiannya, kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan, hal ini dapat dikarenakan demografi sampel dalam penelitiannya yaitu hanya sebanyak 18,1% yang wanita sedangkan populasi wanita di Singapura sebesar 50,5%. Serta sampel dalam penelitian ini hanya melibatkan 28% warga Singapura, sedangkan mayoritas 48,5% adalah Singapura PR.

Shaw (2014) dalam penelitiannya terhadap pengguna *m-wallet* konsumen Kanada, dengan jumlah sampel sebanyak 284 responden, di mana sebanyak 39 responden berusia 18 tahun, sebanyak 47 responden berusia 19 tahun, sebanyak 59 responden berusia 20 tahun, sebanyak 34 responden berusia 21 tahun, sebanyak 42 responden berusia 22 tahun, sebanyak 63 responden berusia 23 tahun ke atas. Dengan menggunakan SmartPLS, dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengguna *m-wallet* konsumen di Kanada, hal ini dijelaskan dapat terjadi karena adanya kesamaan pembayaran dengan menggunakan *smartphone* dan membayar dengan menggunakan kartu fisik (kartu kredit, debit), dalam situasi ini penggunaan *smartphone* dan kartu hanya memerlukan gerakan sederhana melalui terminal (alat pemindai) untuk proses transaksinya, responden penelitian ini tidak melihat adanya kesulitan dalam penggunaan *smartphone*, mereka menganggap penggunaan *m-wallets* semudah menggunakan kartu kredit. Temuan ini yang menjadikan *empirical gap* dalam penelitian ini, dan penelitian ini untuk meneliti lebih lanjut tentang peran kemudahan terhadap niat untuk menggunakan.

Alexandra & Ruslim (2023) dalam penelitiannya terhadap pengguna *e-wallet* merek Sakuku di Jakarta, dengan jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 232 responden, sebanyak 71% diantaranya adalah wanita, sebanyak 29% adalah pria. Dengan mayoritas responden berusia 17 sampai 25 tahun, dalam penelitiannya ditemukan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki positif yang signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan *e-wallet* Sakuku di Jakarta.

Tabel 2.8

Penelitian yang relevan kemudahan terhadap niat menggunakan

Kemudahan (KEMU) -> Niat menggunakan (NIAT)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Yang <i>et al.</i> (2021), judul: <i>“Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 501 kuesioner pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
2.	Chinomona (2013), judul: <i>“The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on trust and intention to use mobile social software”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 150 responden pada pengguna <i>mobile social software</i>	KEMU berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
3.	Karim <i>et al.</i> (2020), judul: <i>“Factors influencing the use of e-wallet as a payment method among Malaysian young adults”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 289 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	KEMU berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
4.	Huang (2021), judul: <i>“Exploring the continuous usage intention of online learning platforms from the perspective of social capital”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 248 responden pada pengguna <i>online learning platforms</i>	KEMU berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
5.	Seetharaman <i>et al.</i> , (2017), judul: <i>“Factors influencing behavioral intention to use the mobile wallet in Singapore”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 227 responden pada pengguna <i>m-wallets</i> di Singapura	KEMU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap NIAT
6.	Shaw (2014), judul: <i>“The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 284 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	KEMU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap NIAT
7.	Alexandra & Ruslim (2023), judul: <i>“Factors that Affect Continuance Usage Intention of E-Wallet Users in Jakarta”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 232 responden pada pengguna <i>e-wallet</i> di Jakarta	KEMU tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap NIAT

2.1.2.8 Studi kaitan sikap terhadap niat

Lai (2012) meneliti terhadap penggunaan Taipei Easy Card yang merupakan *e-wallet* keluaran dari Easy Card Corporation, penelitian ini meneliti pada penggunaan *e-wallet* dalam pembayaran biaya klinik, dengan mengambil 320 responden pada pasien di rumah sakit pada bulan November dan Desember 2011, dengan deskripsi responden diantaranya adalah sebanyak 58,75% adalah wanita, sedangkan sebanyak 41,25% adalah pria. Dengan rentang usia kurang dari 20 tahun sebanyak 23 responden, rentang usia 21-25 tahun sebanyak 78 responden, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 60 responden, rentang usia 31-35 tahun sebanyak 58 responden, rentang usia 36-40 tahun sebanyak 26 responden, rentang usia 41-45 tahun sebanyak 29 responden, rentang usia 46-50 tahun sebanyak 16 responden, dan usia di atas 50 tahun sebanyak 30 responden. Dari penelitiannya ditemukan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* Taipei Easy Card.

Ming & Jais (2022) meneliti tentang intensi penggunaan *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19 di Malaysia. Dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, sampel yang diambil sebanyak 598 responden dengan menggunakan Google Forms, di mana sebanyak 376 responden adalah pria, sebanyak 222 responden adalah wanita. Dengan status pernikahan sebanyak 390 responden masih *single* (belum menikah), dan sebanyak 208 responden sudah menikah. Dengan rentang usia 21-30 tahun sebanyak 423 responden, rentang usia 31-40 tahun sebanyak 80 responden, rentang usia 41-50 tahun sebanyak 49 responden, rentang usia >51 tahun sebanyak 46 responden. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan pada pengguna *e-wallet* di Malaysia.

Persada *et al.* (2021) dalam penelitiannya terhadap kaum Gen Z pengguna *e-wallet* di Indonesia, dengan mengambil sampel sebanyak 155 responden dari 25 kota di Indonesia, yang 64,3% diantaranya adalah wanita, 34,7% adalah pria dan 0,9% tidak menjawab. Kuesioner disusun menjadi dua bagian, yang pertama adalah kuesioner untuk penggunaan *e-wallet* pada transaksi belanja secara *online*, yang kedua adalah kuesioner untuk penggunaan *e-wallet* pada transaksi belanja secara *offline* (di toko). Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* pada kaum Gen Z di Indonesia.

Singh *et al.* (2020) melakukan penelitian terhadap *m-wallet* di India, dengan jumlah sampel sebanyak 206 responden, yang 115 diantaranya adalah pria, sisanya sebanyak 91 responden adalah wanita. Mayoritas responden berusia di interval 20-30 tahun sebanyak 126 responden, yang berusia 31-40 tahun sebanyak 42 responden, yang berusia 41-50 tahun sebanyak 17 responden, sisanya yang berusia >50 tahun sebanyak 21 responden. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *m-wallet* di India.

Ha (2020) meneliti tentang pengaruh sikap terhadap niat pada konsumen *online shopping* di Vietnam. Dari 429 kuesioner yang diolah datanya, sebanyak 169 diantaranya adalah pria (40%) sedangkan 254 diantaranya adalah wanita (60%), dengan rentang usia 18-25 tahun sebanyak 285 responden (67,4%), usia 26-30 tahun sebanyak 54 responden (12,8%), usia 31-36 tahun sebanyak 46 responden (10,9%), usia >36 tahun sebanyak 38 responden (9%). Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pada konsumen *online shopping* di Vietnam.

Tran & Nguyen (2022) meneliti sikap dari konsumen *online shopping* di Vietnam, dalam penelitiannya terhadap 358 responden, sebanyak 153 responden adalah pria, dan sebanyak 205 responden adalah wanita. Dengan rentang usia 18 sampai 25 tahun sebanyak 115 responden, rentang usia 25 sampai 31 tahun sebanyak 170 responden, dan lebih dari 31 tahun sebanyak 73 responden. Dari hasil penelitiannya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk membeli pada konsumen *online shopping* di Vietnam.

Tabel 2.9
Penelitian yang relevan sikap terhadap niat

Sikap (SIKA) -> Niat (NIAT)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Lai (2012), judul: <i>“The study of technology acceptance for e-wallets application of clinic fees payment”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 320 responden pada pengguna Taipei Easy Card	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
2.	Ming & Jais (2022), judul: <i>“Factors affecting the intention to use e-wallets during the COVID-19 pandemic”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 598 responden pada pengguna e-wallet	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
3.	Persada et al. (2021), judul: <i>“Revealing the behavior intention of tech-savvy generation Z to use electronic wallet usage: a theory planned behavior based measurement”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 155 responden generasi Z pengguna e-wallet di Indonesia	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
4.	Singh et al. (2020), judul: <i>“Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 206 responden pada pengguna m-wallet	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIA
5.	Ha (2020), judul: <i>“The impact of perceived risk on consumers’ online shopping intention: An integration of TAM and TPB”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 429 responden pada konsumen online shopping	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT
6.	Tran & Nguyen (2022), judul: <i>“The impact of security, individuality, reputation, and consumer attitudes on purchase intention of online shopping: The evidence in Vietnam”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 358 responden ada konsumen online shopping	SIKA berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIAT

2.1.2.9 Studi kaitan kompatibilitas terhadap kemanfaatan dan kemudahan serta pengaruhnya terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan dan kemudahan

Leong *et al.* (2021) melakukan penelitian terhadap intensi dari *m-payments* di Sarawak, di mana dalam penelitiannya dengan menggunakan *purposive sampling method* karena untuk memilih responden yang memiliki pengalaman pembayaran secara *online payment* dengan menggunakan *mobile phone*, sampel yang diambil sebanyak 194 responden yang terdiri dari 94 pria dan 101 wanita. Dengan rentang usia di bawah 20 tahun sebanyak 10 responden, rentang usia 21 sampai 25 tahun sebanyak 83 responden, rentang usia 26 sampai 30 tahun sebanyak 34 responden, rentang usia 31 sampai 35 tahun sebanyak 26 responden, rentang usia 36 sampai 40 tahun sebanyak 17 responden, rentang usia lebih dari 40 tahun sebanyak 24 responden. Dengan menggunakan SmartPLS, data diolah dan diperoleh hasil bahwa variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan dan kemudahan. Serta kemanfaatan dan kemudahan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *m-payments*. Lebih lanjutnya, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *m-payments* yang dimediasi oleh kemanfaatan dan kemudahan.

Isaac, *et al.* (2016) dalam studi penelitiannya terhadap penggunaan internet dari para karyawan yang ada di Yaman, dari 700 kuesioner yang didistribusikan, sebanyak 530 kuesioner yang kembali, namun hanya 508 kuesioner yang datanya dianalisis lebih lanjut. Dari hasil penelitiannya, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan dan kemudahan.

Kanchanataneet *et al.* (2014), melakukan penelitian pada minat penggunaan *e-marketing* pada *small and medium business owners* di Yala, Pattani dan Narathiwat. Dengan mengambil sampel sebanyak 430 responden pada *SME owners*, dengan karakteristik demografi sebanyak 20 responden berusia kurang dari 25 tahun, sebanyak 266 responden berusia 25 sampai 35 tahun, sebanyak 121 responden berusia 36 sampai 45 tahun, sebanyak 23 responden berusia di atas 45 tahun. Dengan menggunakan SmartPLS, ditemukan bahwa kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan.

Ismail (2016) meneliti tentang minat penggunaan *smartphone*, sampel yang diambil sebanyak 92 responden yang terdiri dari dosen, mahasiswa serta karyawan dari Universitas AKI di Semarang. Dalam penelitiannya, kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan dan kemudahan.

Liebana *et al.* (2015) dalam penelitiannya yang meneliti tentang *m-payments* menggunakan sistem pembayaran dengan kode QR (*Quick Response*), sampel dalam penelitian ini sebanyak 242 responden tetapi hanya 168 responden yang lengkap, sampel diambil dari media sosial Facebook. Dengan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 87 responden adalah pria dan sebanyak 81 responden adalah wanita. Untuk pengklasifikasian berdasarkan usia, tidak ada responden yang berusia di bawah 18 tahun, untuk usia 18 sampai 24 tahun sebanyak 66 responden, untuk usia 25 sampai 34 tahun sebanyak 44 responden, untuk usia 35 sampai 44 tahun sebanyak 40 responden, untuk usia 45 sampai 44 tahun sebanyak 16 responden, untuk usia 45 sampai 54 tahun sebanyak 16 responden, untuk usia 55 sampai 64 tahun sebanyak 2 responden, dan tidak ada responden yang berusia di atas 65 tahun. Dalam penelitiannya, kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan.

Tabel 2.10

Penelitian yang relevan kompatibilitas terhadap kemanfaatan dan kemudahan serta pengaruhnya terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan dan kemudahan

Kompatibilitas (KOMP) -> Kemanfaatan (KEMA) dan Kemudahan (KEMU) serta pengaruhnya ke Niat (NIAT) yang dimediasi oleh Kemanfaatan dan Kemudahan			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Leong <i>et al.</i> (2021), judul: <i>"Predicting mobile network operators users m-payment intention"</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 194 responden pada pengguna <i>m-payments</i>	KOMP memiliki positif dan signifikan terhadap KEMA dan KEMU serta KOMP memiliki pengaruh terhadap NIAT yang dimediasi oleh KEMA dan KEMU

Tabel 2.10 (lanjutan)

2.	Isaac <i>et al.</i> (2016), judul: <i>“Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, and net benefits: an empirical study of internet usage among employees in Yemen”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 508 responden pada karyawan pengguna internet	KOMP memiliki positif dan signifikan terhadap KEMA dan KEMU
3.	Kanchanatanee <i>et al.</i> (2014), judul: <i>“Effects of attitude toward using, perceived usefulness, perceived ease of use and perceived compatibility on intention to use e-marketing”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 430 responden pada pengguna e-marketing pada <i>small and medium business owners</i>	KOMP memiliki positif dan signifikan terhadap KEMA
4.	Ismail (2016), judul: <i>“Intention to use smartphone through perceived compatibility, perceived usefulness, and perceived ease of use”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 92 responden pada pengguna <i>smartphone</i>	KOMP memiliki positif dan signifikan terhadap KEMA dan KEMU
5.	Liebana <i>et al.</i> (2015), judul: <i>“User behaviour in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 168 responden pada pengguna <i>m-payments</i> menggunakan sistem pembayaran dengan kode QR (<i>Quick Response</i>)	KOMP memiliki positif dan signifikan terhadap KEMA

2.1.2.10 Studi kaitan aspek kesehatan terhadap sikap, dan pengaruhnya terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap

Sumi & Ahmed (2022) dalam penelitiannya meneliti tentang pengaruh aspek kesehatan terhadap sikap pada 395 responden (dengan metode pengambilan sampel *convenience sampling*) pada kaum generasi muda yang melakukan pembelian secara *online* di masa pandemi. Dengan responden berusia di interval 20-25 tahun di Bangladesh, sebanyak 51,9% adalah pria dan sisanya sebanyak 48,10% adalah wanita. Dengan menggunakan *software* SPSS dan SmartPLS, ditemukan bahwa aspek kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pada kaum generasi muda yang melakukan pembelian secara *online* di Bangladesh.

Kusumaningsih *et al.* (2019) meneliti tentang pengaruh kesadaran akan kesehatan terhadap sikap dari pembelian makanan organik di Surakarta. Dengan menyebar 150 kuesioner, hasil penelitiannya, kesadaran akan kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dari pembelian makanan organik di Surakarta.

Hoque *et al.* (2018) meneliti tentang pengaruh kesadaran akan kesehatan terhadap sikap dari pembelian susu cair di kota Dhaka dan Chittagong, di Bangladesh. Terdapat 364 responden dari Dhaka dan 348 responden dari Chittagong. Sebanyak 449 responden adalah pria, sedangkan sebanyak 263 responden adalah wanita. Dengan rentang usia 20-39 tahun sebanyak 270 responden, 30-39 tahun sebanyak 117 responden, 40-49 tahun sebanyak 171 responden, 50-59 tahun sebanyak 119 responden, 60-70 tahun sebanyak 29 responden, dan sisanya yang berusia di atas 70 tahun sebanyak 6 responden. Dari hasil penelitiannya, kesadaran akan kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dari pembelian susu cair di kota Dhaka dan Chittagong, di Bangladesh.

Tabel 2.11

Penelitian yang relevan aspek kesehatan terhadap sikap

Aspek kesehatan (KESE) -> Sikap (SIKA)			
No.	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	Sumi & Ahmed (2022), judul: <i>“Investigating young consumers’ online buying behavior in COVID-19 pandemic: perspective of Bangladesh”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 395 responden pada kaum generasi muda yang melakukan pembelian secara <i>online</i> di masa pandemi	KESE berpengaruh positif dan signifikan terhadap SIKA
2.	Hoque <i>et al.</i> (2018), judul: <i>“Health consciousness and its effect on perceived knowledge, and belief in the purchase intent of liquid milk: Consumer insights from an emerging market”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 712 responden pembeli susu cair di kota Dhaka dan Chittagong	KESE berpengaruh positif dan signifikan terhadap SIKA
3.	Kusumaningsih <i>et al.</i> (2019), judul: <i>“Effects of health consciousness and environmental attitude on intention towards organic food purchase”</i>	Kuesioner yang diolah datanya sebanyak 150 responden dari pembelian makanan organik	KESE berpengaruh positif dan signifikan terhadap SIKA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para ahli di atas (Sumi & Ahmed, 2022; Hoque *et al.*, 2018; Kusumaningsih *et al.*, 2019), ditemukan bahwa aspek kesehatan memiliki pengaruh terhadap sikap. Dan dari penelitian yang relevan yang telah dikemukakan sebelumnya, juga ditemukan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan (Lai, 2012; Ming & Jais, 2022; Persada *et al.*, 2021; Singh *et al.*, 2020; Ha, 2020; Tran & Nguyen, 2022) maka, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh aspek kesehatan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh sikap.

2.1.2.11 Keterbaruan riset

Pada tabel 2.12 melampirkan matriks posisi penelitian dalam penelitian ini, yang bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2.12
Posisi penelitian

No.	Peneliti	KEMA	KEMU	KEAM	KOMP	KESE	SIKA	NIAT	Sampel	Usia	Riset Desain	Negara / Kota
1.	Chawla & Joshi (2019)	V	V	V	V	-	V	V	744 responden pada pengguna <i>e-wallet</i>	18-35 tahun	Survei	India
2.	Sumi & Ahmed (2022)	V	V	-	-	V	-	-	395 responden pada kaum generasi muda yang melakukan pembelian secara <i>online</i> di masa pandemi	20-25 tahun	Survei	Bangladesh
3.	Leong <i>et al.</i> (2021)	V	V	V	V	-	-	V	194 responden pada pengguna <i>m-payments</i>	<20 tahun-40 tahun ke atas	Survei	Malaysia

Tabel 2.12 (lanjutan)

No.	Peneliti	KEMA	KEMU	KEAM	KOMP	KESE	SIKA	NIAT	Sampel	Usia	Riset Desain	Negara / Kota
4.	Sarmah et al. (2021)	V	V	-	-	-	-	V	438 responden pada pengguna <i>m-wallet</i>	Pelajar remaja (tidak dideskripsikan rentang usianya)	Survei	India
5.	Yang <i>et al.</i> (2021)	V	V	-	V	-	-	V	501 kuesioner pada pengguna <i>e-wallet</i>	<20 tahun-40 tahun ke atas	Survei	Indonesia
6.	Liebana <i>et al.</i> (2015)	V	V	V	V	-	V	V	168 responden pengguna <i>m-payments</i> untuk sistem pembayaran dengan kode <i>QR</i>	<18 tahun-65 tahun ke atas	Survei	Spanyol
7.	Lwoga & Lwoga (2017)	V	V	V	-	V	-	V	292 responden pengguna <i>m-payments</i>	25 tahun-56 tahun ke atas	Survei	Tanzania
8.	Singh & Sinha (2020)	V	-	-	V	-	-	V	315 <i>Indian merchants</i>	20 tahun sampai 50 tahun ke atas	Survei	India
9.	Ismail (2016)	V	V	-	V	-	-	V	92 responden pengguna <i>smartphone</i>	19 tahun sampai 50 tahun ke atas	Survei	Semarang

Tabel 2.12 (lanjutan)

No.	Peneliti	KEMA	KEMU	KEAM	KOMP	KESE	SIKA	NIAT	Sampel	Usia	Riset Desain	Negara / Kota
10.	Kanchanataneet <i>et al.</i> (2014)	V	V	-	V	-	V	V	430 responden pada pengguna <i>e- marketing</i> pada <i>small and medium business owners</i>	<25 tahun-45 tahun ke atas	Survei	Thailand
11.	Isaac <i>et al.</i> (2016)	V	V	-	V	-	-	-	508 responden pada karyawan pengguna internet	<20 tahun-50 tahun ke atas	Survei	Yaman
12.	Ming & Jais (2022)	V	V	-	-	-	V	V	598 responden pengguna <i>e- wallets</i>	21 tahun-51 tahun ke atas	Survei	Malaysia
13.	Lai (2012)	V	V	-	-	-	V	V	320 responden pada pengguna Taipei Easy Card	<20 tahun-51 tahun ke atas	Survei	Taipei

Tabel 2.12 (lanjutan)

