

**STUDY BEHAVIORAL INTENTION AND USE BEHAVIOR PADA
PENGGUNA E-MONEY WILAYAH JAWA TENGAH**

**(Mempelajari Niat Perilaku dan Perilaku Pengguna Pada Pengguna e-money
Wilayah Jawa Tengah)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung



Di susun oleh :

FERINDA EKY REGIZA

NIM. 30402000145

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STUDY BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PADA
PENGUNA E-MONEY DI JAWA TENGAH**

Disusun oleh :

Ferinda Eky Regiza

NIM. 30402000145

Telah disetujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dalam sidang panitia ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, Januari 2024

Pembimbing,

Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si.

NIDN. 0602016301

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI
STUDY BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PADA
PENGGUNA E-MONEY DI JAWA TENGAH

Disusun oleh:

Ferinda Eky Regiza

NIM. 30402000145

Telah dipertahankan didepan penguji

pada tanggal 4 April 2024

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji I

Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si.

Prof. Dr. Dra. Aifah Ratnawati, M.M

NIDN. 0602016301

NIDN. 210489019

Penguji II

Dr. H. Moch Zulfah, MM

NIDN. 0616085903

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Tanggal 25 April

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Luthi Nurcholis, SE., ST., M.M.

NIDN. 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ~~Ferinda~~ Eky Regiza
NIM : 30402000145
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **"STUDY BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PADA PENGGUNA E-MONEY WILAYAH JAWA TENGAH"** merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil dari plagiasi ataupun duplikasi karya orang lain dan karya ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik S1 Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang maupun di perguruan tinggi lainnya.

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya pendapat orang lain yang terdapat dalam penelitian skripsi saya ini, saya kutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil plagiasi ataupun duplikasi dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima konsekuensi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini, saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. جامعته سلطان أبجوع الإسلامية

Semarang, 25 April 2024



~~Ferinda~~ Eky Regiza

NIM. 30402000145

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ferinda Eky Regiza

NIM : 30402000145

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ dengan judul :

"STUDY BEHAVIORAL INTENTION AND USE BEHAVIOR PADA PENGGUNA E-MONEY WILAYAH JAWA TENGAH"

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 06 Juni 2024

enyatakan,



Ferinda Eky Regiza

NIM. 30402000145

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

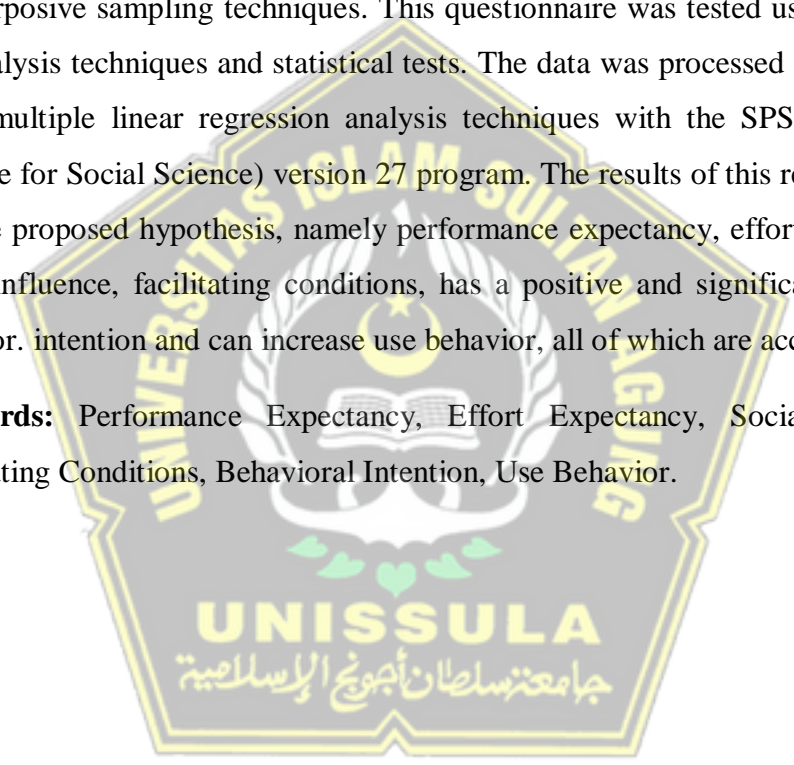
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *performance expectancy (X1)*, *effort expectancy (X2)*, *social influence (X3)*, *facilitating conditions (X4)* terhadap *behavioral intention (Y1)* dalam meningkatkan *use behavior (Y2)*, khususnya pada pengguna E-money di Jawa Tengah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna e-money di Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner dari sampel berjumlah 363 responden, dengan *Teknik non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Kuesioner ini diuji dengan menggunakan Teknik analisis uji semantic dan uji statistic. Data diolah dan dianalisis menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 27. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dan dapat meningkatkan *use behavior*, semuanya dapat diterima.

Kata Kunci : *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Behavioral Intention, Use Behavior.*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X2), facilitating conditions (X4) on behavioral intention (Y1) in increasing use behavior (Y2), especially for E-money users in Central Java. The population used in this research is e-money users in Central Java. This research uses a data collection method carried out through questionnaires from a sample of 363 respondents, with non-probability sampling and purposive sampling techniques. This questionnaire was tested using semantic test analysis techniques and statistical tests. The data was processed and analyzed using multiple linear regression analysis techniques with the SPSS (Statistical Package for Social Science) version 27 program. The results of this research show that the proposed hypothesis, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, has a positive and significant effect on behavior. intention and can increase use behavior, all of which are acceptable.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Behavioral Intention, Use Behavior.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal pra-skripsi dengan judul **“STUDY BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PADA PENGGUNA E-MONEY WILAYAH JAWA TENGAH”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Selama penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak yang memberikan penulis semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebagai rasa syukur dan hormat kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, SH., MH. selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Islam Sultan Agung.
5. Bapak Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si. selaku dosen pembimbing dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Kunarto dan Ibu Eko Wati. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan batin, materi, dan bantuan tak ternilai

lainnya yang telah diberikan selama ini kepada ferin hingga bisa mencapai di titik ini. Untuk cinta pertama ferin dan Ibu menjadi alasan ferin penguat dan penguat paling hebat.

7. Kakak saya tercinta, Nanang Setiawan yang selalu memberikan uang, dukungan, dan semangat yang tidak pernah tertinggalkan sedikitpun bagi penulis.
8. Pacar saya tercinta, Aurico Ananda Putra yang memberikan 1000 semangat, doa, motivasi, selalu menemani suka maupun duka walapun sering memencing amarah saya wkwkwk, terimakasih memberikan kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat terbaik seperjuangan masa kuliah yang tidak saya sebutkan satu persatu karna terlalu banyak dan saya pikir alay, yang telah membantu dalam menemani suka duka masa perkuliahan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang sudah memberikan semangat dan dukungan selama proses studi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Dan yang untuk diri saya sendiri terima kasih telah bertahan, berjuang berusaha sampai sejauh ini.
12. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan serta jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat membangun dari para pembaca, guna untuk menyempurnakan skripsi supaya menjadi lebih baik kedepannya. Harapan

penulis, skripsi ini dapat memberi manfaat dan menambah relasi serta wawasan bagi pembaca maupun penulis.

Semarang, 25 April 2024

Penulis

Ferinda Eky Regiza

NIM. 30402000145



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupan”

(Q.S Al-Baqarah, 2: 286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“Semua itu hanya sementara, everthing will end. Air mata akan berhenti, kebahagiaan akan berakhir, kebosanan akan berakhir, kesibukan akan berakhir. Jadi nikmatin aja flownya because semuanya hanya sementara dan ngga ada yang lama lama banget”

(FerinPeron)