No.	Peneliti	KEMA	KEMU	KEAM	KOMP	KESE	SIKA	NIAT	Sampel	Usia	Riset Desain	Negara / Kota
14.	Chinomona (2013)	V	V	-	-	-	-	V	150 responden pada pengguna <i>mobile social software</i>	<20 tahun-25 tahun ke atas	Survei	Vanderbijlpark
15.	Karim <i>et al.</i> (2020)	V	V	V	-	-	-	V	289 responden pada pengguna <i>e- wallet</i>	<20 tahun-31 tahun ke atas	Survei	Malaysia
16.	Alaeddin <i>et al.</i> (2018)	V	V	-	-	-	V	V	98 responden pada pengguna <i>m- wallet</i>	31-40 tahun	Survei	Malaysia
17.	Daragmeh <i>et al.</i> (2021)	V	V	-	-	-	V	V	1.080 responden pada pengguna <i>e- wallet</i>	Mayoritas responden adalah mahasiswa dan berusia <40 tahun	Survei	Hungaria
18.	Latupeirissa <i>et al.</i> (2020)	V	V	V	-	-	V	V	154 responden pada pengguna <i>e- wallet</i>	<14 tahun-50 tahun	Survei	Denpasar

Tabel 2.12 (lanjutan)

No.	Peneliti	KEMA	KEMU	KEAM	KOMP	KESE	SIKA	NIAT	Sampel	Usia	Riset Desain	Negara / Kota
19.	Yuliasuti <i>et al.</i> (2022)	V	V	-	-	-	V	V	115 responden pengguna <i>e- money</i>	Tidak dideskripsikan usia respondennya	Survei	Bali
20.	Schmidhuber <i>et al.</i> (2020)	V	V	-	V	-	-	V	670 responden tentang penggunaan <i>m-payment</i>	<30 tahun-60 tahun ke atas	Survei	Austria
21.	Nisa & Solekah (2022)	V	V	V	-	-	V	V	150 responden pengguna <i>e- wallet</i>	19-34 tahun	Survei	Malang
22.	Penelitian ini	V	V	V	V	V	V	V	363 responden Gen X pengguna <i>e- wallet</i>	Generasi X (42 sampai 58 tahun)	Survei	Beberapa kota di Pulau Jawa

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; Aspek kesehatan = KESE; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

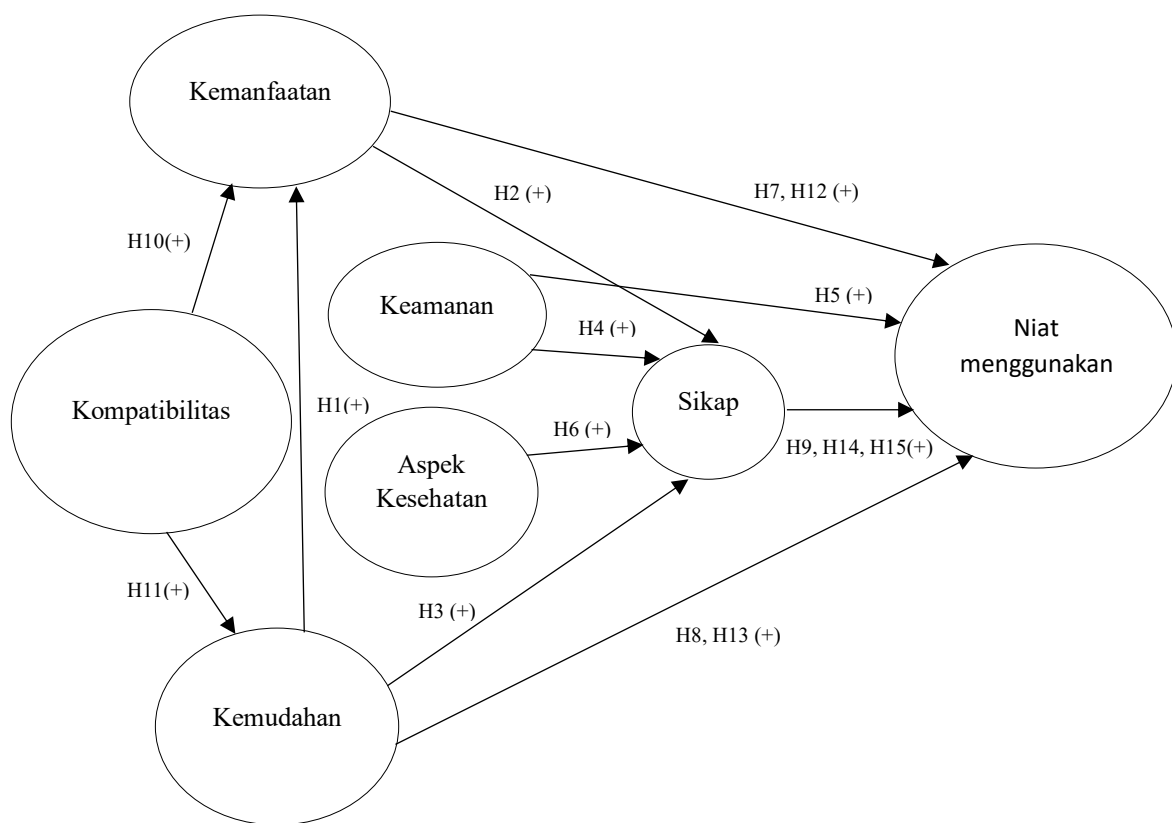
2.2.1 Kerangka Pemikiran

Sebelum mengenal uang, transaksi kegiatan jual-beli dilakukan dengan saling menukarkan barang atau yang biasanya disebut barter, seiring bertambahnya waktu, teknologi semakin berkembang, pembayaran selain dengan menggunakan uang tunai, juga dapat menggunakan metode lain yaitu non tunai seperti kartu kredit atau kartu debit, dan salah satu pembayaran yang terintegrasi dan dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone* adalah *e-wallet*. Teori TAM yang menjelaskan bahwa penerimaan sebuah teknologi baru dapat dijelaskan oleh variabel kemanfaatan (*perceived usefulness*), kemudahan (*perceived ease of use*). Masuknya virus Covid-19 di Indonesia pada awal tahun 2020, membuat beberapa tempat mengharuskan untuk bertransaksi secara non tunai, karena alasan kesehatan.

Generasi X yang lahir pada interval tahun 1965an masih lambat dalam pengadopsian *e-wallet* yang merupakan sebuah alternatif pembayaran non tunai yang baru, teori TAM dan perkembangannya menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat untuk penggunaan (*intention to use*) dari suatu teknologi. Dari berbagai kajian literatur dan fenomena masuknya pandemi Covid-19 di Indonesia membuat peneliti berniat melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi sikap dan niat menggunakan dari faktor-faktor perkembangan pada teori TAM yaitu dengan melibatkan variabel kemanfaatan, kemudahan, kompatibilitas, keamanan, aspek kesehatan, sikap terhadap niat untuk menggunakan pada pengguna *e-wallet* pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.

2.2.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dan penelitian yang relevan yang telah dilakukan oleh para ahli sebelumnya, maka pada model penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4 Model penelitian

Dari model penelitian yang tersaji pada gambar 2.4 di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H2: kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H3: kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H4: keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H5: keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H6: aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.

- H7: kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H8: kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H9: sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H10: kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H11: kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H12: kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H13: kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemudahan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H14: keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- H15: aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka kerja atau cetak biru yang dipergunakan untuk proyek riset pemasaran, berisi prosedur yang diperlukan dalam menggali dan mendapatkan informasi dalam rangkaian penyelesaian masalah riset pemasaran (Malhotra, 2020). Desain penelitian berfungsi sebagai rencana keseluruhan metode dalam penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data (Hair *et al.*, 2021).

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian diklasifikasikan menjadi *exploratory design* dan *conclusive design* dimana penelitian eksploratori bertujuan untuk memberikan wawasan dan untuk memahami fenomena pemasaran yang pada dasarnya sulit untuk diukur, sedangkan penelitian konklusif bertujuan untuk menguji hipotesis secara spesifik serta untuk menguji hubungan. *Conclusive design* terbagi menjadi *descriptive research* dan *causal research*, serta *descriptive research* terbagi menjadi *cross sectional design* dan *longitudinal design*.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan sesuatu, seperti karakteristik atau fungsi pasar (Malhotra, 2020). Penelitian deskriptif mengumpulkan data kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian (Hair *et al.*, 2021). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional design* dimana pengumpulan informasi hanya dilakukan satu kali pada sampel tertentu dalam jangka waktu atau periode yang telah ditentukan (Malhotra, 2020).

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah total dari semua elemen yang memiliki beberapa karakteristik yang sama (Malhotra, 2015). Populasi juga dapat diartikan sebagai sekelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kaum Generasi X yang pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa, yaitu di provinsi DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan D.I. Yogyakarta.

Sampel adalah subkelompok dari elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian (Malhotra, 2020). Teknik pengumpulan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu dengan metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* merujuk pada teknik pengambilan sampel yang berusaha untuk mendapatkan sampel elemen yang mudah dijangkau. (Malhotra, 2020).

Teknik pengambilan sampel ini sesuai dengan yang dilakukan oleh penelitian yang relevan sebelumnya (Yang *et al.*, 2021; Sumi & Ahmed, 2021; Ariffin *et al.*, 2021; Chawla & Joshi, 2019; Liebana *et al.*, 2015). Penelitian ini mengambil sampel di Pulau Jawa, yaitu: DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat (Bandung, Bekasi dan Bogor), Jawa Tengah (Tegal, Cilacap, Pekalongan), Jawa Timur (Surabaya, Malang, Nganjuk), D.I. Yogyakarta.

Barclay *et al.* 1995 dalam Hair *et al.* (2017) menyimpulkan bahwa ukuran sampel paling tidak harus menyamai atau lebih besar dari 10 kali lipat pada indikator yang ada di dalam sebuah konstruk. Pada model penelitian ini, indikator terbanyak dalam sebuah konstruk adalah sebanyak 6 indikator, yaitu variabel kemudahan, maka jumlah minimum responden dalam penelitian ini adalah $6 \times 10 = 60$ responden.

Gorsuch, 1983; Hatcher, 1994; Suhr, 2006 dalam Memon *et al.* (2020) menjelaskan bahwa rasio perbandingan untuk ukuran sampel tidak boleh kurang dari 5:1, jumlah indikator dari penelitian ini adalah 32 indikator, maka jumlah minimal responden dalam penelitian ini adalah 5×32 indikator yaitu 160 sampel, atau tidak boleh kurang dari 160 responden.

Kline, 2005 dalam Memon *et al.* (2020) memberikan panduan untuk menganalisis model struktural, disarankan bahwa sampel sebanyak 100 dianggap kecil, sampel 100 sampai 200 dianggap sedang, dan sampel lebih dari 200 dianggap besar. Namun, untuk hasil yang lebih akurat, maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan minimal sebanyak 350 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *googleform* dan juga kuesioner fisik. Menurut Sekaran & Bougie (2017) sebuah studi dapat dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, yang mungkin dapat dalam periode hari, minggu, atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Studi semacam ini disebut *cross-sectional*. Dalam penelitian ini studi dilakukan pada interval bulan Juli 2023 sampai dengan Januari 2024, oleh karena itu studi penelitian ini tergolong studi *cross-sectional*.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Operasionalisasi diperlukan untuk mengukur konsep yang abstrak dan subjektif seperti perasaan dan sikap. Ada pun pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, dengan interval 1 sampai 5, di mana:

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral/ Biasa Saja

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Menurut Davis *et al.* (1989) kemudahan didefinisikan sebagai tingkat di mana pengguna potensial mengharapkan suatu sistem baru tersebut mudah untuk digunakan. Kemudahan diukur dengan menggunakan 5 indikator yaitu: menggunakan *e-wallet* itu mudah, belajar menggunakannya tidaklah sulit, setiap langkah dalam penggunaannya mudah dimengerti, sangatlah mudah untuk menjadi mahir dalam menggunakannya, keseluruhan mudah digunakan.

Tabel 3.1

Operasionalisasi variabel kemudahan

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Kemudahan	Membayar menggunakan <i>e-wallet</i> itu mudah (tidak rumit)	KEMU1	Sarmah <i>et al.</i> (2021), Wilson <i>et al.</i> (2021). Chawla & Joshi (2019), Schmidhuber <i>et al.</i> (2018), Kumar <i>et al.</i> (2018) yang diadaptasi oleh peneliti
	Belajar menggunakan <i>e-wallet</i> tidaklah sulit	KEMU2	
	Saya percaya bahwa setiap langkah dalam penggunaan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah untuk dimengerti	KEMU3	
	Saya percaya bahwa untuk menjadi mahir (ahli) dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah	KEMU4	
	Secara keseluruhan, menurut saya <i>e-wallet</i> itu mudah untuk digunakan	KEMU5	

Menurut Davis *et al.* (1989), kemanfaatan didefinisikan sebagai kemungkinan subjektif pengguna potensial bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Kemanfaatan diukur dengan menggunakan 6 indikator yaitu: menggunakan *e-wallet* membantu membayar menjadi lebih cepat, menggunakan *e-wallet* berguna dalam kehidupan sehari-hari, memudahkan untuk melakukan pembayaran, menjadi lebih nyaman, berguna dalam pengelolaan keuangan, secara keseluruhan menguntungkan.

Tabel 3.2
Operasionalisasi variabel kemanfaatan

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Kemanfaatan	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan membantu saya membayar lebih cepat	KEMA1	Leong <i>et al.</i> (2021), Chawla & Joshi (2019), Venkatesh & Davis (2000), Singh <i>et al.</i> (2020), Kumar <i>et al.</i> (2018) yang diadaptasi peneliti
	Saya menyadari bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	KEMA2	
	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan memudahkan saya untuk melakukan pembayaran	KEMA3	
	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> membuat saya menjadi lebih nyaman	KEMA4	
	Secara keseluruhan, <i>e-wallet</i> berguna dalam pengelolaan (contoh: adanya riwayat transaksi) keuangan saya	KEMA5	
	Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> itu menguntungkan	KEMA6	

Menurut Shin (2009) definisi keamanan adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu prosedur pembayaran tertentu akan aman. *Security* diukur dengan menggunakan 4 indikator yaitu: keyakinan lebih aman daripada pembayaran tradisional, keyakinan risiko penyalahgunaan informasi, keyakinan teknologi yang digunakan sudah aman, kemungkinan kehilangan uang yang disimpan rendah.

Tabel 3.3
Operasionalisasi variabel keamanan

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Keamanan	Saya yakin pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> lebih aman daripada pembayaran tradisional seperti kartu kredit atau kartu debit	KEAM1	Leong <i>et al.</i> (2021), Liebana <i>et al.</i> (2018), Chawla & Joshi (2019) yang diadaptasi peneliti
	Saya yakin risiko penyalahgunaan informasi (contoh: informasi data diri, transaksi pembayaran) dengan menggunakan <i>e-wallet</i> itu rendah	KEAM2	
	Saya yakin teknologi yang digunakan dalam <i>e-wallet</i> sudah aman (menggunakan fitur PIN dan <i>fingerprint</i>)	KEAM3	
	Saya yakin bahwa kemungkinan kehilangan uang yang disimpan di <i>e-wallet</i> rendah	KEAM4	

Ozturk *et al.* (2016) mendefinisikan kompatibilitas sebagai suatu besarnya inovasi yang dianggap sejalan dengan nilai-nilai saat ini, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan dari penggunaanya. Kompatibilitas diukur dengan menggunakan 4 indikator yaitu: kecocokan dengan gaya hidup, kecocokan daripada cara pembayaran alternatif lainnya, sesuai (cocok) dengan situasi saat ini, sesuai (cocok) dengan kebutuhan transaksi.

Tabel 3.4
Operasionalisasi variabel kompatibilitas

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Kompatibilitas	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan gaya hidup saya	KOMP1	Leong <i>et al.</i> (2021), Liebana <i>et al.</i> (2018), Lwoga & Lwoga (2017), Kapoor <i>et al.</i> (2015) yang diadaptasi peneliti
	Saya lebih cocok bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> daripada cara pembayaran alternatif lainnya (misalnya: uang tunai atau kartu kredit tradisional)	KOMP2	
	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan situasi saya saat ini	KOMP3	
	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan kebutuhan transaksi saya (contoh: membeli barang/ jasa)	KOMP4	

Sumi & Ahmed (2022) mendefinisikan aspek kesehatan sebagai aspek dari perlindungan kesehatan untuk lebih higienis, mengurangi risiko terhadap paparan langsung dari orang lain, *social distance*, dan keinginan untuk tetap sehat. Aspek kesehatan diukur dengan menggunakan 4 indikator yaitu: memastikan dalam menjaga jarak, meminimalkan paparan terhadap virus, lebih higienis, ingin tetap aman dan sehat.

Tabel 3.5
Operasionalisasi variabel aspek kesehatan

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Aspek kesehatan	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> memastikan saya dalam hal menjaga jarak (<i>social distancing</i>)	KESE1	Sumi & Ahmed (2022), Alam (2020), Kapoor <i>et al.</i> (2019) yang diadaptasi peneliti
	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> meminimalkan paparan terhadap virus (contoh: virus korona)	KESE2	
	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena lebih higienis dibandingkan metode pembayaran lainnya	KESE3	
	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena saya ingin tetap sehat	KESE4	

Ajzen (1991) mendefinisikan sikap merupakan suatu derajat di mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dari perilaku yang terbentuk. Sikap diukur dengan menggunakan 5 indikator yaitu: ide yang bagus, menguntungkan di setiap domain transaksi, *trendy*, pengalaman yang menyenangkan, menyukai untuk menyelesaikan transaksi.

Tabel 3.6
Operasionalisasi variabel sikap

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Sikap	Menurut saya, pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan ide yang bagus	SIKA1	Persada <i>et al.</i> (2021), Singh <i>et al.</i> (2020), Liebana <i>et al.</i> (2015) yang diadaptasi peneliti
	<i>E-wallet</i> menguntungkan di setiap domain transaksi	SIKA2	
	<i>E-wallet</i> itu <i>trendy</i> (kekinian)	SIKA3	
	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan sebuah pengalaman yang menyenangkan	SIKA4	
	Saya suka menggunakan <i>e-wallet</i> untuk menyelesaikan transaksi pembayaran saya	SIKA5	

Menurut Oliver 1997 dalam Cham *et al.* (2021) niat merupakan kemungkinan seseorang/ individu untuk terlibat dalam suatu perilaku tertentu. Niat menggunakan diukur dengan menggunakan 4 indikator yaitu: jika diberi kesempatan akan menggunakan, kemungkinan menggunakan dalam waktu dekat, berencana sering menggunakan, penggunaan akan meningkat di masa depan.

Tabel 3.7
Operasionalisasi variabel niat menggunakan

Variabel	Parameter pertanyaan pada kuesioner	Kode	Acuan
Niat menggunakan	Jika diberi kesempatan, saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i>	NIAT1	Singh <i>et al.</i> (2020), Leong <i>et al.</i> (2021) & Shaw, N. (2014) yang diadaptasi peneliti
	Kemungkinan saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> dalam waktu dekat	NIAT2	
	Saya berencana untuk sering menggunakan <i>e-wallet</i>	NIAT3	
	Saya berharap, penggunaan <i>e-wallet</i> saya akan meningkat di masa yang akan datang	NIAT4	

3.5 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Oleh karena itu peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan yang benar antara objek pada karakteristik yang diukur, bukan kesalahan sistematis atau acak (Malhotra, 2015). Uji validitas menggunakan metode PLS-SEM terbagi menjadi dua, yaitu validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*).

Validitas konvergen adalah sejauh mana konstruk konvergen untuk menjelaskan varian *itemnya* (Hair, *et al.*, 2019). Pengujian validitas konvergen dianggap valid apabila nilai AVE (*average variance extracted*) memiliki nilai lebih besar dari 0,50 (Hair *et al.*, 2019). Hair *et al.* (2017) juga menjelaskan bahwa nilai *outer loading* harus minimal 0,708 atau lebih besar. Tabel 3.8 dan 3.9 berikut ini akan menunjukkan hasil nilai AVE (*average variance extracted*) dan nilai *loading factor* berdasarkan hasil olah data melalui aplikasi SmartPLS.

Tabel 3.8
Hasil analisis AVE

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Aspek Kesehatan	0,763
Keamanan	0,741
Kemanfaatan	0,811
Kemudahan	0,789
Kompatibilitas	0,810
Niat	0,819
Sikap	0,774

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa hasil analisis dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)* setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,5, yang berarti bahwa variabel-variabel tersebut memiliki nilai AVE yang sudah memenuhi kriteria dan dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.9
Hasil analisis *loading factor*

	KESE	KEAM	KEMA	KEMU	KOMP	NIAT	SIKA
KEAM1		0,869					
KEAM2		0,847					
KEAM3		0,860					
KEAM4		0,868					
KEMA1			0,898				
KEMA2			0,919				
KEMA3			0,920				
KEMA4			0,921				
KEMA5			0,841				
KEMA6			0,902				

Tabel 3.9 (lanjutan)

KEMU1				0,885			
KEMU2				0,867			
KEMU3				0,913			
KEMU4				0,884			
KEMU5				0,890			
KESE1	0,880						
KESE2	0,868						
KESE3	0,863						
KESE4	0,882						
KOMP1					0,902		
KOMP2					0,885		
KOMP3					0,911		
KOMP4					0,902		
NIAT1						0,899	
NIAT2						0,925	
NIAT3						0,883	
NIAT4						0,913	
SIKA1							0,889
SIKA2							0,861
SIKA3							0,883
SIKA4							0,870
SIKA5							0,895

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; Aspek kesehatan = KESE; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

Berdasarkan tabel 3.9 di atas, menunjukkan bahwa hasil analisis *loading factor* yang mengukur setiap indikator variabel memiliki nilai lebih dari 0,708, yang berarti bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat atau kriteria nilai standar *loading factor*, dan dapat dinyatakan valid.