Skripsi ini saya persembahkan bentuk rasa syukur penulis kepada ALLAH SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini, lalu saya persembahkan untuk orang tua dan kakak saya yang senantiasa selalu cerewet mendukung dan mendoakan saya, teman teman saya, pacar saya dan keluarganya, dan diri saya sendiri.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	8
2.1.2 Performance Expectancy (Ekspetasi Kinerja)	9
2.1.3 Effort Expectancy (Harapan Usaha)	11
2.1.4 Social Influence (Pengaruh Sosial)	12
2.1.5 Facilitating Condition (Kondisi yang Memfasilitasi)	13
2.1.6 Behavioral Intention (Niat Berpilaku).....	15

2.1.7 Use Behavior (Menggunakan Perilaku)	16
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Performance Expectancy (Ekspetasi Kinerja) dan Behavioral Intention (Niat Perilaku)	17
2.2.2 Effort Expectancy (Harapan Usaha) dan Behavioral Intention (Niat Berperilaku)	18
2.2.3 Social Influence (pengaruh sosial) dan Behavioral Intention (niat berperilaku).....	20
2.2.4 Facilitating Condition (kondisi yang memfasilitasi) dan Behavioral Intention (niat berperilaku).....	22
2.2.5 Behavioral Intention (niat berperilaku) dan Use Behavioral (menggunakan perilaku)	24
2.2.6 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sempel.....	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sempel	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5 Variabel dan Indikator	30
3.6 Teknis Analisis	33
3.6.1 Uji Instrumen	34

3.6.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.3 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness Of Fit Model</i>)	38
3.6.4 Uji Hipotesis	39
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Teknologi E-money yang Digunakan	42
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	43
4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-money	45
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	46
4.2.1 Performance Expectancy	46
4.2.2 Effort Expectancy	48
4.2.3 Social Influence	49
4.2.4 Facilitating condition	50
4.2.5 Behavioral Intention	52
4.2.6 Use Behavior	53
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Uji Instrumen	54
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	56
4.3.2.1 Uji Normalitas	56

4.3.2.2 Uji Multikolonieritas.....	58
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	61
Dari analisis regresi linier berganda dijelaskan dalam tabel 4.14 :	61
4.3.4 Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit Model)	63
4.3.4.1 Uji Stastiktic F (uji kelayakan model)	63
4.3.4.2 Uji Koefesien Determinasi (R^2)	64
4.3.5 Uji Hipotesis	66
4.3.5.1 Uji T.....	66
4.4 Hasil dan Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Behavioral Intention	69
4.4.2 Pengaruh Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention.....	70
4.4.3 Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention.....	70
4.4.4 Pengaruh Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention	71
4.4.5 Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior	72
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan Penelitian	75
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
1.3 Agenda Penelitian Mendatang.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84



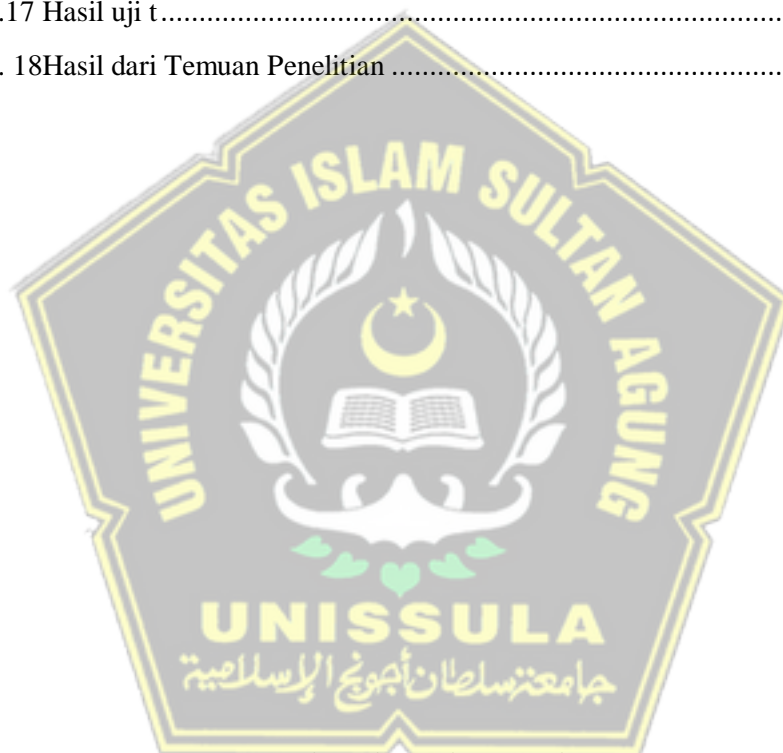
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode pembayaran paling banyak digunakan di Indonesia	4
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model.....	9
Gambar 2.2 Model Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Normal Probability Plot Regresi 1 dan 2	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas model regresi 1 dan 2.....	60



Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Teknologi E-money yang Digunakan.....	42
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-money	45
Tabel 4.6 Nilai indeks indicator dan variable Performance Expectancy.....	47
Tabel 4.7 Nilai indeks indicator dan variable effort expectancy	48
Tabel 4.8 Nilai indeks indicator dan variable sosial influence	49

Tabel 4.9 Nilai indeks indicator dan variable facilitating conditions.....	51
Tabel 4.10 Nilai indeks indicator dan variable behavioral intention.....	52
Tabel 4.11 Nilai indeks dan variable use behavior	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.15 Hasil Uji F (uji kelayakan model)	64
Tabel 4.16 Koefesien Determinasi (R^2).....	65
Tabel 4.17 Hasil uji t	66
Tabel 4. 18Hasil dari Temuan Penelitian	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner.....	84
Lampiran 1.3 Hasil Uji Deskriptif	90
Lampiran 1.4 Hasil Nilai Indeks.....	91
Lampiran 1.5 Uji Validitas dan Reabilitas	93
Lampiran 1.6 Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 1.7 Uji Kelayakan Model (GOODNESS OF FIT MODEL)	97
Lampiran 1.8 Uji Hipotesis	99



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman telah mengalami percepatan signifikan dari mulai tahun 1990an hingga tahun 2000 yakni masyarakat dunia memasuki yang namanya era digital dimana munculnya sebuah internet, ponsel, mobile data, laptop. Pada era sekarang bisa disebut Society 5.0 yakni yang mengutamakan kolaborasi antara manusia dan mesin, serta memperlihatkan aspek aspek seperti lingkungan dan kesejahteraan kerja. Perkembangan zaman yang begitu cepat seiring waktu juga mengubah perilaku manusia. Pemikiran akan selalu berubah, sikap dalam berperilaku juga akan menjadi berubah, kita tidak dapat menghindari kenyataan bahwa kita perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan perkembangan dunia adanya teknologi baru agar tidak disebut ketinggalan zaman. Maka dari itu adanya teknologi baru seperti uang yang disimpan dalam sistem perbankan, dalam menjalankan transaksi elektronik atau bisa di sebut e – money, mempermudah masyarakat dalam berkegiatan. Perkembangan e - money di tahun 2023 khususnya sebagai contoh di wilayah kota Pati ini sudah banyak masyarakat yang menggunakan teknologi baru tersebut, sebagian besar yakni para generasi milenial. E-money ini sangat memudahkan bagi para pengguna khususnya generasi milenial karna sistem teknologi yang berupa card dan sebuah aplikasi yang ada di ponsel memudahkan dalam kegiatan bertransaksi.

Adapun kasus kejahatan dalam dunia perbankan seperti kejahatan pembobolan mesin ATM. Pembobolan yang berhasil dilakukan pada tanggal 22 sampai 23 Mei 2023, uang senilai Rp 97,7 juta berhasil dikuras selama 2 hari 4 mesin ATM di Balikpapan. Tidak hanya kasus mengenai dunia perbankan adapun kasus mengenai uang electronic, tidak dipungkiri dengan adanya perkembangan teknologi baru seperti e-money yang memudahkan pengguna diiringi dengan perkembangan pikiran atau kepintaran seseorang dalam dunia digital atau IT, adapun hal-hal yang tidak kita pikirkan sebelumnya. Seperti di lansir dalam CNN Indonesia mengungkapkan bahwa Bank Indonesia (BI) pada tahun 2020, terjadi kasus pembobolan saldo besar dalam uang elektronik, yang menimpa salah satu penyedia dompet digital di Indonesia. Adapun permasalahan lain yang mungkin terjadi seperti downnya/lambatnya system atau aplikasi dalam transaksi. Adapun dengan masalah tersebut kita sebagai pengguna harus pintar dalam melihat track record e-money atau dompet digital yang nantinya kita akan gunakan untuk menyimpan uang yang cukup besar.