Validitas diskriminan merupakan sejauh mana suatu konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lain (Hair *et al.*, 2017). Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai *cross loadings*. Nilai *cross loadings* pada setiap indikator harus lebih besar dibandingkan nilai *cross loadings* indikator lainnya (Hair *et al.*, 2017).

Tabel 3.10**Hasil analisis *cross loadings***

	KESE	KEAM	KEMA	KEMU	KOMP	NIAT	SIKA
KEAM1	0,643	0,869	0,624	0,515	0,652	0,607	0,663
KEAM2	0,671	0,847	0,640	0,535	0,638	0,639	0,662
KEAM3	0,623	0,860	0,622	0,579	0,661	0,615	0,709
KEAM4	0,632	0,868	0,548	0,516	0,642	0,601	0,639
KEMA1	0,652	0,589	0,898	0,725	0,667	0,681	0,697
KEMA2	0,692	0,633	0,919	0,767	0,688	0,704	0,751
KEMA3	0,695	0,601	0,920	0,741	0,692	0,700	0,726
KEMA4	0,698	0,692	0,921	0,754	0,717	0,764	0,785
KEMA5	0,639	0,622	0,841	0,679	0,596	0,656	0,740
KEMA6	0,651	0,682	0,902	0,714	0,697	0,709	0,731
KEMU1	0,675	0,604	0,811	0,885	0,642	0,715	0,719
KEMU2	0,519	0,470	0,628	0,867	0,503	0,511	0,565
KEMU3	0,561	0,558	0,713	0,913	0,584	0,589	0,638
KEMU4	0,547	0,540	0,661	0,884	0,570	0,549	0,605
KEMU5	0,603	0,578	0,762	0,890	0,606	0,592	0,668
KESE1	0,880	0,643	0,643	0,545	0,632	0,665	0,688
KESE2	0,868	0,596	0,634	0,522	0,578	0,616	0,647
KESE3	0,863	0,646	0,633	0,635	0,679	0,673	0,739
KESE4	0,882	0,715	0,692	0,592	0,705	0,716	0,727
KOMP1	0,708	0,681	0,718	0,638	0,902	0,716	0,734
KOMP2	0,666	0,694	0,655	0,520	0,885	0,693	0,685
KOMP3	0,637	0,645	0,674	0,586	0,911	0,704	0,735
KOMP4	0,670	0,694	0,657	0,619	0,902	0,698	0,743
NIAT1	0,693	0,640	0,716	0,660	0,694	0,899	0,766
NIAT2	0,666	0,621	0,688	0,590	0,703	0,925	0,731
NIAT3	0,689	0,629	0,685	0,523	0,682	0,883	0,703
NIAT4	0,724	0,697	0,735	0,653	0,746	0,913	0,770
SIKA1	0,725	0,661	0,793	0,703	0,744	0,731	0,889
SIKA2	0,766	0,722	0,670	0,562	0,707	0,666	0,861
SIKA3	0,644	0,662	0,687	0,582	0,669	0,686	0,883
SIKA4	0,699	0,683	0,691	0,685	0,704	0,729	0,870
SIKA5	0,704	0,693	0,759	0,649	0,716	0,795	0,895

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; Aspek kesehatan = KESE; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

Pada tabel 3.10 di atas, menunjukkan bahwa hasil analisis *cross loadings* sudah memenuhi kriteria dan dapat dinyatakan valid, karena nilai *cross loadings* pada indikator yang digunakan di setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross loadings* pada variabel lainnya.

Uji validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan uji HTMT (*heterotrait-monotrait ratio*), HTMT adalah rasio antara korelasi antar-trait dengan korelasi dalam-trait. HTMT adalah rerata dari semua korelasi indikator yang mengukur konstruk yang berbeda (yaitu, korelasi heterotrait-heteromethod) dibandingkan dengan rerata (geometris) korelasi indikator yang mengukur konstruk yang sama (yaitu, korelasi monotrait-heteromethod; untuk definisi formal statistik HTMT (Henseler et al., 2015 dalam Hair et al., 2017). Secara teknis, pendekatan HTMT adalah estimasi dari korelasi sebenarnya antara dua konstruk jika mereka diukur secara sempurna. Henseler *et al.* (2015) dalam Hair *et al.* (2017) menyarankan nilai ambang sebesar 0,90 jika model jalur melibatkan konstruk yang secara konseptual sangat mirip. Dengan kata lain, nilai HTMT di atas 0,90 menunjukkan kurangnya validitas diskriminan.

Tabel 3.11
Hasil analisis uji HTMT

	KES E	KEA M	KEM A	KEM U	KOM P	NIA T	SIK A
KESE							
KEA M	0,836						
KEM A	0,806	0,770					
KEM U	0,712	0,681	0,853				
KOMP	0,816	0,835	0,800	0,703			
NIAT	0,838	0,790	0,830	0,714	0,845		
SIKA	0,879	0,858	0,870	0,772	0,870	0,884	

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; Aspek kesehatan = KESE; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

Pada tabel 3.11, menunjukan bahwa hasil analisis HTMT sudah memenuhi kriteria dan dapat dinyatakan valid, karena nilai HTMT digunakan di setiap variabel memiliki nilai di bawah 0,90.

Uji validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan Fornell-Larcker critetion untuk menunjukkan sebuah konstruk bervariasi lebih besar terhadap indikator terkait dibandingkan dengan konstruk lainnya Hair *et al.* (2017), pada tabel 3.12 di bawah ini menunjukkan hasil dengan menggunakan Fornell-Larcker criterion:

Tabel 3.12
Hasil analisis uji Fornell-Larcker Criterion

	KES E	KEA M	KEM A	KEM U	KOM P	NIA T	SIK A
KESE	0,873						
KEA M	0,746	0,861					
KEM A	0,746	0,708	0,901				
KEM U	0,659	0,623	0,811	0,888			
KOMP	0,745	0,753	0,752	0,658	0,900		
NIAT	0,766	0,715	0,781	0,672	0,781	0,905	
SIKA	0,804	0,777	0,820	0,725	0,805	0,822	0,880

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; Aspek kesehatan = KESE; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan (Malhotra, 2020). Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021). Secara khusus, *cronbach's alpha* adalah ukuran reliabilitas yang kurang presisi karena *item-itemnya* tidak diberi bobot. Sedangkan, *composite reliability*, *item-item* diberi bobot berdasarkan beban indikator konstruk individu, oleh karena itu, reliabilitas ini lebih tinggi daripada *cronbach's alpha*. Sebagai alternatif, (Dijkstra & Henseler, 2015 dalam Hair *et al.*, 2019) mengusulkan rho_A sebagai ukuran reliabilitas konstruk yang hampir tepat, yang biasanya terletak di antara *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Tabel 3.13
Hasil analisis reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite reliability</i>
Sikap	0,896	0,898	0,928
Aspek kesehatan	0,884	0,884	0,920
Niat menggunakan	0,953	0,954	0,963
Kompatibilitas	0,933	0,938	0,949
Kemudahan	0,922	0,924	0,945
Kemanfaatan	0,926	0,927	0,948
Keamanan	0,927	0,928	0,945

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Pada tabel 3.13, menunjukan bahwa hasil analisis pada *cronbach's alpha* dan *composite reliability* memiliki nilai yang lebih besar atau melebihi 0,70 pada setiap variabelnya. Hal ini menunjukan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan karena sudah memenuhi kriteria yang ada.

3.6.3 Analisis *inner model*

Pengujian analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *partial least square structural equation modeling (PLS-SEM)* yang diolah dengan *software SmartPLS*. Setelah melakukan analisis outer model, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis *inner model*. *Inner model* bertujuan untuk menampilkan hubungan antara konstruk yang dievaluasi (Hair *et al.*, 2017), dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Koefisiensi Determinasi (R^2) adalah ukuran dari kekuatan prediksi model dan dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan nilai yang diprediksi dari suatu konstruk endogen tertentu. Koefisien ini mewakili efek gabungan dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Dengan kata lain, koefisien ini mewakili seberapa besar varians dalam konstruk endogen yang dijelaskan oleh semua konstruk eksogen yang terhubung dengannya. Nilai koefisiensi determinan (R^2) terbagi menjadi tiga yaitu 0,75 (kuat), 0,50 (sedang) dan 0,25 (lemah), semakin besar nilai R^2 maka semakin baik model yang digunakan (Hair *et al.*, 2017).

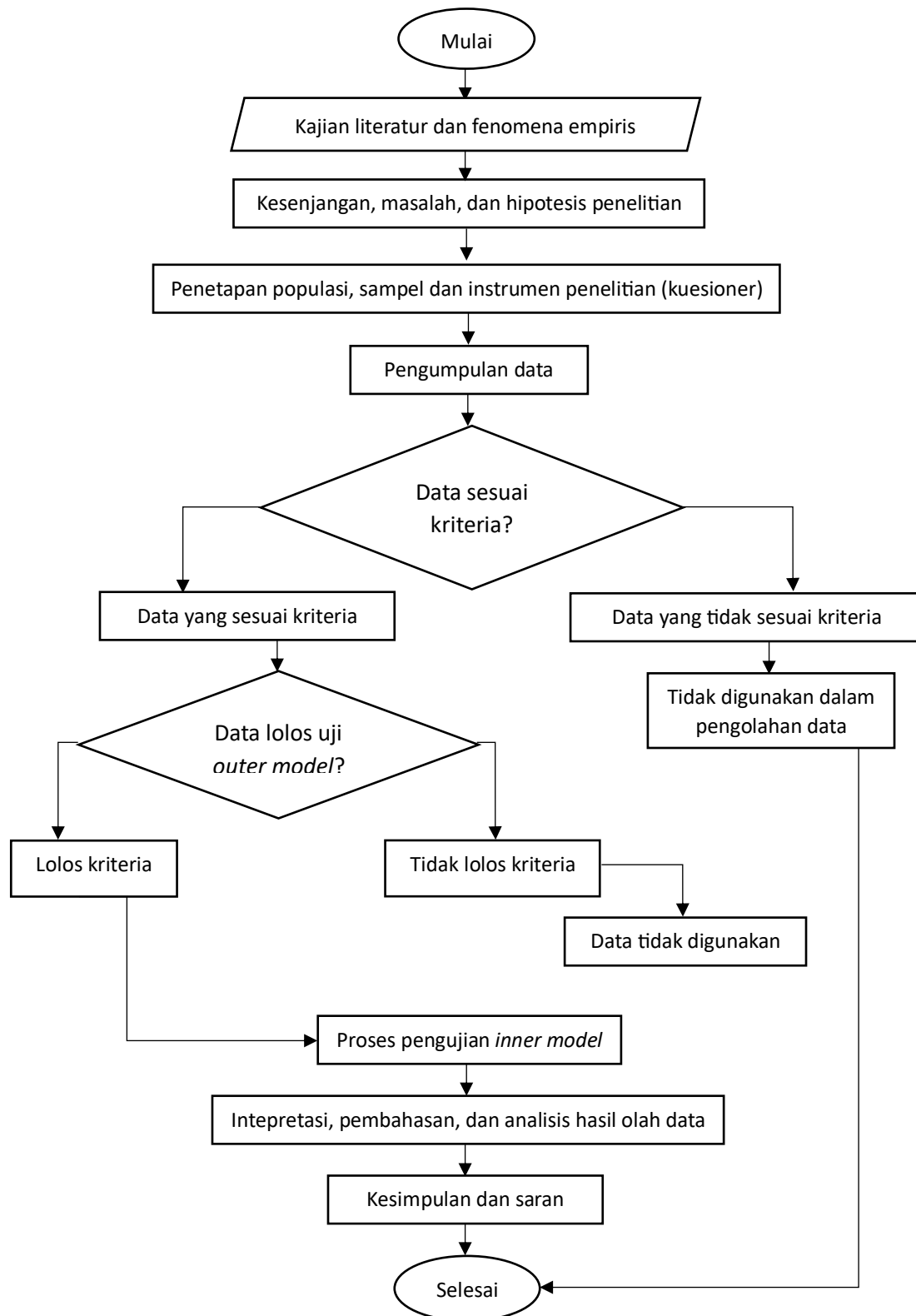
- 2) *Effect Size* (f^2), selain mengevaluasi nilai R^2 dari semua konstruk endogen, perubahan dalam nilai R^2 ketika suatu konstruk eksogen tertentu dihilangkan dari model dapat digunakan untuk menilai apakah konstruk yang dihilangkan tersebut memiliki dampak yang signifikan pada konstruk endogen. Ukuran ini disebut sebagai *effect size*, di mana *effect size* dibagi menjadi tiga kategori, yaitu 0,02 menandakan efek yang kecil, 0,15 menandakan efek yang sedang dan 0,35 menandakan efek yang besar (Hair *et al.*, 2017).

3.6.4 Analisis uji hipotesis

Analisis Hipotesis Analisis hipotesis dapat diperoleh dari hal-hal berikut :

- 1) *Path Coefficients* bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel dalam suatu penelitian dan untuk mengetahui nilai *path coefficients* dilakukan dengan pengujian *bootstrapping*. Nilai *path coefficients* berkisar antara -1 sampai +1, nilai *patch coefficients* mendekati +1 menandakan hubungan variabel yang positif yang kuat (dan sebaliknya untuk yang negatif) yang biasanya signifikan secara statistik (artinya, berbeda dari nol dalam populasi). Semakin dekat koefisien yang diestimasi dengan 0, semakin lemah hubungannya. Nilai yang sangat rendah dan mendekati 0 biasanya tidak signifikan secara statistik (Hair *et al.*, 2017).
- 2) Signifikansi (*p-value*), untuk mengetahui suatu hipotesis signifikan atau tidak, dapat melihat nilai pada *p-value* atau dengan nilai *t*. Nilai signifikansi (*p-value* dan nilai *t*) dapat diperoleh dengan menggunakan *bootstrapping*. Nilai *p-value* dinyatakan signifikan apabila nilainya lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sedangkan untuk pengujian *one tailed test*, nilai *t* lebih besar 1,65 maka dinyatakan signifikan (Hair *et al.*, 2017).
- 3) Analisis Mediasi atau efek tidak langsung menjelaskan adanya keterlibatan variabel ketiga yang berperan sebagai perantara dalam hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Apabila hasil pengujian menunjukkan nilai yang signifikan dengan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), maka variabel tersebut dapat memediasi hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen.

3.7 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 Diagram rancangan penelitian

Penelitian ini diawali dengan adanya fenomena penelitian, di mana dengan semakin majunya teknologi, maka proses bertransaksi pun perlahan menjadi mengalami perubahan, mulai dari sistem tradisional dengan pembayaran yang dilakukan secara tunai, perlahan mulai bertambahnya pilihan secara non tunai, baik dengan penggunaan kartu kredit, kartu ATM, dan sebagainya. Dan semakin banyaknya pengguna *smartphone* di Indonesia yang terus bertumbuh, menjadikannya hadirnya sebuah metode pembayaran yang disebut dompet *digital (e-wallet)*, yaitu suatu sistem dompet *digital* yang dapat terintegrasi dengan *tablet*, *smartphone*, dan sebagainya. Kehadiran *e-wallet* pun turut menambah alternatif pilihan metode pembayaran khususnya pembayaran secara non tunai (*cashless*).

Dengan adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang sedang dicanangkan pemerintah, karena untuk mengurangi peredaran uang palsu, mengurangi biaya pencetakan uang yang sudah rusak, dan sebagainya. Hal ini menjadi permasalahan yang menarik untuk dikaji dengan tujuan untuk meningkatkan sistem pembayaran secara non tunai, khususnya di industri *e-wallet*, mengingat kepraktisannya karena sudah terintegrasi dengan *smartphone*, adanya riwayat transaksi, sistem keamanannya, serta sistem pembayaran non tunai ini pun juga turut membantu kita dalam mengurangi kontak fisik (*physical distancing*) khususnya setelah era pandemi Covid-19 yang baru saja melanda dunia baru-baru ini. Hal ini menjadi topik yang menarik untuk diteliti terutama dengan adanya masalah dalam peningkatan intensi pembayaran secara non tunai, khususnya *e-wallet*.

Sejumlah penelitian yang meneliti tentang peningkatan intensi penggunaan khususnya di bidang *e-wallet* dikumpulkan untuk dijadikan landasan teori dalam pembuatan hipotesis penelitian guna memecahkan masalah penelitian yang ada, kemudian penetapan populasi (ruang lingkup penelitian) yaitu responden dengan kategori Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa. Hal ini dikarenakan, kebanyakan mayoritas Generasi Z dan Generasi Y memang sudah melakukan pembayaran secara non tunai, sedangkan untuk Generasi X masih tergolong banyak yang menggunakan metode pembayaran secara tunai, sehingga hal ini penting untuk diteliti untuk meningkatkan intensi pembayaran secara non tunai khususnya dengan metode *e-wallet*. Sampel penelitian pun ditentukan dengan kriteria responden yang pernah menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayarannya, dan dengan rentang kelahiran tahun 1965-1980.

Langkah berikutnya dilakukan dengan merancang operasionalisasi dari setiap variabel dalam penelitian dan langkah selanjutnya adalah mempersiapkan instrumen penelitian. Instrumen digunakan untuk mengumpulkan data dan memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Terdapat *screening question* pada kuesioner yang dibagikan, sehingga responden yang dapat mengisi angket pernyataan merupakan responden yang memenuhi kriteria. Pernyataan pada kuesioner tersebut disajikan dengan model skala Likert dengan interval 1 sampai 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Indikator variabel pada kuesioner mengacu pada penelitian terdahulu sebelumnya yang kemudian dikembangkan oleh peneliti, kemudian dibuat dalam bentuk kuesioner dengan format *google form* dan juga kuesioner fisik yang disebar langsung ke responden.

Sebanyak 272 responden yang terkumpul melalui penyebaran yang dilakukan dengan menggunakan *google form*, namun sebanyak 43 responden tidak memenuhi persyaratan, sehingga hanya 229 responden yang dapat diolah datanya. Penyebaran kuesioner fisik terkumpul sebanyak 134 kuesioner yang terkumpul dan dapat diolah datanya, adapun penyebaran tersebut dilakukan di beberapa daerah di Pulau Jawa dan sekitarnya yaitu: Jawa Barat (Bandung, Bekasi dan Bogor), Jawa Tengah (Tegal, Cilacap, Pekalongan), Jawa Timur (Surabaya, Malang, Nganjuk), dan D.I. Yogyakarta, sehingga total keseluruhan adalah sebanyak 363 kuesioner yang terkumpul akan dianalisis, untuk pengujian *outer model* dan *inner model* dengan menggunakan software SmartPLS ver. 3.2.9, kemudian diinterpretasikan hasilnya guna mendapatkan kesimpulan penelitian dalam menjawab hipotesis yang ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis hasil penelitian tersebut, maka dibuatlah kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, yang kemudian diberikanlah saran praktis yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan intensi dari pengguna *e-wallet* pada kaum Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa, sekaligus penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis khususnya di bidang ilmu manajemen pemasaran tentang literatur peningkatan intensi pada industri *e-wallet*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data

4.1.1.1 Deskripsi subjek penelitian

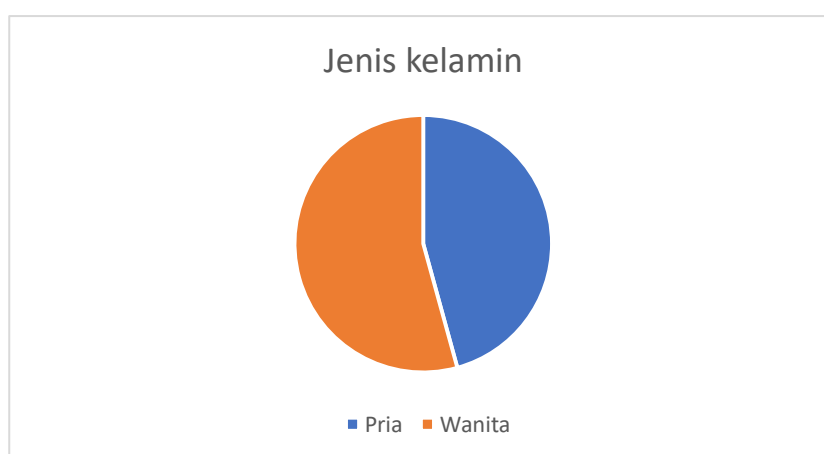
Data yang terkumpul adalah sebanyak 408 responden, namun hanya sebanyak 363 responden yang dapat diolah datanya. Subjek penelitian dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, rentang usia, rata-rata pengeluaran per bulan, tingkat pendidikan terakhir, merek *e-wallet* yang paling sering digunakan, dan provinsi tempat tinggal. Yang masing-masing klasifikasi tersebut tersaji pada tabel 4.1 sampai tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.1

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase (%)
Pria	166	45,73
Wanita	197	54,27
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

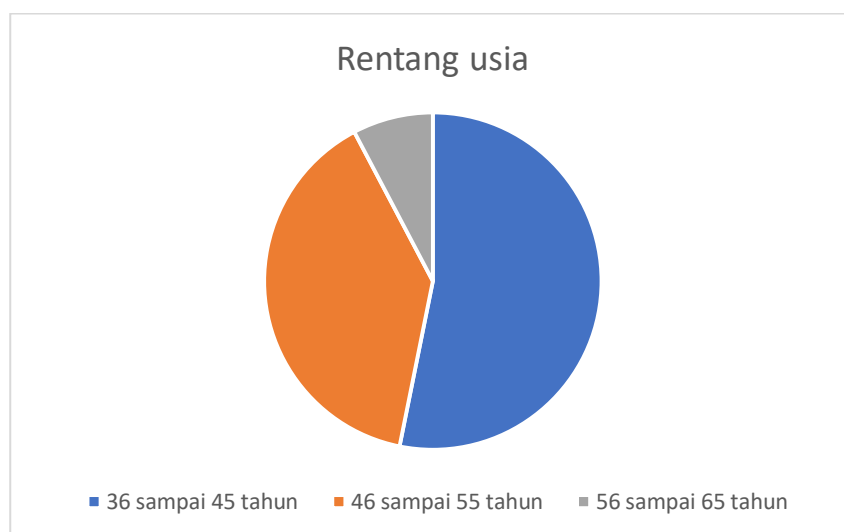
Berdasarkan tabel 4.1 dan gambar 4.1., dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita yaitu sebanyak 197 responden (54,27%) sedangkan sisanya adalah pria sebanyak 166 responden (45,73%).

Deskripsi responden berdasarkan rentang usia tersaji pada tabel 4.2 dan gambar 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi responden berdasarkan rentang usia

Rentang usia	Jumlah responden	Persentase (%)
36 sampai 45 tahun	193	53,17
46 sampai 55 tahun	142	39,12
56 sampai 65 tahun	28	7,71
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.2 Deskripsi responden berdasarkan rentang usia

Dari tabel 4.2 dan gambar 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 36 sampai 45 tahun yaitu sebanyak 193 responden (53,17%), sebanyak 142 responden (39,12%) berusia 46 sampai 55 tahun sedangkan sisanya berusia 56 sampai 65 tahun sebanyak 28 responden (7,71%).

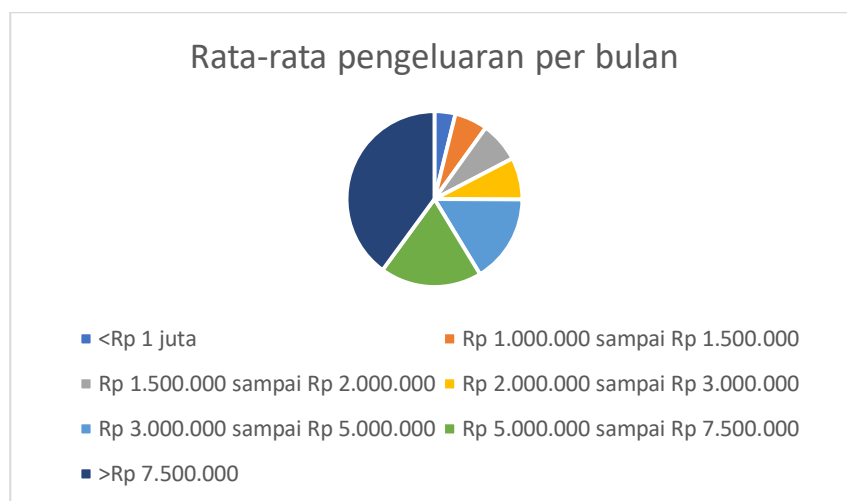
Deskripsi responden berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan tersaji pada tabel 4.3 dan gambar 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3

Deskripsi responden berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan

Rata-rata pengeluaran per bulan	Jumlah responden	Persentase (%)
< Rp 1 juta	14	3,86
Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000	22	6,06
Rp 1.500.000 sampai Rp 2.000.000	27	7,44
Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	28	7,71
Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000	59	16,25
Rp 5.000.000 sampai Rp 7.500.000	68	18,73
> Rp 7.500.000	145	39,94
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.3 Deskripsi responden berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan

Dari tabel 4.3 dan gambar 4.3 di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki rata-rata pengeluaran sebesar Rp > 7.500.000,- sebanyak 145 responden (39,94%), rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 5.000.000 sampai Rp 7.500.000 sebanyak 68 responden (18,73%), rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000 sebanyak 59 responden (16,25%), rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000 sebanyak 28 responden (7,71%), rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.500.000 sampai Rp 2.000.000 sebanyak 27 responden (7,44%),

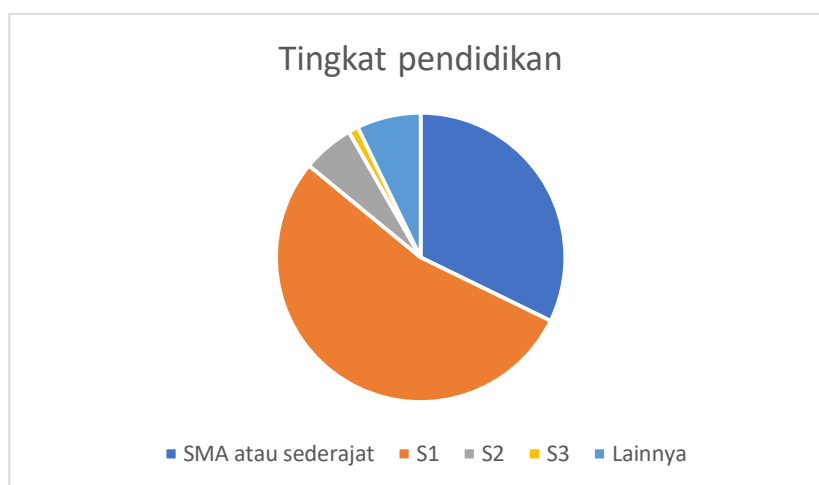
rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000 sebanyak 22 responden (6,06%), rata-rata pengeluaran per bulan sebesar < Rp 1 juta sebanyak 14 responden (3,86%).

Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir tersaji pada tabel 4.4 dan gambar 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan	Jumlah responden	Persentase (%)
SMA atau sederajat	117	32,23
S1	195	53,72
S2	21	5,79
S3	4	1,10
Lainnya	26	7,16
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.4 Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Berdasarkan tabel 4.4 dan gambar 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan minimal S1 sebanyak 195 responden (53,72%), sebanyak 117 (32,23%) berpendidikan SMA atau sederajat, sebanyak 26 responden (7,16%) menjawab lainnya, sebanyak 21 responden (5,79%) berpendidikan S2, sebanyak 4 responden (1,10%) berpendidikan S3.

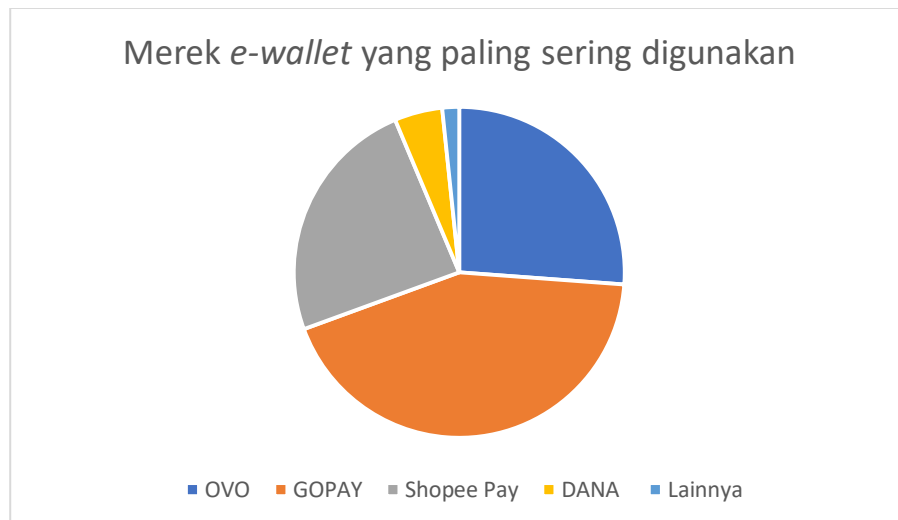
Deskripsi responden berdasarkan merek *e-wallet* yang paling sering digunakan tersaji pada tabel 4.5 dan gambar 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5

Deskripsi responden berdasarkan merek *e-wallet* yang paling sering digunakan

Merek <i>e-wallet</i>	Jumlah responden	Persentase (%)
OVO	95	34,49
GOPAY	157	43,25
Shopee Pay	88	24,24
DANA	17	4,68
Lainnya	6	1,65
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.5 Deskripsi responden berdasarkan merek *e-wallet* yang paling sering digunakan

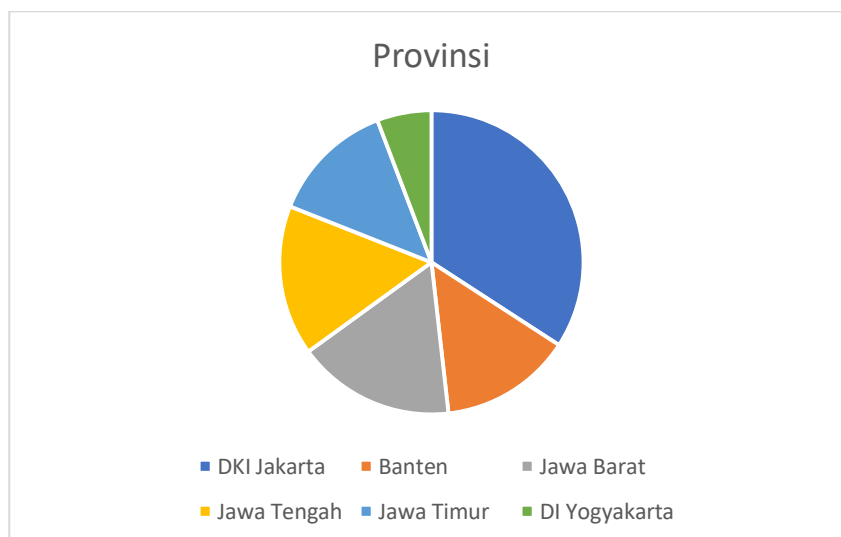
Berdasarkan tabel 4.5 dan gambar 4.5 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 157 responden (43,25%) paling sering menggunakan *e-wallet* merek GOPAY, sebanyak 95 responden (34,49%) paling sering menggunakan *e-wallet* merek OVO, sebanyak 88 responden (24,24%) paling sering menggunakan *e-wallet* merek Shopee Pay, sebanyak 17 responden (4,68%) paling sering menggunakan *e-wallet* merek DANA, sebanyak 6 responden (1,65%) paling sering menggunakan *e-wallet* merek lainnya.

Deskripsi responden berdasarkan provinsi tersaji pada tabel 4.6 dan gambar 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6
Deskripsi responden berdasarkan provinsi

Provinsi	Jumlah responden	Persentase (%)
DKI Jakarta	124	34,16
Banten	51	14,05
Jawa Barat (Bandung, Bekasi, Bogor)	61	16,80
Jawa Tengah (Tegal, Cilacap, Pekalongan)	58	15,98
Jawa Timur (Surabaya, Malang, Nganjuk)	48	13,22
DI Yogyakarta	21	5,79
Total	363	100

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti



Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Gambar 4.6 Deskripsi responden berdasarkan provinsi

Berdasarkan tabel 4.6 dan gambar 4.6 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mayoritas berdomisili di DKI Jakarta yaitu sebanyak 124 responden (34,16%), sebanyak 61 responden (16,80%) berdomisili di Jawa Barat, sebanyak 58 responden (15,98%) berdomisili di Jawa Tengah, sebanyak 51 responden (14,05%) berdomisili di Banten, sebanyak 48 responden (13,22%) berdomisili di Jawa Timur, sebanyak 21 responden (5,79%) berdomisili di DI Yogyakarta.

4.1.1.2 Deskripsi objek penelitian

Objek penelitian ini berupa tanggapan pernyataan responden pada setiap variabel laten yang ada di dalam penelitian ini. Data tanggapan pernyataan setiap variabel tersaji pada tabel 4.7, tabel 4.8, tabel 4.9, tabel 4.10, tabel 4.11, tabel 4.12 dan tabel 4.13 yang pada masing-masingnya dibuat rata-rata dari setiap indikator pada variabel tersebut.

Tabel 4.7

Tanggapan pernyataan variabel kemudahan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Membayar menggunakan <i>e-wallet</i> itu mudah	9	8	26	104	216	4,405
2.	Belajar menggunakan <i>e-wallet</i> tidaklah sulit	8	17	36	121	181	4,2397
3.	Saya percaya bahwa setiap langkah dalam penggunaan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah untuk dimengerti	7	15	45	119	177	4,2231
4.	Saya percaya bahwa untuk menjadi mahir (ahli) dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah	8	21	53	116	165	4,1267
5.	Secara keseluruhan, menurut saya <i>e-wallet</i> itu mudah untuk digunakan	6	13	34	118	192	4,3141

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.7 yang berisikan tanggapan terhadap 5 indikator pada variabel kemudahan, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 1 yaitu sebesar 4,405, sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 4 yaitu sebesar 4,1267.

Tabel 4.8**Tanggapan pernyataan variabel kemanfaatan**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Menggunakan e-wallet akan membantu saya membayar lebih cepat	11	9	30	110	203	4,3361
2.	Saya menyadari bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	8	8	42	109	196	4,3141
3.	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan memudahkan saya untuk melakukan pembayaran	11	12	33	107	200	4,303
4.	Menggunakan <i>e-wallet</i> membuat saya menjadi lebih nyaman	9	9	59	102	184	4,2204
5.	Secara keseluruhan, <i>e-wallet</i> berguna dalam pengelolaan (contoh: adanya riwayat transaksi) keuangan saya	9	9	50	107	188	4,2562
6.	Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> itu menguntungkan	10	9	56	119	169	4,1791

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.8 yang berisikan tanggapan terhadap 6 indikator pada variabel kemanfaatan, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 1 yaitu sebesar 4,3361 sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 5 yaitu sebesar 4,1791.

Tabel 4.9**Tanggapan pernyataan variabel keamanan**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Saya yakin pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> berpotensi lebih aman daripada pembayaran tradisional seperti kartu kredit atau kartu debit	8	29	77	125	124	3,9036
2.	Saya yakin risiko penyalahgunaan informasi (contoh: informasi data diri, transaksi pembayaran) dengan menggunakan <i>e-wallet</i> itu rendah	14	31	87	111	120	3,8044
3.	Saya yakin teknologi yang digunakan dalam <i>e-wallet</i> sudah aman (menggunakan fitur PIN dan fingerprint)	8	20	70	149	116	3,9504
4.	Saya yakin bahwa kemungkinan kehilangan uang yang disimpan di <i>e-wallet</i> rendah	12	27	87	129	108	3,8099

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.9 yang berisikan tanggapan terhadap 4 indikator pada variabel keamanan, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 3 yaitu sebesar 3,9504 sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 2 yaitu sebesar 3,8044.

Tabel 4.10**Tanggapan pernyataan variabel kompatibilitas**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan gaya hidup saya	12	16	75	153	107	3,9008
2.	Saya lebih cocok bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> daripada cara pembayaran alternatif lainnya (misalnya: uang tunai atau kartu kredit tradisional)	10	23	87	128	115	3,8678
3.	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan situasi saya saat ini	10	15	70	144	124	3,9835
4.	Menurut saya, bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan kebutuhan transaksi saya (contoh: membeli barang/ jasa)	10	15	70	134	134	4,011

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.10 yang berisikan tanggapan terhadap 4 indikator pada variabel kompatibilitas, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 4 yaitu sebesar 4,011 sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 2 yaitu sebesar 3,8678.

Tabel 4.11**Tanggapan pernyataan variabel aspek kesehatan**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> memastikan saya dalam hal menjaga jarak (<i>social distancing</i>)	13	9	43	133	165	4,1791
2.	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> meminimalkan paparan terhadap virus (contoh: virus korona)	12	9	25	126	191	4,3085
3.	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena lebih higienis dibandingkan metode pembayaran lainnya	7	14	39	130	173	4,2342
4.	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena saya ingin tetap sehat	12	14	64	128	145	4,0468

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.11 yang berisikan tanggapan terhadap 4 indikator pada variabel aspek kesehatan, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 2 yaitu sebesar 4,3805 sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 4 yaitu sebesar 4,0468.

Tabel 4.12**Tanggapan pernyataan variabel sikap**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Menurut saya, pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan ide yang bagus	7	8	41	132	175	4,2672
2.	<i>E-wallet</i> menguntungkan di setiap domain transaksi	9	15	69	135	135	4,0248
3.	E-wallet itu <i>trendy</i> (kekinian)	6	5	33	132	187	4,3471
4.	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan sebuah pengalaman yang menyenangkan	12	14	63	117	157	4,0826
5.	Saya suka menggunakan <i>e-wallet</i> untuk menyelesaikan transaksi pembayaran saya	7	8	44	130	174	4,2562

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.12 yang berisikan tanggapan terhadap 5 indikator pada variabel sikap, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 3 yaitu sebesar 4,3471 sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 2 yaitu sebesar 4,0248.

Tabel 4.13**Tanggapan pernyataan variabel niat menggunakan**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
1.	Jika diberi kesempatan, saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i>	7	7	46	115	188	4,2948
2.	Kemungkinan saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> dalam waktu dekat	11	13	49	124	166	4,1598

Tabel 4.13 (lanjutan)

3.	Saya berencana untuk sering menggunakan <i>e-wallet</i>	7	7	58	108	183	4,2479
4.	Saya berharap, penggunaan <i>e-wallet</i> saya akan meningkat di masa yang akan datang	9	11	55	108	180	4,2094

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.13 yang berisikan tanggapan terhadap 4 indikator pada variabel niat menggunakan, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan tertinggi berada pada indikator ke 1 yaitu sebesar 4,2948, sedangkan indikator dengan rata-rata tanggapan terendah berada pada indikator ke 2 yaitu sebesar 4,1598.

4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.1.2.1 Koefisien determinasi (R^2)

Tabel 4.14

Hasil pengujian koefisien determinasi

Variabel	R^2	Keterangan
Sikap	0,785	Kuat
Niat menggunakan	0,718	Sedang

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Pada tabel 4.14 di atas, hasil uji koefisiensi determinasi (R^2), menunjukkan bahwa nilai R^2 pada variabel sikap sebesar 0,782 (kuat) atau dapat diartikan sebesar 78,2% varians variabel sikap dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yang ada dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar dapat dijelaskan oleh variabel eksogen lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil uji koefisiensi determinasi (R^2) untuk variabel niat menggunakan sebesar 0,718 (sedang) atau dapat diartikan sebesar 71,8% varians variabel niat menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yang ada dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar dapat dijelaskan oleh variabel eksogen lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.1.2.2 Effect Size (f^2)

Tabel 4.15
Hasil pengujian effect size (f^2)

Variabel	Sikap	Niat menggunakan
Sikap	-	0,190
Aspek kesehatan	0,142	-
Kemudahan	0,013	0,000
Kemanfaatan	0,137	0,066
Keamanan	0,119	0,027

Sumber: kuesioner yang diolah peneliti

Pada tabel 4.15 di atas, hasil uji *effect size* (f^2), menunjukkan bahwa nilai f^2 pada variabel aspek kesehatan, kemanfaatan, keamanan memiliki efek kecil (karena kurang dari 0,15 tetapi masih di atas 0,02) sedangkan untuk variabel kemudahan tidak memiliki efek (karena lebih kecil dari 0,02) terhadap variabel sikap. Pada variabel sikap memiliki efek sedang (karena di atas 0,15), sedangkan variabel keamanan dan kemanfaatan memiliki efek kecil (karena kurang dari 0,15 tetapi masih di atas 0,02), sedangkan variabel kemudahan tidak memiliki efek terhadap niat menggunakan.