Menurut Rahmawati & Suhardiyah (2020) e-money adalah pembayaran elektronik di Indonesia yakni semakin canggih karena didorong oleh perkembangan informasi teknologi. Sebelum mengenal uang, manusia telah melakukan transaksi dalam bentuk barter yakni pertukaran barang atau jasa yang diinginkan. Karena kebutuhan manusia meningkat, penggunaan istilah barter dikatakan tidak efisien, maka dari itu masyarakat mengembangkan suatu alat tukar yang efisien dalam bentuk uang. Waktu berkembang pada saat itu saat masyarakat menggunakan mata uang yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI). Selain itu, Bank Indonesia juga

menerbitkan giro dan surat berharga sebagai alat pembayaran yang sah. Namun, teknologi yang berkembang pesat membuat Bank Indonesia semakin meningkatkan sistem pembayaran, yaitu berupa pembayaran elektronik yang dapat mempermudah bagi masyarakat untuk bertransaksi. Elektronik media yang dapat menyimpan uang sebagai alat pembayaran disebut e – money. Menurut saya pribadi e – money adalah sebuah sistem atau teknologi baru berupa card dan aplikasi yang memudahkan atau meringankan beban bagi pengguna dalam kegiatan bertransaksi.

Dalam penelitian (Firlyana, 2023) e – money dapat dipat dipergunakan di Indonesia contohnya yaitu mobile BCA, LinkAja, TapCash BNI, OVO, GoPay, Brizzi BRI, Flazz BCA, e-money Mandiri, ShopeePay, DANA. Kegunaan e – money Card sendiri yakni untuk pembayaran tarif jalan tol, biayar parkir, tiket kereta (KRL), Commuter Line, transportasi bus, bahkan pengeluaran di minimarket ataupun toko swalayan. Di zaman sekarang muncul lagi adanya e – money yang tidak hanya berbentuk card tetapi juga berbentuk sebuah aplikasi dalam ponsel seperti contoh di atas adanya mobile BCA, OVO, GoPay, ShopeePay, DANA dan lain sebagainya. Hal ini sangat memudahkan para pengguna dalam bertransaksi dalam kegiatan sehari hari. Penggunaan e – money dalam aplikasi ini memudahkan pengguna dalam berkegiatan seperti transfer yang tidak harus lagi pergi ke ATM atau ke Bank dan sekarang bahkan bisa melalui ponsel yang sudah di isi adanya aplikasi e – money , lalu pembayaran melalui aplikasi memudahkan pengguna karna di dalamnya ada QRIS yakni pembayaran hanya melakukan scan ke barkot pembayaran, lalu pembayaran listrik, pembayaran BPJS, pemesanan tiket pesawat, pemesanan tiket pesawat, pemesanan ojek motor atau mobil, pemesanan tiket

bioskop, pemesanan hotel, pemesanan makanan atau minum, kegiatan donasi atau zakat bahkan bisa melalui aplikasi e – money. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan aplikasi e – money ini sangat memudahkan bagi pengguna yang menggunakan.

Data pengguna uang elektronik atau bisa di sebut e – money yang sering digunakan di Indonesia tahun 2022.



Gambar 1.1 Metode pembayaran paling banyak digunakan di Indonesia

Sumber : Bank Jombang, East Ventures (ev)

Berdasarkan gambar di atas hasil dari GoodStats, E-wallet menduduki peringkat ke 1 dengan jumlah 81% yang sering di gunakan di Indonesia pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan E-wallet yang sering sebagai alat transaksi atau use behavioral dalam e- wallet atau e-money.