4.1.2.3 Analisis hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini didukung atau tidak didukung. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dengan menggunakan hasil dari pengujian *bootstrapping*. Jika nilai *T-stat* dibawah 1,65 atau nilai *p-value* di atas 0,05 maka hipotesis tidak didukung. Penjelasan hasil pengujian hipotesis akan dijabarkan pada tabel 4.16 dan penjelasan di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Variabel	<i>Original sample</i>	<i>T-stat</i>	<i>p-value</i>	Kesimpulan
1	KEMU → KEMA	0,558	7,277	0,000	Didukung
2	KEMA → SIKA	0,344	4,438	0,000	Didukung
3	KEMU → SIKA	0,090	1,238	0,108	Tidak didukung
4	KEAM → SIKA	0,256	4,764	0,000	Didukung
5	KEAM → NIAT	0,141	2,928	0,002	Didukung
6	KESE → SIKA	0,297	4,712	0,000	Didukung
7	KEMA → NIAT	0,288	3,404	0,000	Didukung
8	KEMU → NIAT	0,012	0,211	0,416	Tidak didukung
9	SIKA → NIAT	0,467	5,787	0,000	Didukung
10	KOMP → KEMA	0,384	5,112	0,000	Didukung
11	KOMP → KEMU	0,658	13,738	0,000	Didukung
12	KOMP → KEMA → NIAT	0,111	2,344	0,010	Didukung
13	KOMP → KEMU → NIAT	0,008	0,208	0,418	Tidak didukung
14	KEAM → SIKA → NIAT	0,119	3,344	0,000	Didukung
15	KESE → SIKA → NIAT	0,139	2,996	0,001	Didukung

Keterangan: KEMA = kemanfaatan; KEMU = kemudahan; KEAM = keamanan; KOMP = kompatibilitas; KEAM = aspek kesehatan; SIKA = sikap; NIAT = niat menggunakan

a. Uji hipotesis pertama

Pada uji hipotesis pertama, diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,558 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H1 didukung, yaitu kemudahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan.

b. Uji hipotesis kedua

Pada uji hipotesis kedua, diperoleh hasil bahwa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,344 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H2 didukung, yaitu kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

c. Uji hipotesis ketiga

Pada uji hipotesis ketiga, diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap, hal ini dapat dilihat dari nilai *p-values* sebesar 0,108. Hasil tersebut tidak sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), yang berarti H3 tidak didukung, dan dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap.

d. Uji hipotesis keempat

Pada uji hipotesis keempat, diperoleh hasil bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,256 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H4 didukung, keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

e. Uji hipotesis kelima

Pada uji hipotesis kelima, diperoleh hasil bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,141 dan nilai *p-values* sebesar 0,002. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H5 didukung, keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan.

f. Uji hipotesis keenam

Pada uji hipotesis keenam, diperoleh hasil bahwa variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,297 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H6 didukung, variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap.

g. Uji hipotesis ketujuh

Pada uji hipotesis ketujuh, diperoleh hasil bahwa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,288 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H7 didukung, variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan.

h. Uji hipotesis kedelapan

Pada uji hipotesis kedelapan, diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan, hal ini dapat dilihat dari nilai *p-values* sebesar 0,416. Hasil tersebut tidak sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H8 tidak didukung, dan dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan.

i. Uji hipotesis kesembilan

Pada uji hipotesis kesembilan, diperoleh hasil bahwa variabel sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,467 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H9 didukung, variabel sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan.

j. Uji hipotesis kesepuluh

Pada uji hipotesis kesepuluh, diperoleh hasil bahwa variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,384 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H10 didukung, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan.

k. Uji hipotesis kesebelas

Pada uji hipotesis kesebelas, diperoleh hasil bahwa variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,658 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H11 didukung, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemudahan.

l. Uji hipotesis duabelas

Pada uji hipotesis duabelas, diperoleh hasil bahwa variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan kemanfaatan sebagai mediasi, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,111 dan nilai *p-values* sebesar 0,010. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H12 didukung, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan kemanfaatan sebagai mediasi.

m. Uji hipotesis ketigabelas

Pada uji hipotesis tigabelas, diperoleh hasil bahwa variabel kompatibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan kemudahan sebagai mediasi, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,008 dan nilai *p-values* sebesar 0,418. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* melebihi 0,05, sehingga dapat disimpulkan H13 tidak didukung, variabel kompatibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan kemudahan sebagai mediasi.

n. Uji hipotesis keempatbelas

Pada uji hipotesis empatbelas, diperoleh hasil bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan sikap sebagai mediasi, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,119 dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H14 didukung, variabel keamanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan sikap sebagai mediasi

o. Uji hipotesis kelimabelas

Pada uji hipotesis limabelas, diperoleh hasil bahwa variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan sikap sebagai mediasi, hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,139 dan nilai *p-values* sebesar 0,001. Hasil tersebut sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu nilai *p-values* tidak melebihi 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan H15 didukung, variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan sikap sebagai mediasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh antar Variabel

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh faktor-faktor yang dapat memengaruhi *attitude* dan *intention to use* pengguna *e-wallet* pada Generasi X di Pulau Jawa, proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara dengan 2 cara yaitu dengan menggunakan google form yang disebarakan melalui media sosial (facebook, whatsapp, dan sebagainya) serta dengan memberikan kuesioner fisik ke beberapa tempat yang masih bisa dijangkau oleh peneliti.

Responden dalam penelitian ini difokuskan pada Generasi X, yaitu mereka yang lahir pada tahun 1965 sampai 1980, berdomisili di Pulau Jawa dan pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Total kuesioner yang terkumpul dengan menggunakan *google form* sebanyak 272 responden namun hanya 229 responden yang memenuhi persyaratan, sedangkan jumlah responden yang didapat dengan menggunakan kuesioner fisik adalah sebanyak 134 responden, sehingga total responden yang terkumpul adalah sebanyak 363 responden yang memenuhi kriteria dan dapat diolah datanya.

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, mayoritas responden pada penelitian ini adalah wanita yang berjumlah 197 orang (54,27%), sedangkan yang berjenis kelamin pria berjumlah 166 responden (45,73%). Dengan rentang usia mayoritas pada usia 36 sampai 45 tahun (dewasa akhir) berjumlah 193 responden (53,17%), rentang usia 46 sampai 55 tahun (lansia awal) berjumlah 142 responden (39,12%), rentang usia 56 sampai 65 tahun (lansia akhir) berjumlah 28 responden (7,71%). Klasifikasi berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan yaitu mayoritas pada lebih besar dari Rp 7.500.000,- (*elite*) sebanyak 145 responden (39,94%), kemudian sebanyak 68 responden (18,73%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 5.000.000,- sampai Rp 7.500.000,- (*affluent*), sebanyak 59 responden (16,25%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 3.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- (*upper middle*), sebanyak 28 responden (7,71%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 2.000.000,- sampai Rp 3.000.000,- (*middle*), sebanyak 27 responden (7,44%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.500.000,- sampai Rp 2.000.000,- (*emerging middle*), sebanyak 22 responden (6,06%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,- (*aspirant middle*), sebanyak 14 responden (3,86%) dengan rata-rata pengeluaran per bulan sebesar <Rp 1.000.000,- (*poor middle*).

Klasifikasi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir adalah mayoritas berpendidikan S1 yaitu sebanyak 195 responden (53,72%), sebanyak 117 responden (32,23%) berpendidikan terakhir SMA atau sederajat, sebanyak 26 responden (7,16%) lainnya, sebanyak 21 responden (5,79%) berpendidikan terakhir S2, dan sebanyak 4 responden (1,10%) berpendidikan terakhir S3. Klasifikasi berdasarkan merek *e-wallet* yang paling sering digunakan, sebanyak 157 responden (43,25%) paling sering menggunakan GOPAY, sebanyak 95 responden (34,49%) paling sering menggunakan OVO, sebanyak 88 responden (24,24%) paling sering menggunakan Shopee Pay, sebanyak 17 responden (4,68%) paling sering menggunakan DANA, sedangkan sisanya sebanyak 6 responden (1,65%) menggunakan merek lainnya. Dan deskripsi responden berdasarkan provinsi yaitu sebanyak 124 responden (34,16%) berdomisili di DKI Jakarta, sebanyak 61 responden (16,80%) berdomisili di Jawa Barat, sebanyak 58 responden (15,98%) berdomisili di Jawa Tengah, sebanyak 48 responden (13,22%) berdomisili di Jawa Timur, sebanyak 51 responden (14,05%) berdomisili di Banten, dan sisanya sebanyak 21 responden (5,79%) berdomisili di D.I. Yogyakarta.

Kuesioner pada penelitian ini menggunakan 32 indikator yang terdiri dari 5 indikator untuk variabel kemudahan, 6 indikator untuk variabel kemanfaatan, 4 indikator untuk variabel keamanan, 4 indikator untuk variabel kompatibilitas, 4 indikator untuk variabel aspek kesehatan, 5 indikator untuk variabel sikap dan 4 indikator untuk variabel niat menggunakan. Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.2.9 dengan metode PLS-SEM.

Pengujian *outer model* terdiri dari analisis validitas dan reliabilitas, yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian dapat dikatakan valid dan reliabel. Analisis validitas sendiri terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Hasil analisis validitas konvergen diukur dengan nilai AVE (*average variance extracted*) dan dianggap valid jika memenuhi syarat yaitu memiliki nilai lebih besar dari 0,50 serta memenuhi syarat nilai *loading factor* harus minimal 0,70 atau lebih besar. Sedangkan, hasil analisis validitas diskriminan diukur dengan pendekatan *cross loading* dan HTMT, indikator dianggap valid jika memenuhi syarat nilai *cross loading* pada setiap indikator lebih besar dibandingkan nilai *cross loading* variabel lainnya. Sedangkan dengan uji HTMT dinyatakan valid apabila bernilai di bawah 0,90. Dari hasil pengolahan data, indikator, seluruh indikator dinyatakan valid, sudah memenuhi seluruh persyaratan tersebut, kemudian, analisis reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, suatu

data dapat dianggap reliabel apabila memenuhi syarat yaitu bernilai lebih besar dari 0,70, pada pengujian reliabilitas ini seluruh nilainya sudah berada di atas/ lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama, ditemukan hasil bahwa H1 didukung, yaitu variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat disimpulkan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna *e-wallet* seperti kemudahan dalam mempelajari cara menggunakan, semakin mudah suatu aplikasi (*e-wallet*) untuk digunakan maka dapat memengaruhi kemanfaatan dari penggunaannya. Pengguna akan merasakan manfaat yang positif kegunaan, jika suatu aplikasi tersebut mudah untuk digunakan (tidak sulit), semakin mudah suatu aplikasi maka semakin memberi manfaat yang dirasakan kepada penggunaannya.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, ditemukan hasil bahwa H2 didukung, yaitu variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat disimpulkan kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna *e-wallet* seperti manfaat yang dirasakan dari digunakannya *e-wallet*, dapat memengaruhi *attitude* (sikap) penggunaannya. Semakin dirasakannya kegunaan (manfaat) dari *e-wallet* maka akan memengaruhi sikap dari penggunaannya, menjadi lebih menyukainya, menjadi menyenangkan terhadap penggunaan dari *e-wallet* tersebut.

Pada uji hipotesis ketiga, diperoleh hasil bahwa H3 tidak didukung, dari hasil penelitian ini variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap, hal ini menjawab *empirical gap* dalam penelitian ini, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chawla & Joshi (2019) dan Liebana *et al.* (2015) yang pada penelitiannya variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap. Hal ini berarti, semakin mudah penggunaan *e-wallet* yang dirasakan oleh penggunaannya, tidak memengaruhi sikap yang ditimbulkan, hal ini diduga dapat terjadi karena responden dalam penelitian ini sudah terbiasa dengan teknologi (terbiasa menggunakan *smartphone*) dan juga mayoritas responden beredukasi pendidikan terakhir S1, sehingga hal tersebut diduga membuat mereka tidak kesulitan dalam penggunaan *e-wallet*, yang menjadikan kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaannya.

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat, ditemukan hasil bahwa H4 didukung, yaitu variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan rasa aman yang dirasakan dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran mampu memengaruhi *attitude* (sikap) penggunaannya. Semakin pengguna merasa keamanan dari sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* seperti rasa aman menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran lainnya, atau berkaitan dengan fitur keamanan yang digunakan seperti penggunaan PIN, *finger print*, dan juga hal-hal lain seperti risiko kehilangan uang yang disimpan, penyalahgunaan informasi, mampu memengaruhi sikap dari penggunaannya. Hal tersebut mampu membuat penggunaannya menjadi lebih menyukai *e-wallet* sebagai alat pembayaran dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Berdasarkan pengujian hipotesis kelima ditemukan hasil bahwa H5 didukung, yaitu variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rasa aman yang dirasakan dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran mampu memengaruhi niat menggunakan penggunaannya. Semakin pengguna merasa keamanan dari sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* seperti rasa aman menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran lainnya, atau berkaitan dengan fitur keamanan yang digunakan, risiko kehilangan uang yang disimpan, penyalahgunaan informasi, mampu meningkatkan niat menggunakan dari penggunaannya. Pengaruh dari rasa aman tersebut mampu meningkatkan minat untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran dibandingkan metode pembayaran lainnya, karena dalam hal keuangan tentunya masalah keamanan menjadi hal yang sangat penting dalam penentuan minat menggunakan alat pembayaran tersebut.

Berdasarkan pengujian hipotesis keenam ditemukan hasil bahwa H6 didukung, yaitu variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat disimpulkan aspek kesehatan dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran mampu memengaruhi *attitude* (sikap) penggunaannya. Semakin pengguna merasa sadar akan pentingnya aspek kesehatan terutama dalam hal menjaga jarak, terpaparnya dari virus, lebih higienis dan juga karena ingin tetap aman dan sehat dari sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran lainnya, mampu memengaruhi sikap dari penggunaannya. Hal tersebut mampu membuat penggunaannya menjadi lebih menyukai *e-wallet* sebagai alat pembayaran dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketujuh ditemukan hasil bahwa H7 didukung, yaitu variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat disimpulkan kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna *e-wallet* seperti manfaat yang dirasakan dari digunakannya *e-wallet*, baik dalam hal membantu membayar menjadi lebih cepat, memudahkan dalam melakukan pembayaran, berguna dalam pengelolaan keuangan, dapat memengaruhi niat menggunakan penggunaannya. Semakin tinggi manfaat kegunaan yang dirasakan dari menggunakan *e-wallet* maka akan meningkatkan minat untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Pada uji hipotesis kedelapan, diperoleh hasil bahwa H8 tidak didukung, dari hasil penelitian ini variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan, hal ini menjawab *empirical gap* dalam penelitian ini, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seetharaman *et al.*, (2017), dan Shaw (2014), yang pada penelitiannya variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan. Disimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan *e-wallet* yang dirasakan oleh penggunaannya, tidak memengaruhi minat untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran, hal ini diduga dapat terjadi karena responden memiliki banyak opsi metode pembayaran yang juga mudah (tidak sulit) untuk digunakan, seperti kartu debit atau kredit, QR, sehingga hal tersebut menjadikan kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan dari *e-wallet* tersebut. Hal lain yang diduga dapat terjadi karena responden Generasi X yang mungkin sudah terbiasa melakukan sistem pembayaran dengan cara tunai, maka walaupun melakukan pembayaran dengan *e-wallet* itu mudah untuk dilakukan, tetapi tetap tidak memengaruhi minat mereka karena faktor kebiasaan mereka tersebut.

Pada uji hipotesis kesembilan, diperoleh hasil bahwa H9 didukung, dari hasil penelitian ini variabel sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, maka dapat sikap positif yang terbentuk dari penggunaan *e-wallet* dapat memengaruhi niat menggunakan penggunaannya. Oleh karena itu, penting bagi pihak *e-wallet* untuk memperhatikan sikap dari penggunaannya agar tercipta perasaan positif yang timbul seperti merasa menguntungkan dengan digunakannya *e-wallet*, merasakan bahwa menggunakan *e-wallet* merupakan ide yang bagus, *e-wallet* itu kekinian karena dengan terbentuknya perasaan positif tersebut dapat meningkatkan minat dari penggunaan *e-wallet*.

Pada uji hipotesis kesepuluh, diperoleh hasil bahwa H10 didukung, dari hasil penelitian ini variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan, hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, saat pengguna *e-wallet* merasa cocok dengan menggunakan *e-wallet*, hal tersebut dapat memengaruhi kemanfaatan penggunaannya. Ketika pengguna merasakan kecocokan dari menggunakan *e-wallet* dengan situasi saat ini, atau dengan gaya hidupnya, atau lebih cocok menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran lainnya maka hal tersebut akan memengaruhi secara positif dari kemanfaatan dari penggunaannya. Pengguna akan merasakan kegunaan dari *e-wallet* sebagai akibat dari kecocokan yang ada dengan menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayarannya, pengguna merasa cocok dengan suatu metode pembayaran maka dari rasa cocok tersebut akan timbul juga perasaan kegunaan yang dirasakan dari penggunaan metode pembayaran tersebut.

Pada uji hipotesis kesebelas, diperoleh hasil bahwa H11 didukung, dari hasil penelitian ini variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemudahan hal ini sejalan dengan penelitian relevan sebelumnya, saat pengguna *e-wallet* merasa cocok dengan menggunakan *e-wallet*, hal tersebut dapat memengaruhi kemudahan penggunaannya. Ketika pengguna merasakan kecocokan dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayarannya pada situasi saat ini, atau merasakan bahwa membayar dengan *e-wallet* sesuai dengan gaya hidupnya, atau lebih cocok menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran lainnya maka hal tersebut akan memengaruhi secara positif dari kemudahan dari penggunaannya. Pengguna akan merasakan kemudahan dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran karena pengguna merasa cocok dari digunakannya *e-wallet*, dari rasa cocok dalam hal positif tersebut timbulah rasa mudah dalam penggunaannya, karena kecocokan tersebut jika dibandingkan dengan metode pembayaran lain seperti dengan kartu atau *cash* yang dianggap kurang cocok dengan gaya hidup penggunaannya.

Pada uji hipotesis duabelas, diperoleh hasil bahwa H12 didukung, dari hasil penelitian ini variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Leong *et al.*, (2021), yang pada penelitiannya variabel kompatibilitas memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemanfaatan. Disimpulkan bahwa kecocokan penggunaan yang dirasakan dari digunakannya *e-wallet* dapat memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap minat digunakannya *e-wallet*. Hal tersebut diduga karena ketika pengguna cocok, hal yang bisa ditimbulkan

hanyalah rasa kegunaan yang meningkat, perasaan kegunaan yang ada dan berefek pada minat tersebut merupakan efek tidak langsung kecocokan (kompatibilitas) tersebut, dalam melakukan pembayaran, pengguna akan lebih mempertimbangkan faktor manfaatnya (*usefulness*) yang berasal dari kompatibilitasnya.

Pada uji hipotesis tigabelas, diperoleh hasil bahwa H13 tidak didukung, dari hasil penelitian ini variabel kompatibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemudahan, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Leong *et al.*, (2021), yang pada penelitiannya variabel kompatibilitas memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh kemudahan. Hal ini terjadi karena pada pengujian hipotesis ke 8, kemudahan memang tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan, maka secara praktis tidak bisa memediasi kompatibilitas terhadap niat menggunakan.

Pada uji hipotesis empatbelas, diperoleh hasil bahwa H14 didukung, dari hasil penelitian ini variabel keamanan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap, hal ini merupakan sebuah temuan baru bahwa jika seseorang merasa aman akan penggunaan suatu teknologi tertentu akan menciptakan sebuah sikap yang positif, yang berujung pada minat untuk menggunakan suatu teknologi tersebut. Hal ini diduga karena dalam industri *e-wallet*, keamanan merupakan faktor yang sangat penting, agar uang yang disimpan tidak hilang, kebocoran data pribadi, dan sebagainya, jika dibandingkan dengan seseorang membawa uang tunai akan lebih berisiko dari sisi keamanannya (uang hilang) akibat uang terjatuh, dicuri, dan sebagainya.

Pada uji hipotesis limabelas, diperoleh hasil bahwa H15 didukung, dari hasil penelitian ini variabel aspek kesehatan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap, hal ini merupakan temuan baru bahwa jika seseorang yang peduli akan aspek kesehatan akan membuatnya memilih untuk menggunakan metode pembayaran yang lebih higienis agar tidak tertular virus, menjaga jarak, dan sebagainya, hal tersebut dapat membuat sebuah sikap yang positif dan kemudian dapat berujung pada minat menggunakannya. Hal ini diduga karena masyarakat di Indonesia sudah mulai teredukasi untuk lebih memerhatikan aspek kesehatan terutama saat pandemi berlangsung, karena pada saat itu dihimbau untuk menjaga jarak, rajin mencuci tangan, pembayaran menggunakan metode non tunai dan hal-hal untuk lebih higienis lainnya, sehingga pembayaran menggunakan *e-wallet* menjadi sikap yang positif di benak penggunanya dan berujung pada minat untuk penggunaan di masa yang akan datang.

4.3 Novelty Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka novelty dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Temuan teoretis pada *empirical gap*, bahwa dalam teori dasar TAM bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat menggunakan *e-wallet* yang dilakukan pada masa endemi Covid-19 di Pulau Jawa (hipotesis 3 dan 8), hal ini diduga karena mayoritas responden sudah mulai beradaptasi dengan teknologi dan mayoritas responden dalam penelitian ini berlatar belakang pendidikan S1, sehingga faktor kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* tidak memengaruhi sikap dan intensi.
- b. Temuan teoretis pada *theoretical gap*, bahwa variabel keamanan dan aspek kesehatan (yang indikatornya dikembangkan dengan situasi di masa endemi Covid-19) dapat memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap niat menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh sikap (hipotesis ke 14 dan 15), hal ini diduga Gen X merupakan generasi yang cukup skeptis sehingga faktor keamanan memengaruhi sikap dan memiliki efek terhadap niat menggunakan, serta efek pengalaman dari pandemi Covid-19 yang masih melekat menjadikan faktor aspek kesehatan, sehingga walaupun pandemi Covid-19 sudah berlalu, hal tersebut membuat sikap yang positif dalam menggunakan metode pembayaran non tunai khususnya *e-wallet* dan berdampak positif terhadap niat menggunakannya.
- c. Temuan teoretis pada *population gap*, bahwa hasil pada kaum Gen X (42 sampai 58 tahun) memiliki kesamaan pada penelitian Chawla & Joshi (2019) yang meneliti usia 18 sampai 35 tahun bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap. Temuan ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian Sarmah & Konojia (2021) yang meneliti para pelajar remaja, dalam penelitiannya variabel kemanfaatan tidak memiliki pengaruh terhadap niat. Hal ini diduga, karena pada Gen X sudah terbiasa menggunakan pembayaran secara tunai atau banyaknya opsi pembayaran non tunai yang lain, seperti: kartu debit, kartu kredit, yang mungkin sudah sering mereka gunakan selama ini, sedangkan pada anak muda (remaja) yang sudah terbiasa dengan teknologi sejak kecil, maka faktor kemudahan dalam penggunaan teknologi tidak memengaruhi sikap dan niat mereka dalam menggunakan *e-wallet*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap kemanfaatan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
2. Kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
3. Kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
4. Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
5. Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
6. Aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
7. Kemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
8. Kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet* pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.
9. Sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.
10. Kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
11. Kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kemudahan pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
12. Kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh kemanfaatan pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.

13. Kompatibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh kemudahan pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.
14. Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh sikap pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.
15. Aspek kesehatan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* yang dimediasi oleh sikap pada kaum Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoretis

- a) Disarankan menambah variabel lain seperti: *facilitating conditions*, *trust* (Chawla & Joshi, 2019), *personal innovativeness*, *user mobility* (Leong *et al.*, 2021), *perceived enjoyment* (Sumi, *et al.*, 2022) agar dapat lebih menjelaskan variabel *attitude* dan *intention to use* khususnya pada Generasi X pengguna *e-wallet* di beberapa kota Pulau Jawa.
- b) Disarankan untuk membuat penelitian yang berkelanjutan (*longitudinal*) agar dapat melihat apakah terdapat perubahan efek dari sikap dan niat menggunakan pada Generasi X di waktu yang akan datang.
- c) Disarankan untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar (lebih besar dari 363 responden) untuk tingkat keakuratan yang lebih baik.
- d) Disarankan untuk menguji model tersebut pada Generasi X di negara lain selain Indonesia/ pulau-pulau lain yang ada di Indonesia, karena kemungkinan responden yang berbeda tentunya memiliki tingkat pendidikan dan budaya yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk meningkatkan sikap dan niat menggunakan dari pengguna *e-wallet* pada Generasi X, pihak penyedia jasa *e-wallet* dapat dengan meningkatkan variabel kemanfaatan karena variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap dan juga niat menggunakan, ada pun saran yang dapat diberikan adalah dari sisi penggunaan pembayaran menggunakan *e-wallet* yang akan dipermudah agar membantu menjadi lebih cepat dalam melakukan pembayaran, serta tetap menjaga kemudahan penggunaan *e-wallet* dalam bertransaksi.

Saran berikutnya dapat diberikan dari variabel keamanan karena memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap dan niat menggunakan baik pengaruh langsung maupun tidak langsung, saran yang dapat diberikan dari sisi keamanan adalah pihak penyedia jasa *e-wallet* dapat lebih meningkatkan lagi variasi opsi fitur keamanan lain selain yang sudah ada (*PIN*, *fingerprint*), misal: *face ID*, verifikasi *e-mail* atau ke nomor *handphone* yang terdaftar.

Terakhir, saran pada variabel aspek kesehatan yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap dan memiliki efek pengaruh tidak langsung terhadap niat menggunakan adalah dapat memberi iklan atau ads yang bertujuan untuk menumbuhkan pemikiran bahwa membayar dengan metode non tunai (khususnya *e-wallet*) agar tetap sehat, serta membayar dengan menggunakan cara non tunai akan membantu meminimalkan paparan terhadap virus.

5.3 Limitasi Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang mungkin dapat dilakukan oleh peneliti lain, yaitu variabel dalam model penelitian ini hanya terbatas pada kompatibilitas, kemudahan, kemanfaatan, keamanan, aspek kesehatan, sikap dan niat menggunakan. Penelitian ini juga bersifat *cross section*, yang hanya mengambil data yang dilakukan suatu saat saja. Keterbatasan berikutnya adalah jumlah responden Generasi X dalam penelitian ini sebanyak 363 responden, serta penelitian ini dilakukan setelah pandemi Covid-19 di Indonesia khususnya di beberapa kota Pulau Jawa.

5.4 Implikasi Penelitian

5.4.1 Implikasi Teoretis

- a) Penelitian ini merupakan pengembangan dari teori TAM (*Theory of Acceptance Model*) yang berhubungan dengan variabel kemanfaatan dan kemudahan terhadap sikap dan niat menggunakan, dan pada hasil temuannya terkait dengan teori TAM, ditemukan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap maupun terhadap niat menggunakan.
- b) Penelitian ini juga menemukan sebuah kajian literatur bahwa variabel aspek kesehatan dan juga keamanan dapat memengaruhi niat menggunakan pengguna *e-wallet* pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa yang dimediasi oleh sikap.

- c) Pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa sikap dari pengguna *e-wallet* pada Generasi X di beberapa kota Pulau Jawa dapat dipengaruhi oleh kemanfaatan, keamanan dan aspek kesehatan, sedangkan untuk variabel niat menggunakan dapat dipengaruhi oleh kemanfaatan, keamanan, aspek kesehatan, kecocokan dan sikap.

5.4.2 Implikasi Empiris

- a) Bagi pihak pemerintah agar tercipta niat untuk menggunakan *e-wallet* khususnya pada Generasi X adalah dengan lebih mendorong dari sisi aspek kesehatan dengan lebih menyuluhkan untuk menggunakan pembayaran secara non tunai dibandingkan dengan cara tunai. Serta dengan memberikan peraturan/ membuat regulasi tambahan yang lebih, untuk meningkatkan pentingnya keamanan (*security*) dalam bertransaksi agar dapat mengurangi tingkat kejahatan khususnya penipuan dengan teknologi (*cybercrime*).
- b) Bagi pihak penyedia jasa *e-wallet* dapat lebih memperhatikan sisi kegunaan (*usefulness*) dari aplikasi tersebut dengan terus mengembangkan lagi fitur-fitur yang ada yang dapat memiliki fungsi yang lebih membantu konsumennya, serta menjaga dari sisi keamanan (*security*) agar dapat meningkatkan minat untuk menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi khususnya pada Generasi X, serta pihak penyedia jasa *e-wallet* juga dapat mempertimbangkan fitur-fitur yang cocok dengan penggunaannya untuk mempromosikan penggunaan *e-wallet*.
- c) Bagi pihak *merchant* adalah dapat menyediakan fasilitas pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* pada *merchant store*nya, karena dari sisi keamanan (*security*), dapat memengaruhi konsumen untuk berbelanja (apabila takut dalam membawa uang tunai dalam jumlah besar), dan terdapat pengaruh juga variabel aspek kesehatan terhadap niat menggunakan, juga dapat mengindikasikan bahwa masih banyak konsumen yang memperhatikan unsur pembayaran dengan metode non tunai khususnya *e-wallet* terutama di masa setelah pandemi ini. Dan bagi konsumen, dapat memiliki keuntungan dari digunakannya *e-wallet* yang memiliki banyak kegunaan, keamanan, aspek kesehatan dan kecocokan.

5.5 Luaran Penelitian

- a. Jurnal internasional *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)* Vol. 1, Issue 3, 2023 yang berjudul: “*Factors That Increase Purchase Intention Of Electric Cars In Jakarta*”.
- b. Jurnal internasional *International Research Journal of Economics and Management Studies (IRJEMS)* Vol. 2, Issue 2, 2023 yang berjudul: “*Application of the TAM Model to Gen X Users of M-Banking Application in Jabodetabek*”.
- c. Jurnal internasional *Innovative Marketing* (terindeks scopus Q3) Vol. 20, Issue 2, 2024 yang berjudul: “*Adoption of E-Wallet in the Post-Pandemic Era: A Study on Generation X's Intention to Use E-Wallet*”.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Ai, Y. J., Sze, C. C., Fern, Y. S., Toong, T. H., & Chian, C. B. (2021). The use of *e-wallet* among Gen-Y in Malaysia during the global pandemic: An analysis using PLS-SEM. *Applied Quantitative Analysis*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.31098/quant.597>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alaeddin, O., Rana, A., Zainudin, Z., & Kamarudin, F. (2018). From physical to *digital*: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet. *Polish Journal of Management Studies*, 17(2), 18–30. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.2.02>
- Alam, J. (2020). Buying Behavior Under Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic situation: a online perspective case in Bangladeshi shoppers. *Chinese Business Review*, 19(3), 82-90. <https://doi.org/10.17265/1537-1506/2020.03.002>
- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. Bin. (2021). Using e-wallet for business process development: challenges and prospects in Malaysia. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1142–1162. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0528>
- Alexandra, K. & Ruslim, T.S. (2023). Factors that Affect Continuance Usage Intention of E-Wallet Users in Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 445-454. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.445-454>
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258–274. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005>

- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the *e-wallet* services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Badan Pusat Statistik. “Jumlah dan distribusi penduduk (2020)”, available at: <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020> (diakses pada 22 April 2022).
- Badan Pusat Statistik. “Jumlah penduduk menurut provinsi di Indonesia (Ribuan jiwa), 2020-2022”, available at: <https://sulut.bps.go.id/indicator/12/958/1/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html> (diakses pada 8 Juli 2023).
- Badan Pusat Statistik. “Jumlah penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020”, available at: <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0> (diakses pada 9 Desember 2023).
- Bank Indonesia. “Elektronifikasi”, available at: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx> (diakses pada 13 April 2022).
- Bharian (2024). “Rakyat Malaysia pengguna dompet mudah alih tertinggi di dunia”, available at: <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2024/05/1252482/rakyat-malaysia-pengguna-dompet-mudah-alih-tertinggi-di-dunia> (diakses pada 4 Juli 2024).
- Boel, P. (2019). Payment systems – history and challenges 1 Introduction. *Sveriges Riksbank Economic Review 2019, June*, 51–66.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., & Sigala, M. (2021). Marketing and social influences, hospital branding, and medical tourists' behavioural intention: Before- and after-service consumption perspective. *International Journal of Tourism Research*, 24(1), 140–157. <https://doi.org/10.1002/jtr.2489>
- Chapman, A. (1980). Barter as a Universal Mode of Exchange. *L'Homme*, 20(3), 33-83. <https://doi.org/10.3406/hom.1980.368100>

- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chinomona, R. (2013). The influence of perceived ease of use and perceived usefulness on trust and intention to use mobile social software. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 19(2), 258–273.
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Dataindonesia. (2022). “Mayoritas orang Indonesia masih belum punya dompet digital”, available at: <https://dataindonesia.id/internet/detail/mayoritas-orang-indonesia-masih-belum-punya-dompet-digital> (diakses pada 24 Juli 2023).
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Detikfinance. (2020). “Pengguna Dompet Digital Makin Menjamur, tapi Masih Didominasi Warga Jakarta:”, available at: <https://finance.detik.com/fintech/d-6204379/pengguna-dompet-digital-makin-menjamur-tapi-masih-didominasi-warga-jakarta> (diakses pada 3 Juli 2024).
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 74, 44–50. <https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Gaidhani, S., Arora, Lokesh & Sharma, B. K. (2019). Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace. *International Journal of Management, Technology And Engineering*, 9(1), 2804–2812.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ha, N. T. (2020). The impact of perceived risk on consumers' online shopping intention: An integration of TAM and TPB. *Management Science Letters*, 10(9), 2029–2036. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.009>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (2nd Ed.). Sage.
- Hair, J. F., Ortinau, D. J., & Harrison, D. E. (2021). *Essentials of marketing research* (Fifth ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-201800203>
- Hoque, M. Z., Nurul Alam, M., & Nahid, K. A. (2018). Health consciousness and its effect on perceived knowledge, and belief in the purchase intent of liquid milk: Consumer insights from an emerging market. *Foods*, 7(9), 150-170. <https://doi.org/10.3390/foods7090150>
- Huang, C. H. (2021). Exploring the continuous usage intention of online learning platforms from the perspective of social capital. *Information (Switzerland)*, 12(4), 141-154. <https://doi.org/10.3390/info12040141>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Isaac, O., Abdullah, Z., Ramayah, T., Mutahar, A. M., & Alrajawy, I. (2016). Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, and net benefits: an empirical study of internet usage among employees in Yemen. *The 7th International Conference on Postgraduate Education, Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia*, 899–919.
- Ismail, H. A. (2016). Intention to use smartphone through perceived compatibility, perceived usefulness, and perceived ease of use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1–10. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Jahangir, N., & Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness , perceived ease of use , security and privacy , and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management*, 2(1), 32–40.

- Kanchanatane, K., Suwanno, N., & Jarernvongrayab, A. (2014). Effects of Attitude toward Using, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing. *Journal of Management Research*, 6(3), 1-13. <https://doi.org/10.5296/jmr.v6i3.5573>
- Kapoor, K. K., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). Examining the role of three sets of innovation attributes for determining adoption of the interbank mobile payment service. *Information Systems Frontiers*, 17(5), 1039–1056. <https://doi.org/10.1007/s10796-014-9484-7>
- Kapoor, R., Singh, A. B., & Misra, R. (2019). Green cosmetics - changing young consumer preference and reforming cosmetic industry. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(4), 12932–12939. <https://doi.org/10.35940/ijrte.d6927.118419>
- Karim, W., Chowdhury, M. & Haque, A. A. (2022). Study of customer satisfaction towards e-wallet payment system in Bangladesh. *American Journal of Economics and Business Innovation (AJEBI)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.54536/ajebi.v1i1.144>
- Karim, W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, A. & Anis, Z. (2020). Factors influencing the use of e-wallet as a payment method among Malaysian young adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1-12. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Katadata. (2022). “Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai e-Wallet Dibanding ATM Bank”, available at: <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank> (diakses pada 22 April 2022).
- Khan, S., & Bhuiyan, M. A. A. (2021). Impact of covid-19 on online shopping of bangladesh - an window opens for digital advancement. *Global Journal of Management and Business Research*, 21(1), 15-21.
- Khayer, A., & Bao, Y. (2019). The continuance usage intention of Alipay: Integrating context-awareness and technology continuance theory (TCT). *Bottom Line*, 32(3), 211–229. <https://doi.org/10.1108/BL-07-2019-0097>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Global Edition: Pearson Education Limited

- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use *M-wallets* in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1170–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Kumar, S., & Gupta, A. (2021). Factors affecting adoption of m-wallets: moderating role of financial incentives. *Ramanujan International Journal of Business and Research*, 6(1), 132-143. <https://doi.org/10.51245/rjbr.v6i1.2021.431>
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. (Edisi 4). Erlangga.
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the use of e-wallet for transaction payment among college students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Kusumaningsih, D., Irianto, H., & Antriandarti, E. (2019). Effects of health consciousness and environmental attitude on intention towards organic food purchase. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 633(1), 1–6. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/633/1/012052>
- Lai, P. C. (2016). Design and Security impact on consumers' intention to use single platform E-payment. *Interdisciplinary Information Sciences*, 22(1), 111–122. <https://doi.org/10.4036/iis.2016.r.05>
- Lai, Y.-H. (2012). The study of technology acceptance for *e-wallets* application of clinic fees payment. *Health*, 04(11), 1082–1087. <https://doi.org/10.4236/health.2012.411165>
- Latupeirissa, J. J. P., Gorda, A. A. N. O. S., & Subanda, I. N. (2020). Antecedents of intention to use e-wallet: The development of acceptance model with pls-sem approach. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(7), 1416–1429. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP7/20202244>
- Leong, C. M., Tan, K. L., Puah, C. H., & Chong, S. M. (2021). Predicting mobile network operators users m-payment intention. *European Business Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263>

- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129(February), 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. J. (2015). User behaviour in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(9), 1031–1049. <https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1047757>
- Liu, Q., Zhang, F., Mao, M., Xue, B., & Lin, Z. (2018). An empirical study on factors affecting continuance intention of using Yu'e Bao. *Tehnicky Vjesnik*, 25(5), 1414–1420. <https://doi.org/10.17559/TV-20180413122553>
- Lwoga, E. T., & Lwoga, N. B. (2017). User acceptance of mobile payment: The effects of user-centric security, system characteristics and gender. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(1), 1–24. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: an applied orientation (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx. <https://doi.org/10.47263/jasem>
- Ming, K. L. Y., & Jais, M. (2022). Factors affecting the intention to use e-wallets during the COVID-19 pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.64708>
- Mombeuil, C. (2020). An exploratory investigation of factors affecting and best predicting the renewed adoption of mobile wallets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(February), 102127. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102127>

- Muhtasim, D. A., Tan, S. Y., Hassan, M. A., Pavel, M. I., & Susmit, S. (2022). Customer satisfaction with digital wallet services: an analysis of security factors. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(1), 195–206. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0130124>
- Nascimento, B., Oliveira, T., & Tam, C. (2018). Wearable technology: What explains continuance intention in smartwatches?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43(March), 157–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.03.017>
- Nisa, U. K., & Solekah, N. A. (2022). The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *Iqtishoduna*, 18(1), 35–50. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916>
- Ozturk, A.B., Bilgihan, A., Nusair, K. & Okumus, F. (2016). What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1350-1359. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.005>
- Parvathy, V., & Durairaj, D. (2022). Adoption of mobile payment among visually impaired users in Tamil Nadu based on technology acceptance model (TAM). *International Journal of Health Sciences*, 6(S3), 5346–5361. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS3.7100>
- Persada, S. F., Dalimunte, I., Nadlifatin, R., Miraja, B. A., Redi, A. A. N. P., Prasetyo, Y. T., Chin, J., & Lin, S. C. (2021). Revealing the behavior intention of techsavvy generation z to use electronic wallet usage: A theory of planned behavior based measurement. *International Journal of Business and Society*, 22(1), 213–226. <https://doi.org/10.33736/IJBS.3171.2021>
- Pew Research Center. “Defining generations: Where Millennials end Generation Z begins”, available at: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (diakses pada 26 Juni 2022).
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd Ed.) The Free Press.

- Samat, M. F., Ismail, W. S. A. W., Rahim, H. L., Awang, N. A., Hussin, S. N. A., & Anual, N. (2022). Use It or Not to Use It? Mobile Wallet Usage Intention Amidst Covid-19 Outbreak among Malaysians. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 29, 216–232.
- Sarika, P., & Vasantha, S. (2018). Review on influence of trust on mobile wallet adoption and its effect on users' satisfaction. *International Journal of Management*, 8(1731), 1731–1744.
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2021). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Schmidhuber, L., Maresch, D., & Ginner, M. (2020). Disruptive technologies and abundance in the service sector - toward a refined technology acceptance model. *Technological Forecasting and Social Change*, 155(June), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.017>
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors influencing behavioral intention to use the mobile wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 7(2), 116–136.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. (Edisi 6-Buku 1). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. (Edisi 6-Buku 2). Salemba Empat.
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management and Data Systems*, 117(1), 213–227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>

- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Singh, A., & Kalra, A. (2021). Impact of mobile wallets security on consumer attitude towards use. *Psychology and Education*, 58(4), 3140–3146. www.psychologyandeducation.net
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(June), 101894. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(October), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). Modeling customers' intention to use e-wallet in a developing nation: Extending UTAUT2 with security, privacy and savings. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 18(1), 89–114. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020010105>
- Statista. (2022). "Number of smartphone users in Indonesia from 2017 to 2020 with forecasts until 2026", available at: <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/> (diakses pada 22 April 2022).
- Subaramaniam, K., Kolandaisamy, R., Jalil, A. Bin, & Kolandaisamy, I. (2020). The impact of *E-wallets* for current generation. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(1), 751–759. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP1/20201126>
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumi, R. S., & Ahmed, M. (2022). Investigating young consumers' online buying behavior in COVID-19 pandemic: perspective of Bangladesh. *IIM Ranchi Journal of Management Studies*, 1(2), 108-123. <https://doi.org/10.1108/irjms-09-2021-0127>
- Supranto, J. (2000). *Metode ramalan kuantitatif untuk perencanaan ekonomi dan bisnis*. Rineka Cipta.