Terdapat penelitian terdahulu maka dapat disajikan *reseach gap* dalam

penelitian ini, Terdapat penelitian terdahulu seperti penelitian dari (Hung et al., 2019) dalam penelitian tersebut peneliti mendapatkan temuan bahwa Behavioral intention dengan penggunaan pembayaran mobile berpengaruh dan signifikan terhadap performance expectancy. Menurut (Astuti, 2016) ditemukan performance expectancy mempunyai dampak yang positif dan signifikan pada use behavior yang ditunjukkan manfaat yang dirasakan pada pengguna grab dalam kehidupan sehari-hari dalam merangsang peningkatan penggunaan di masa mendatang. Sedangkan dari penelitian lainnya dari (Shengqi, 2018) dalam penelitian tersebut peneliti mendapatkan temuan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penggunaan layanan aplikasi transportasi online di Bandung, variabel Behavioral Intention dipengaruhi oleh Facilitating Conditions, dan Performance Expectancy. Selain itu, Behavioral Intention juga mempunyai pengaruh yang signifikan pada Use Behavior.

Dari analisis yang telah dilakukan, masih terdapat variasi dalam hasil penelitian mengenai keterikatan performance expectancy, effort expectancy, sosial influence, facilitating conditions, dengan behavioral intention dan use behavior. Dengan mempertimbangkan kerangka masalah tersebut, maka dilakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Study Behavioral Intention and Use Behavior Pada Pengguna E-money Wilayah Jawa Tengah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan pertimbangan latar belakang masalah tersebut, dengan demikian rumusan masalah pada study ini yaitu bagaimana meningkatkan Use Behavior teknologi e-money berbasis Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, dan Behavioral Intention. Untuk jelasnya, disajikan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dengan mempertimbangkan perumusan masalah di atas untuk lebih jelasnya, disajikan dalam pertanyaan berikut ini:

1. Bagaimana hubungan performance expectancy dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah?
2. Bagaimana hubungan effort expectancy dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah?
3. Bagaimana hubungan social influence dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah?
4. Bagaimana hubungan facilitating condition dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah?
5. Bagaimana hubungan behavioral intention dengan use behavior pada pengguna e – money di Jawa Tengah?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan acuan latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk memahami atau mempelajari hubungan performance expectancy dengan behavioral intention dalam pengguna e – money di Jawa Tengah
2. Untuk memahami atau mempelajari hubungan effort expectancy dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah.
3. Untuk memahami atau mempelajari hubungan antara social influence dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah.
4. Untuk memahami atau mempelajari hubungan antara facilitating condition dengan behavioral intention pada pengguna e – money di Jawa Tengah.
5. Untuk memahami dan mempelajari hubungan behavioral intention dengan use behavior pada pengguna e – money di Jawa Tengah.

1.5 Kegunaan Penelitian

kegunaan yang diinginkan dari stady ini yaitu:

- 1 Kegunaan bagi akademisi

Harapannya, stady ini menjadikan acuan yang berharga dan sumber belajar yang bermanfaat bagi pembaca, untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang e – money dan dampak penggunaannya.

- 2 Kegunaan bagi praktisi

Stady ini kedepannya dapat menyediakan wawasan serta rekomendasi bagi perusahaan, sehingga e – money mampu bersaing dengan pasar yang luas