- Taufan, A., & Yuwono, R. T. (2019). Analysis of factors that affect intention to use e-wallet through the technology acceptance model approach (Case study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research*, 8(7), 413–419.
- Teng, S., & Khong, K. W. (2021). Examining actual consumer usage of *E-wallet*: A case study of big data analytics. *Computers in Human Behavior*, 121(March), 106778. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106778>
- Tiwari, N., & Singh, N. K. (2019). Factor Affecting Consumer satisfaction in cashless payment systems in India with respect to Paytm and BHIM. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(3S2), 10–15. <https://doi.org/10.35940/ijrte.c1002.1083s219>
- Tran, V. D., & Nguyen, T. D. (2022). The impact of security, individuality, reputation, and consumer attitudes on purchase intention of online shopping: The evidence in Vietnam. *Cogent Psychology*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2022.2035530>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wilson, N., Keni, K., Henriette, P., & Tan, P. (2021). The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalty in China. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.32106>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of *e-wallets*. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yulianita, Y. (2018). Comparison of Generation X and Y: Perceived usefulness, perceived ease of use, and subjective norms on purchase intention in e-commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 140-152. <https://doi.org/10.7454/jki.v7i2.9677>

Yulastuti, I. A. N., Kepramareni, P., Bhegawati, D. A. S., & Purnawati, N. L. G. P. (2022).
The Use of E-Money During the Covid-19 Pandemic: Attitudes and Interests of Balinese
People. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 117.
https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2022.v12i1.009

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Selamat pagi/siang/sore/malam kepada Bapak/ Ibu responden yang terhormat.

Perkenalkan nama saya Tommy Setiawan Ruslim, mahasiswa program studi Doktor Ilmu Manajemen (DIM), Universitas Tarumanagara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir disertasi saya sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar doktor.

Saya mengundang Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner ini, pengisian kuesioner ini kiranya membutuhkan waktu kurang lebih 5 sampai 10 menit. Informasi yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan tujuan penelitian. Saya sangat menghargai kesediaan Bapak/ Ibu untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Sebagai bentuk apresiasi atas kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner ini, maka saya akan mengirimkan voucher OVO/ GOPAY/ ShopeePay senilai Rp 25.000,- untuk responden yang memenuhi persyaratan. Terima kasih atas perhatian dan kerja samanya.

Hormat saya,

Tommy Setiawan Ruslim

A. *SCREENING QUESTION*

1. Apakah Anda lahir di interval tahun 1965 sampai 1980?

- ☐ Ya (lanjutkan)
- ☐ Tidak (berhenti sampai di sini, pengisian kuesioner selesai)

2. Apakah Anda berdomisili di salah satu pilihan berikut: DKI Jakarta/ Banten/ Bandung/ Bekasi/ Bogor/ Tegal/ Cilacap/ Pekalongan/ Surabaya/ Malang/ Nganjuk/ DI Yogyakarta?

- ☐ Ya (lanjutkan)
- ☐ Tidak (berhenti sampai di sini, pengisian kuesioner selesai)

3. Apakah Anda pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* (contoh: OVO, GOPAY, Shopee Pay, DANA, LinkAja)?

- ☐ Ya (lanjutkan)
- ☐ Tidak (berhenti sampai di sini, pengisian kuesioner selesai)

B. *PROFIL RESPONDEN*

1. Jenis kelamin Anda:

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

2. Usia Anda saat ini:

- ☐ 36 sampai 45 tahun (dewasa akhir)
- ☐ 46 sampai 55 tahun (lansia awal)
- ☐ 56 sampai 65 tahun (lansia akhir)

3. Rata-rata pengeluaran Anda per bulan:
- ☐ < Rp 1 juta (*poor middle*)
 - ☐ Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000 (*aspirant middle*)
 - ☐ Rp 1.500.000 sampai Rp 2.000.000 (*emerging middle*)
 - ☐ Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000 (*middle*)
 - ☐ Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000 (*upper middle*)
 - ☐ Rp 5.000.000 sampai Rp 7.500.000 (*affluent*)
 - ☐ > Rp 7.500.000 (*elite*)
4. Tingkat pendidikan terakhir Anda:
- ☐ SMA atau sederajat
 - ☐ S1 (Sarjana)
 - ☐ S2 (Magister)
 - ☐ S3 (Doktoral)
 - ☐ Lainnya
5. Merek *e-wallet* yang paling sering Anda gunakan:
- ☐ OVO
 - ☐ GOPAY
 - ☐ Shopee Pay
 - ☐ DANA
 - ☐ Lainnya
6. Provinsi tempat Anda tinggal:
- ☐ DKI Jakarta
 - ☐ Banten
 - ☐ Jawa Barat (Bandung, Bekasi, Bogor)
 - ☐ Jawa Tengah (Tegal, Cilacap, Pekalongan)
 - ☐ Jawa Timur (Surabaya, Malang, Nganjuk)
 - ☐ DI Yogyakarta

C. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pilihlah satu jawaban yang mewakili pernyataan Anda. Pada masing-masing pernyataan, terdapat lima alternatif jawaban, yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral/ Biasa Saja

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan seobjektif mungkin.

Perceived ease of use

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Membayar menggunakan <i>e-wallet</i> itu mudah					
2	Belajar menggunakan <i>e-wallet</i> tidaklah sulit					
3	Saya percaya bahwa setiap langkah dalam penggunaan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah untuk dimengerti					
4	Saya percaya bahwa untuk menjadi mahir (ahli) dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> itu mudah					
5	Secara keseluruhan, menurut saya <i>e-wallet</i> itu mudah untuk digunakan					

Perceived usefulness

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan membantu saya membayar lebih cepat					
2	Saya menyadari bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> berguna dalam kehidupan sehari-hari saya					
3	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan memudahkan saya untuk melakukan pembayaran					
4	Menggunakan <i>e-wallet</i> membuat saya menjadi lebih nyaman					
5	Secara keseluruhan, <i>e-wallet</i> berguna dalam pengelolaan (contoh: adanya riwayat transaksi) keuangan saya					
6	Secara keseluruhan, saya menemukan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> itu menguntungkan					

Security

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya yakin pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> lebih aman daripada pembayaran tradisional seperti kartu kredit atau kartu debit					
2	Saya yakin risiko penyalahgunaan informasi (contoh: informasi data diri, transaksi pembayaran) dengan menggunakan <i>e-wallet</i> itu rendah					
3	Saya yakin teknologi yang digunakan dalam <i>e-wallet</i> sudah aman (menggunakan fitur PIN dan <i>fingerprint</i>)					
4	Saya yakin bahwa kemungkinan kehilangan uang yang disimpan di <i>e-wallet</i> rendah					

Perceived compatibility

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan gaya hidup saya					
2	Saya lebih cocok bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> daripada cara pembayaran alternatif lainnya (misalnya: uang tunai atau kartu kredit tradisional)					
3	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan situasi saya saat ini					
4	Menurut saya, bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai (cocok) dengan kebutuhan transaksi saya (contoh: membeli barang/ jasa)					

Health aspects

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> memastikan saya dalam hal menjaga jarak (<i>social distancing</i>)					
2	Membayar dengan menggunakan <i>e-wallet</i> meminimalkan paparan terhadap virus (contoh: virus korona)					
3	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena lebih higienis dibandingkan metode pembayaran lainnya					
4	Saya lebih suka melakukan pembayaran dengan menggunakan <i>e-wallet</i> karena saya ingin tetap sehat					

Attitude

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Menurut saya, pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan ide yang bagus					
2	<i>E-wallet</i> menguntungkan di setiap domain transaksi					
3	<i>E-wallet</i> itu <i>trendy</i> (kekinian)					
4	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan sebuah pengalaman yang menyenangkan					
5	Saya suka menggunakan <i>e-wallet</i> untuk menyelesaikan transaksi pembayaran saya					

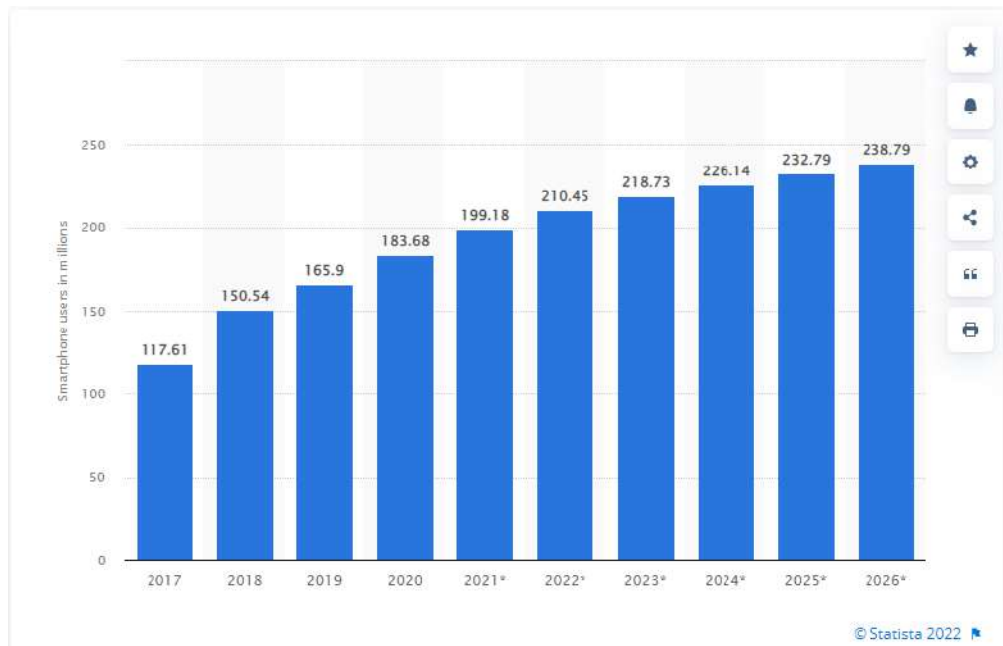
Intention to use

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Jika diberi kesempatan, saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i>					
2	Kemungkinan saya akan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> dalam waktu dekat					
3	Saya berencana untuk sering menggunakan <i>e-wallet</i>					
4	Saya berharap, penggunaan <i>e-wallet</i> saya akan meningkat di masa yang akan datang					

-Terima kasih atas kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini-

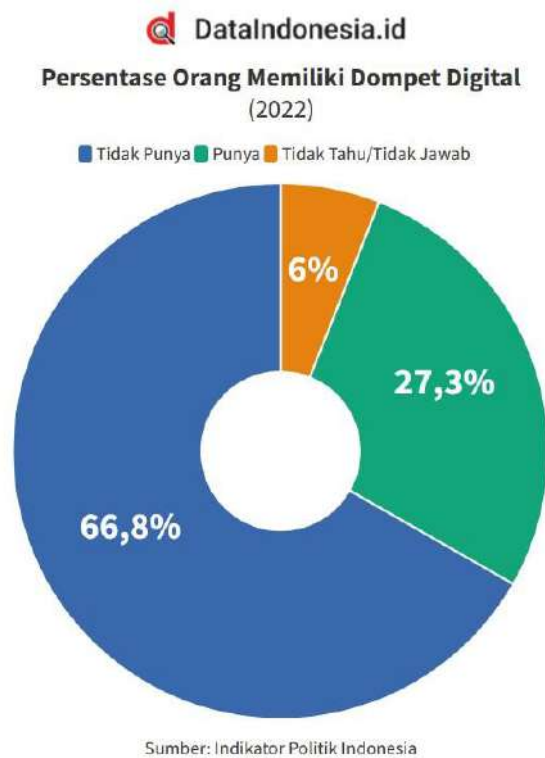
LAMPIRAN 2

Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun 2017 sampai tahun 2020 dan peramalannya hingga sampai tahun 2026



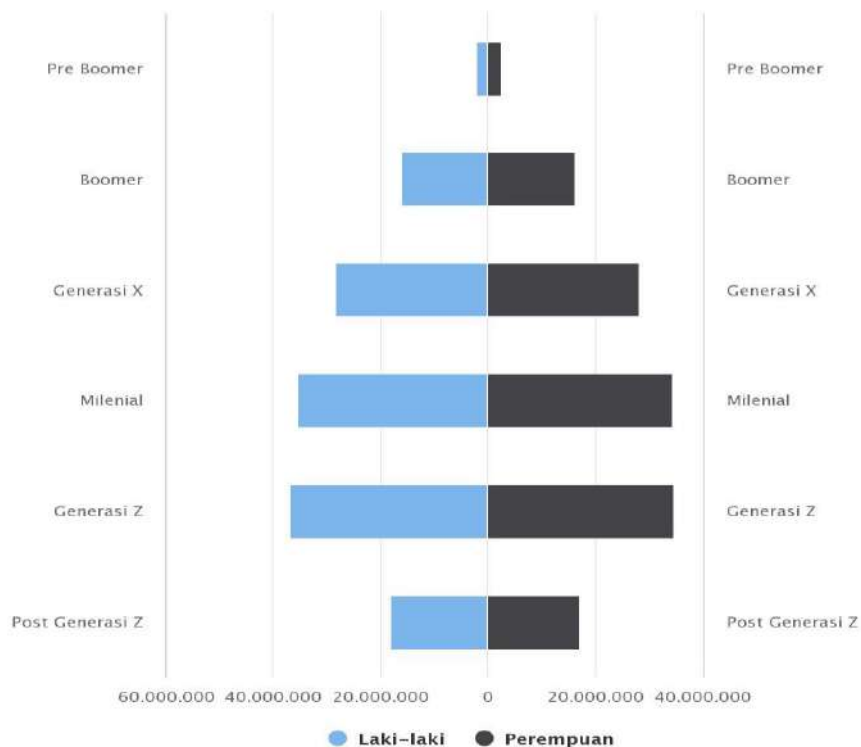
LAMPIRAN 3

Persentase Orang Memiliki Dompot Digital (2022)



LAMPIRAN 4

Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Klasifikasi Generasi (Tahun 2020)



LAMPIRAN 5

Jumlah Penduduk menurut Provinsi di Indonesia (Ribu jiwa)

Badan Pusat Statistik

Provinsi Sulawesi Utara

BerAKHLAK #bangga melayani bangsa

Menu (Tutupi) | Peta Situs | BAK

Provinsi & Indonesia	Jumlah Penduduk Menurut Provinsi di Indonesia (Ribu jiwa)		
	2020	2021	2022
Aceh	5 274,9	5 333,7	5 407,9
Sumatera Utara	14 799,4	14 936,2	15 115,2
Sumatera Barat	5 534,5	5 589,2	5 646,6
Riau	6 794,1	6 493,6	6 614,4
Kep. Riau	2 064,6	2 118,2	2 179,8
Jambi	3 548,2	3 585,1	3 631,1
Sumatera Selatan	8 467,4	8 550,9	8 657,0
Kep. Bangka Belitung	1 455,7	1 473,2	1 494,6
Bengkulu	2 010,7	2 032,9	2 060,1
Lampung	9 607,8	9 081,8	9 175,6
DKI Jakarta	10 562,1	10 609,7	10 680,0
Jawa Barat	48 274,2	49 782,4	49 405,8
Banten	11 904,6	12 061,5	12 252,0
Jawa Tengah	36 516,0	36 742,5	37 032,4
DI Yogyakarta	3 668,7	3 712,9	3 761,9
Jawa Timur	40 665,7	40 979,8	41 150,0
Kalimantan Barat	5 414,4	5 470,8	5 541,4
Kalimantan Tengah	2 670,0	2 702,2	2 741,1
Kalimantan Selatan	4 673,6	4 122,6	4 182,1
Kalimantan Timur	3 266,0	3 808,2	3 859,8
Kalimantan Utara	701,8	713,6	727,8

INDIKATOR STRATEGIS

Galeri Infografis

TABEL DINAMIS

Kamus Pembakuan Statistik

Cara Mendapatkan Data BPS

PNBP • No Rujukan • Gratis

Unduh

20°C BoraWin

Search

10:34 08/12/2023

LAMPIRAN 6

Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin

← → × <https://sensus.bps.go.id/topik/tabel/sp/2020/240/0>

BERANDA LAYANAN DATA * METADATA * MEDIA * PRODUK STATISTIK * ID

Wilayah : INDONESIA

Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020

Nama Provinsi	Millenial		Generasi X			Boomer			Pre Boomer			Total
	Laki-laki	Perempuan	Total	Laki-laki	Perempuan	Total	Laki-laki	Perempuan	Total	Laki-laki	Perempuan	Total
31. DKI JAKARTA	1.392.364	2.896.279	4.288.643	1.213.156	1.990.889	3.204.045	803.562	823.972	1.627.534	81.758	82.729	164.487
32. JAWA BARAT	8.228.842	12.853.335	21.082.177	5.103.330	5.005.736	10.109.066	2.823.684	2.777.281	5.600.965	307.216	365.407	672.623
33. JAWA TENGAH	4.482.773	9.125.048	13.607.821	3.966.097	4.046.033	8.012.090	2.858.819	2.682.283	5.541.102	347.878	485.412	833.290
34. DI YOGYAKARTA	427.247	859.386	1.286.633	404.082	418.071	822.153	255.120	324.543	579.663	58.672	80.929	139.601
35. JAWA TIMUR	4.974.272	10.028.010	15.002.282	4.563.699	4.699.451	9.263.150	2.988.378	3.168.176	6.156.554	406.260	604.932	1.011.192
36. BANTEN	1.509.997	3.258.301	4.768.298	1.242.418	1.292.055	2.534.473	560.713	558.000	1.118.713	51.829	62.008	113.837

LAMPIRAN 7

Tanggapan Responden

KEM U1	KEM U2	KEM U3	KEM U4	KEM U5	KEM A1	KEM A2	KEM A3	KEM A4	KEM A5	KEM A6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4
3	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5

4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	1
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3
4	3	3	2	4	5	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5
4	3	2	3	4	4	3	3	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1
4	4	5	1	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	1	2	2	1	3	1	2	4	2
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3
3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5
5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5
4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4
3	2	2	2	3	4	4	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	3
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	4	4	4	5	4	4	2	4
4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3
5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	5
5	4	5	4	5	5	5	3	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	2	4	5	4	4	5	3	4
4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3
2	1	2	1	2	2	3	2	3	3	3
4	3	2	3	4	4	5	4	3	2	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	5	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

[illegible]

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	3
5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3
4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4
4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	3	4	2	2	4	3	4	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3
3	2	3	4	5	4	3	3	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
1	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	5	1	3	1	3	5	3
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	2	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4
5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4
5	5	3	4	3	5	5	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4

5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3
5	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
1	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5

5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	5	1	3	1	3	5	3
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	2	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3
4	3	3	2	4	5	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	2	4	5	4	5	4	3	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4
3	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4

4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

KEAM1	KEAM2	KEAM3	KEAM4	KOMP1	KOMP2	KOMP3	KOMP4
4	4	4	4	3	3	5	5
3	3	3	3	2	3	2	3
2	4	3	4	2	3	4	4
2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	5	4
4	4	3	3	4	4	4	3
4	5	3	3	4	4	4	3
2	2	2	2	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	1	2	3	2	3
4	4	3	2	4	5	4	3
4	5	3	4	4	4	4	4
4	4	2	4	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4
1	3	3	5	3	1	1	1

4	4	4	3	2	3	3	3
5	5	3	4	5	5	4	5
3	3	3	3	4	3	3	3
4	5	3	4	5	5	4	4
3	3	4	3	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	3	2	3	3	3
2	3	2	3	3	2	3	2
4	5	3	4	4	4	4	4
5	4	3	4	5	5	4	5
5	4	3	4	4	5	5	4
5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5
2	5	4	2	4	3	5	5
4	5	3	3	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	3	3	3	4
4	5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	5	4	3	2	4	4
5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	5	4

3	4	5	4	3	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
1	1	1	2	1	1	1	1
2	2	3	4	2	2	2	2
5	5	5	2	5	4	5	5
4	1	4	4	1	2	1	1
5	5	5	5	3	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	2	3
3	4	4	4	3	3	4	3
3	2	3	3	2	4	3	3
5	4	4	5	4	5	3	3
4	3	4	3	2	3	4	3
4	3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	5	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	3
4	5	5	4	3	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	3
3	2	3	2	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	3	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	3	5
3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	4	4	5
3	3	4	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	3
3	2	2	3	3	2	2	2
2	1	3	4	3	2	3	4
5	4	5	4	5	5	5	4
2	1	2	2	4	3	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4
2	2	3	1	1	1	1	1
3	3	4	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	3	3	3
3	5	3	4	3	3	3	3
5	4	5	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	5	5

3	3	3	3	4	4	4	5
3	3	5	5	3	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	3	5
4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	4	5	3	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	5
3	3	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	4
4	2	2	2	1	2	3	2
4	3	5	4	4	2	4	3
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	3	4	4	3	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	4	5
4	3	3	3	5	4	4	5