BAB II

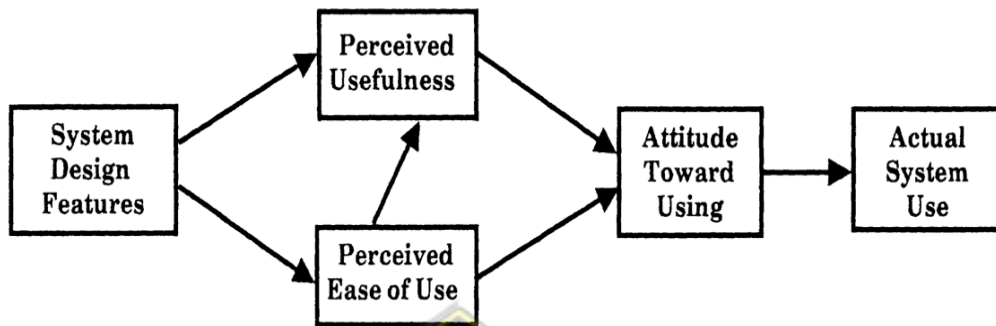
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Ghozali (2020) Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk menjelaskan keterimaan individual terhadap pengguna sistem teknologi informasi yang dikenalkan pertama kali oleh Davis (1986). Teori tersebut adalah evaluasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikenalkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein (1980) , pada teori ini sikap terhadap teknologi diukur melalui dua dimensi penerimaan, yaitu kemudahan penggunaan dan kegunaan. Presepsi kegunaan menjelaskan kepercayaan seseorang dalam memanfaatkan sistem tertentu dalam menaikan kinerja pekerjaanya. Presepsi kemudahan pengguna menjelaskan tentang seberapa besar keyakinan seseorang dalam menggunakan sistem tersebut untuk mempermudah dalam pekerjaan. TRA dan TAM mempunyai aspek perilaku yang signifikan serta bransumsi dalam keadaan individu memiliki niat dalam bertindak, sebab memiliki kebebasan dalam bertindak tanpa hambatan. Di bawah ini adalah model Technology Acceptance Model (TAM) .

Technology Acceptance Model (TAM)



Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model

Model penelitian tersebut dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) memaparkan dengan adanya menerima teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Pembuatan keputusan menggunakan e-money merupakan perkembangan dari teknologi pembayaran dikarenakan e-money merupakan platform yang memanfaatkan digitalisasi dan juga merupakan perkembangan dari teknologi informasi dan pengembangan teknologi transaksi pembayaran yang memanfaatkan jejaring sosial dan internet dalam lingkungan untuk pelaksanaannya, sehingga model penelitian ini merupakan penerapan dari teori Technology Acceptance Model (TAM).

2.1.2 Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja)

Performance Expectancy mengacu pada tingkat keyakinan individu dalam

menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Ghalandari, 2012). Menurut Zhou dalam (Kofoworola & Ojo, 2022) menjelaskan ekspektasi kinerja adalah bentuk keyakinan individu dalam penggunaan sistem atau teknologi akan membantunya mewujudkan kekuatannya Bekerja. Ekspektasi kinerja merupakan kesesuaian tugas-teknis, sosial dampak, dan kenyamanan memiliki dampak signifikan pada adopsi pengguna. Selain itu, Efek yang signifikan dari kesesuaian teknis tugas terhadap ekspektasi kinerja juga ditemukan (Kofoworola & Ojo, 2022). Venkatesh et al mengungkapkan tingkat keyakinan individu dalam penggunaan sistem untuk membantu mereka menemukan pekerjaan Kinerja dikenal sebagai ekspektasi kinerja. Venkatesh et al memaparkan bahwa Ekspektasi kinerja mengacu pada suatu level pribadi merasa bahwa menggunakan layanan tertentu atau Teknologi akan memungkinkan dia untuk menyelesaikan tugas-tugas yang relevan Sukses. Dwivedi .et al dalam (Ryu & Fortenberry, 2021) mengungkapkan bahwa dalam Landasan Konsep ekspektasi kinerja adalah jika seseorang merasakan layanan atau teknologi baru yang bermanfaat, sikap seseorang Mengadopsinya akan meningkat.

Dapat disimpulkan bahwa performance expectancy atau ekspektasi kinerja adalah sebuah ekspektasi seseorang atau individual dan mempunyai rasa percaya bahwa jika menggunakan sebuah sistem atau teknologi akan mempermudah dan membantunya untuk mencapai sesuatu hal yang ingin dicapai. Pada penelitian (Puspa et al., 2021) menyatakan bahwa indikator yang digunakan adalah produktivitas, kenyamanan, kecepatan dalam penggunaan teknologi baru. Maka dalam penelitian ini indikator performance expectancy atau ekspektasi kinerja ialah

(1) kemanfaatan pribadi e-money (2) Dukungan e-money dalam mempercepat menyelesaikan tugas (3) Dukungan e-money dalam meningkatkan efisiensi penyelesaian tugas (4) Dukungan e-money dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan (5) Dukungan e-money dalam meningkatkan kinerja individu. Dengan menggunakan indicator tersebut karena sudah relevan terhadap performance expectancy.