3	3	2	4	4	4	3	4
3	2	3	2	3	3	3	2
4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	4	3	3	2	3	2
2	2	3	1	3	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3
5	4	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5
5	3	5	4	4	4	4	4
5	3	5	1	5	5	5	5
3	3	4	4	5	4	5	5
3	3	4	4	4	3	4	5
2	2	4	2	3	2	3	4
5	1	5	5	5	5	5	5
2	2	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	3	4	5
3	2	2	3	3	4	4	3
3	3	4	3	4	3	3	3

3	3	3	3	5	5	5	5
5	2	4	4	5	5	5	5
3	3	4	3	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	3	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5
4	2	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5
4	3	4	3	4	2	4	4
3	3	4	3	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	3	4	4
3	5	5	3	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	3	4	4	4

3	2	3	2	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	1	3	3	2	4
3	3	3	3	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	4	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5
3	3	5	3	4	3	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	4	4	3	3
3	3	4	4	4	4	5	4
5	3	4	5	4	5	4	4

3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	2	3	4	4	4
5	4	3	4	4	4	5	4
3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	3	5	5
3	2	2	2	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	3	3	3
3	1	4	2	3	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	3	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1
5	3	5	3	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	2	3	3	3	4
4	5	5	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	5	3	4	5
4	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3

3	3	4	3	4	4	5	5
4	4	4	3	3	3	4	4
3	1	5	3	1	1	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	4	4	5	4
5	3	5	4	3	3	3	5
4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	4	4	4	4
1	1	1	1	1	2	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	3	4	3	4	4	2
3	2	3	3	3	4	4	3
4	5	4	4	5	4	5	4
5	3	3	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	4
3	5	4	3	4	4	3	4
2	2	2	3	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	5	5
3	2	1	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	2	3
3	4	2	3	3	4	4	3
4	4	3	3	4	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	3	4	3

4	3	3	4	3	3	3	3
5	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	3	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1
5	3	5	3	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	2	3	3	3	4

4	5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	3	4	5
4	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	4	3	4	4	5	5
4	4	4	3	3	3	4	4
3	1	5	3	1	1	5	5
5	4	4	5	3	4	3	3
5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	2
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	3	3
3	3	4	3	3	2	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4
2	3	4	3	2	3	3	3
2	3	2	3	3	2	3	2
4	5	4	4	4	4	4	4

5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5
2	5	4	2	4	3	5	5
4	5	3	3	4	5	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	3	3	3	4
4	5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	3	4	4
3	4	5	4	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3
4	5	3	3	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	4	1	2	3	2	3
4	4	3	2	4	5	4	3
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2

4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5
2	5	4	2	4	3	5	5
4	5	3	3	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	3	3	3	4
4	5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	4	3	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	5	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
2	2	2	2	3	2	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	2	2	2	2

4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5

No.	NIAT1	NIAT2	NIAT3	NIAT4
1.	3	2	3	2
2.	4	5	4	5
3.	3	3	3	4
4.	3	2	4	3
5.	4	4	3	3
6.	5	4	5	5
7.	4	4	3	4
8.	4	5	3	2
9.	5	5	5	5
10.	4	1	3	3
11.	5	4	5	4
12.	5	5	5	5
13.	4	4	4	4
14.	5	5	5	5
15.	4	3	3	4
16.	4	4	4	4
17.	4	3	4	4
18.	4	4	4	4

19.	4	4	5	5
20.	3	3	3	3
21.	5	4	5	4
22.	3	3	3	3
23.	3	4	5	4
24.	5	5	5	5
25.	3	2	5	4
26.	5	5	5	5
27.	5	5	5	5
28.	5	5	5	5
29.	5	5	5	5
30.	5	5	5	5
31.	5	5	5	5
32.	5	4	4	4
33.	5	5	5	5
34.	5	5	5	5
35.	4	4	4	4
36.	5	5	5	4
37.	5	5	4	5
38.	5	4	5	5
39.	4	4	5	5
40.	5	5	5	5
41.	1	1	1	1

42.	4	3	4	2
43.	5	5	5	5
44.	2	2	4	1
45.	5	5	5	5
46.	5	5	5	5
47.	3	3	3	3
48.	4	4	4	3
49.	4	4	3	3
50.	4	3	3	3
51.	3	4	5	4
52.	4	3	3	2
53.	4	4	4	4
54.	5	5	4	4
55.	5	5	5	5
56.	3	3	3	3
57.	4	4	4	4
58.	5	5	5	5
59.	4	4	4	4
60.	5	4	5	5
61.	4	4	4	4
62.	4	4	4	4
63.	4	4	3	3
64.	4	4	4	4

65.	4	4	4	3
66.	5	5	5	5
67.	5	5	4	5
68.	5	5	4	4
69.	4	4	4	5
70.	5	5	5	5
71.	3	4	4	4
72.	4	3	4	4
73.	4	4	2	4
74.	4	2	3	3
75.	5	4	5	5
76.	5	5	5	3
77.	4	3	4	3
78.	2	1	3	2
79.	4	4	5	4
80.	5	5	5	5
81.	3	3	3	3
82.	3	3	3	4
83.	5	4	5	4
84.	5	4	4	5
85.	5	5	5	5
86.	4	4	4	4
87.	4	5	4	5

88.	3	3	3	4
89.	3	3	4	2
90.	5	5	5	5
91.	5	5	4	5
92.	4	4	4	5
93.	5	5	5	5
94.	5	4	4	5
95.	3	5	5	4
96.	5	5	5	5
97.	5	4	4	5
98.	3	4	4	5
99.	3	2	2	2
100.	4	4	4	4
101.	5	4	5	5
102.	5	5	5	5
103.	5	5	5	4
104.	5	5	5	5
105.	4	4	3	3
106.	5	4	5	4
107.	5	5	4	5
108.	4	4	4	4
109.	3	3	4	3
110.	5	5	5	5

111.	5	5	5	5
112.	3	4	4	3
113.	4	3	3	3
114.	4	4	4	4
115.	4	4	3	3
116.	4	4	5	4
117.	4	4	4	4
118.	3	3	3	3
119.	4	4	4	5
120.	4	4	5	5
121.	5	5	5	5
122.	5	5	5	5
123.	5	5	5	5
124.	4	4	4	4
125.	4	4	3	4
126.	5	5	5	5
127.	4	3	3	4
128.	5	5	5	5
129.	4	3	4	3
130.	4	3	3	3
131.	5	5	3	5
132.	5	5	5	5
133.	5	5	5	5

134.	4	4	4	4
135.	5	5	5	4
136.	5	5	5	5
137.	5	5	5	5
138.	5	5	5	5
139.	5	5	5	5
140.	5	5	5	5
141.	5	5	5	5
142.	5	5	5	5
143.	5	4	5	5
144.	5	5	5	5
145.	4	4	4	4
146.	5	5	5	5
147.	4	4	4	4
148.	5	4	4	4
149.	5	5	5	5
150.	5	5	4	4
151.	5	5	5	5
152.	5	5	5	5
153.	4	4	3	4
154.	3	3	3	3
155.	5	5	5	5
156.	5	4	4	5

157.	4	4	4	3
158.	5	5	5	5
159.	5	5	4	5
160.	3	4	5	4
161.	5	5	5	5
162.	5	5	5	5
163.	5	5	5	5
164.	5	5	5	5
165.	5	5	5	5
166.	5	5	5	5
167.	5	5	5	5
168.	5	5	5	4
169.	5	5	5	5
170.	4	4	3	4
171.	5	5	4	4
172.	5	5	5	5
173.	5	5	5	5
174.	4	4	4	4
175.	4	4	5	4
176.	5	5	4	4
177.	3	3	3	4
178.	5	5	5	5
179.	5	5	5	5

180.	5	5	5	5
181.	4	4	4	4
182.	5	5	5	5
183.	5	5	5	5
184.	5	5	5	5
185.	4	4	4	5
186.	5	4	5	5
187.	4	4	5	5
188.	4	4	4	3
189.	5	5	5	5
190.	4	4	5	4
191.	4	3	5	2
192.	5	5	5	5
193.	4	3	4	3
194.	2	3	3	4
195.	5	5	5	5
196.	4	4	5	5
197.	4	4	4	4
198.	5	5	5	5
199.	5	4	5	4
200.	5	5	5	5
201.	5	5	5	5
202.	5	5	5	5

203.	5	5	5	5
204.	5	5	5	5
205.	3	5	5	5
206.	5	5	5	5
207.	4	4	4	3
208.	5	5	5	5
209.	4	5	5	5
210.	1	1	1	1
211.	1	1	1	1
212.	5	4	3	5
213.	5	5	5	5
214.	5	5	5	5
215.	5	5	5	5
216.	4	4	4	3
217.	5	5	5	5
218.	4	4	4	4
219.	5	4	4	5
220.	5	4	5	5
221.	4	3	3	5
222.	4	4	4	4
223.	5	5	5	5
224.	4	4	4	3
225.	5	1	1	1

226.	5	4	4	5
227.	4	5	4	5
228.	5	5	5	5
229.	4	4	4	4
230.	5	5	5	5
231.	4	5	4	4
232.	5	5	5	5
233.	4	4	4	4
234.	4	4	5	5
235.	3	2	2	2
236.	4	4	4	4
237.	5	4	4	4
238.	4	5	5	4
239.	5	5	4	4
240.	5	5	5	5
241.	5	5	5	5
242.	2	2	2	2
243.	3	3	3	3
244.	1	1	5	1
245.	5	5	5	5
246.	4	4	3	3
247.	4	5	4	5
248.	4	5	5	4

249.	5	4	5	4
250.	3	3	3	3
251.	3	3	3	3
252.	5	5	5	4
253.	5	5	5	5
254.	4	3	4	3
255.	4	3	4	3
256.	4	3	3	3
257.	4	5	4	5
258.	5	5	4	4
259.	5	5	5	5
260.	2	2	2	3
261.	3	2	3	3
262.	4	4	3	4
263.	5	5	4	3
264.	5	5	5	5
265.	3	4	3	4
266.	5	3	4	4
267.	3	4	3	5
268.	3	3	3	4
269.	5	5	5	5
270.	5	4	5	4
271.	3	3	4	4

272.	3	3	3	3
273.	4	4	4	4
274.	4	3	4	3
275.	4	4	4	4
276.	3	3	3	3
277.	4	4	4	4
278.	5	5	5	5
279.	5	5	5	5
280.	3	5	5	5
281.	5	5	5	5
282.	4	4	4	3
283.	5	5	5	5
284.	4	5	5	5
285.	1	1	1	1
286.	1	1	1	1
287.	5	4	3	5
288.	5	5	5	5
289.	5	5	5	5
290.	5	5	5	5
291.	4	4	4	3
292.	5	5	5	5
293.	4	4	4	4
294.	5	4	4	5

295.	5	4	5	5
296.	4	3	3	5
297.	4	4	4	4
298.	5	5	5	5
299.	4	4	4	3
300.	5	3	3	3
301.	5	4	4	5
302.	4	5	4	5
303.	4	4	4	4
304.	4	4	4	4
305.	5	5	5	5
306.	4	5	4	4
307.	5	5	5	5
308.	4	4	4	4
309.	4	4	5	5
310.	3	3	3	3
311.	5	4	5	4
312.	3	3	3	3
313.	3	4	5	4
314.	5	5	5	5
315.	3	2	5	4
316.	5	5	5	5
317.	5	5	5	5

318.	5	5	5	5
319.	5	5	5	5
320.	5	5	5	5
321.	5	5	5	5
322.	5	4	4	4
323.	5	5	5	5
324.	5	5	5	5
325.	4	4	4	4
326.	5	5	5	5
327.	5	4	5	5
328.	4	4	3	4
329.	3	3	3	4
330.	5	5	5	5
331.	4	1	3	3
332.	5	4	5	4
333.	5	5	5	5
334.	4	4	4	4
335.	5	5	5	5
336.	4	4	4	4
337.	2	2	2	2
338.	5	5	5	5
339.	3	2	5	4
340.	5	5	5	5

341.	5	5	5	5
342.	5	5	5	5
343.	5	5	5	5
344.	5	5	5	5
345.	5	5	5	5
346.	5	4	4	4
347.	5	5	5	5
348.	5	5	5	5
349.	4	4	4	4
350.	1	1	1	1
351.	3	3	3	3
352.	5	5	5	4
353.	5	4	5	4
354.	5	5	5	5
355.	5	5	5	5
356.	4	4	4	4
357.	2	3	2	3
358.	3	3	3	3
359.	5	5	5	5
360.	3	3	3	3
361.	4	4	4	4
362.	5	5	5	5
363.	4	4	4	4

LAMPIRAN 8

Hasil *Output* Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Outer loadings

Outer Loadings							
	Aspek Kesehatan	Keamanan	Kemanfaatan	Kemudahan	Kompatibilitas	Niat	Sikap
KEAM1		0,869					
KEAM2		0,847					
KEAM3		0,860					
KEAM4		0,868					
KEMA1			0,898				
KEMA2			0,919				
KEMA3			0,920				
KEMA4			0,921				
KEMA5			0,841				
KEMA6			0,902				
KEMU1				0,885			
KEMU2				0,867			
KEMU3				0,913			
KEMU4				0,884			
KEMU5				0,890			
KESE1	0,880						
KESE2	0,868						
KESE3	0,863						
KESE4	0,882						
KOMP1					0,902		
KOMP2					0,886		
KOMP3					0,911		
KOMP4					0,902		
NIAT1						0,899	
NIAT2						0,925	
NIAT3						0,883	
NIAT4						0,913	
SIKA1							0,889
SIKA2							0,861
SIKA3							0,883
SIKA4							0,870
SIKA5							0,895

Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability, AVE

Construct Reliability and Validity				
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Aspek Kesehatan	0,896	0,898	0,928	0,763
Keamanan	0,884	0,884	0,920	0,741
Kemanfaatan	0,953	0,954	0,963	0,811
Kemudahan	0,933	0,938	0,949	0,789
Kompatibilitas	0,922	0,924	0,945	0,810
Niat	0,926	0,927	0,948	0,819
Sikap	0,927	0,928	0,945	0,774

Cross loadings

Cross Loadings

	Aspek Kesehatan	Keamanan	Kemanfaatan	Kemudahan	Kompatibilitas	Niat	Sikap
KEAM1	0,643	0,869	0,624	0,515	0,652	0,607	0,663
KEAM2	0,671	0,847	0,640	0,535	0,638	0,639	0,662
KEAM3	0,623	0,860	0,622	0,579	0,661	0,615	0,709
KEAM4	0,632	0,868	0,548	0,516	0,642	0,601	0,639
KEMA1	0,652	0,589	0,898	0,725	0,667	0,681	0,697
KEMA2	0,692	0,633	0,919	0,767	0,688	0,704	0,751
KEMA3	0,695	0,601	0,920	0,741	0,692	0,700	0,726
KEMA4	0,698	0,692	0,921	0,754	0,717	0,764	0,785
KEMA5	0,639	0,622	0,841	0,679	0,596	0,656	0,740
KEMA6	0,651	0,682	0,902	0,714	0,697	0,709	0,731
KEMU1	0,675	0,604	0,811	0,885	0,642	0,715	0,719
KEMU2	0,519	0,470	0,628	0,867	0,503	0,511	0,565
KEMU3	0,561	0,558	0,713	0,913	0,584	0,589	0,638
KEMU4	0,547	0,540	0,661	0,884	0,570	0,549	0,605
KEMU5	0,603	0,578	0,762	0,890	0,606	0,592	0,668

KESE1	0,880	0,643	0,643	0,545	0,632	0,665	0,688
KESE2	0,868	0,596	0,634	0,522	0,578	0,616	0,647
KESE3	0,863	0,646	0,633	0,635	0,679	0,673	0,739
KESE4	0,882	0,715	0,692	0,592	0,705	0,716	0,727
KOMP1	0,708	0,681	0,718	0,638	0,902	0,716	0,734
KOMP2	0,666	0,694	0,655	0,520	0,885	0,693	0,685
KOMP3	0,637	0,645	0,674	0,586	0,911	0,704	0,735
KOMP4	0,670	0,694	0,657	0,619	0,902	0,698	0,743
NIAT1	0,693	0,640	0,716	0,660	0,694	0,899	0,766
NIAT2	0,666	0,621	0,688	0,590	0,703	0,925	0,731
NIAT3	0,689	0,629	0,685	0,523	0,682	0,883	0,703
NIAT4	0,724	0,697	0,735	0,653	0,746	0,913	0,770
SIKA1	0,725	0,661	0,793	0,703	0,744	0,731	0,889
SIKA2	0,766	0,722	0,670	0,562	0,707	0,666	0,861
SIKA3	0,644	0,662	0,687	0,582	0,669	0,686	0,883
SIKA4	0,699	0,683	0,691	0,685	0,704	0,729	0,870
SIKA5	0,704	0,693	0,759	0,649	0,716	0,795	0,895

Fornell-Larcker

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	Aspek Kesehatan	Keamanan	Kemanfaatan	Kemudahan	Kompatibilitas	Niat	Sikap
Aspek Kesehatan	0,873						
Keamanan	0,746	0,861					
Kemanfaatan	0,746	0,708	0,901				
Kemudahan	0,659	0,623	0,811	0,888			
Kompatibilitas	0,745	0,753	0,752	0,658	0,900		
Niat	0,766	0,715	0,781	0,672	0,781	0,905	
Sikap	0,804	0,777	0,820	0,725	0,805	0,822	0,880

HTMT

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Aspek Kesehatan	Keamanan	Kemanfaatan	Kemudahan	Kompatibilitas	Niat	Sikap
Aspek Kesehatan							
Keamanan	0,836						
Kemanfaatan	0,806	0,770					
Kemudahan	0,712	0,681	0,853				
Kompatibilitas	0,816	0,835	0,800	0,703			
Niat	0,838	0,790	0,830	0,714	0,845		
Sikap	0,879	0,858	0,870	0,772	0,870	0,884	

LAMPIRAN 9

Hasil Output Uji Hipotesis, R^2 dan f^2

Path Coefficients

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Aspek Kesehatan -> Sikap	0,297	4,712	0,000
Keamanan -> Niat	0,141	2,928	0,002
Keamanan -> Sikap	0,256	4,764	0,000
Kemanfaatan -> Niat	0,288	3,404	0,000
Kemanfaatan -> Sikap	0,344	4,348	0,000
Kemudahan -> Kemanfaatan	0,558	7,277	0,000
Kemudahan -> Niat	0,012	0,211	0,416
Kemudahan -> Sikap	0,090	1,238	0,108
Kompatibilitas -> Kemanfaatan	0,384	5,112	0,000
Kompatibilitas -> Kemudahan	0,658	13,738	0,000
Sikap -> Niat	0,467	5,787	0,000

Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kompatibilitas -> Kemanfaatan -> Niat	0,111	2,344	0,010
Kompatibilitas -> Kemudahan -> Niat	0,008	0,208	0,418
Aspek Kesehatan -> Sikap -> Niat	0,139	2,996	0,001
Keamanan -> Sikap -> Niat	0,119	3,344	0,000

Total Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Aspek Kesehatan -> Niat	0,139	2,996	0,001
Aspek Kesehatan -> Sikap	0,297	4,712	0,000
Keamanan -> Niat	0,260	4,405	0,000
Keamanan -> Sikap	0,256	4,764	0,000
Kemanfaatan -> Niat	0,449	5,687	0,000
Kemanfaatan -> Sikap	0,344	4,348	0,000
Kemudahan -> Niat	0,305	5,121	0,000
Kemudahan -> Sikap	0,282	4,460	0,000
Kompatibilitas -> Niat	0,373	4,861	0,000
Kompatibilitas -> Sikap	0,318	4,423	0,000
Sikap -> Niat	0,467	5,787	0,000

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Niat	0,718	0,715
Sikap	0,785	0,783

f Square

	Niat	Sikap
Aspek Kesehatan		0,142
Keamanan	0,027	0,119
Kemanfaatan	0,066	0,137
Kemudahan	0,000	0,013
Kompatibilitas		
Niat		
Sikap	0,190	

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Tommy Setiawan Ruslim
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 17 Juli 1986
Jenis Kelamin : Pria
Alamat Rumah : Green Garden Blok B1 no, 50
Telpon Rumah dan HP : 081932254545
Alamat E-mail : tommyr@fe.untar.ac.id

Riwayat Pendidikan

Sarjana (S1) tahun : Universitas Tarumanagara
Magister (S2) tahun : Universitas Tarumanagara

Pekerjaan dan Riwayat Pekerjaan

Pekerjaan : Dosen tetap
NIP/NIK : 10111002
Pangkat/Jabatan : Lektor 300

Karya Ilmiah/Artikel yang telah dipublikasikan selama aktif di S3 Program Studi Doktor Ilmu Manajemen.

Makalah pada Seminar/Konferensi ilmiah Nasional dan Internasional selama aktif di S3 Program Studi Doktor Ilmu Manajemen.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.