2.1.3 Effort Expectancy (Harapan Usaha)

Effort expectancy, merupakan taraf kenyamanan yg dirasakan dalam menggunakan sistem. Konstruksi serupa pada model dan teori lain asal sudut pandang semantik adalah kemudahan penggunaan yg dirasakan contoh penerimaan teknologi, kompleksitas atau model pemanfaatan PC serta teori difusi penemuan (Ghalandari, 2012). Kang dalam (Winata & Tjokrosaputro, 2022) mendefinisikan bahwa effort expectancy atau harapan usaha sebagai kemudahan penggunaan teknologi. Ketika kompleksitas menurun, pengguna cenderung melakukannya untuk meningkatkan. Pengguna cenderung menyukai teknologi yang didorong oleh kesederhanaan dengan efisiensi maksimal. Berdasarkan Alalwan dalam (Winata & Tjokrosaputro, 2022) Harapan Usaha adalah keinginan seseorang dalam penerimaan sistem baru yang diantisipasi dengan cara sistem yang hargaai secara positif, namun bagaimana caranya mudah untuk digunakan. Effort expectancy digambarkan sebagai tingkatan kenyamanan yang berhubungan dalam menggunakan sistem. dengan kata lain, harapan perusahaan adalah usaha setiap orang di penggunaan gadget untuk membantu menuntaskan tugasnya (Mathematics, 2016).

Dapat disimpulkan bahwa effort expectancy atau bisa disebut dengan harapan usaha yakni sebuah harapan seseorang atau individu yang berhubungan dengan sistem atau teknologi yang pastinya akan mempermudah penggunaannya dalam penggunaan dan berdampak positif bagi penggunaannya. Menurut (Puspa et al., 2021) Indikator yang dipergunakan ialah jelas dan mudah dipahami, dapat dikembangkan dengan mudah dalam pemanfaatannya, serta sederhana untuk digunakan. Maka pada penelitian ini indicator effort expectancy atau harapan usaha ialah (1) Kejelasan dalam menggunakan e-money (2) Tingkat kemahiran dalam pemanfaatan e-money (3) Tingkat kemudahan dalam pemanfaatan e-money (4) Tingkat kemudahan dalam menjelajahi e-money. Dengan menggunakan indicator tersebut yakni karena sudah relevan terhadap effort expectancy.

2.1.4 Social Influence (Pengaruh Sosial)

Social Influence, diartikan seseorang dapat mempengaruhi orang lain dengan menggunakan sistem atau teknologi baru Hartini & Afnisari dalam (Permana & Parasari, 2019). Social influence atau pengaruh sosial dimana tantangan pertama dalam mengeksplorasi gagasan pengaruh sosial adalah menciptakan pemahaman wacana apa dampak sosial, mengingat aneka macam cara di mana konsep telah dipelajari, baik menjadi kognitif proses dan manifestasi struktural Agarwal et al, Friedkin dan Johnsen dalam (Permana & Parasari, 2019). Social influence atau bisa disebut dengan pengaruh sosial merupakan cerminan dampak dari factor lingkungan seperti saran atau pendapat dari keluarga, sahabat, atau kerabat untuk mengadopsi sistem atau teknologi (Permana & Parasari, 2019). social influence atau disebut dengan pengaruh sosial didefinisikan sebagai perubahan dalam

kognisi, sikap, atau sikap seseorang, yang berasal dari individu atau kelompok lain (Raven, 2019). Menurut Wang serta Chou dalam (UNJ, 2017), social influence adalah sebagai cara individu memengaruhi individu lain untuk membuat keputusan atau perilaku

Dapat disimpulkan bahwa social influence atau bisa disebut dengan pengaruh sosial adalah seseorang atau individu memengaruhi atau dipengaruhi keputusan untuk berperilaku dalam menggunakan sistem atau teknologi baru. Menurut (Puspa et al., 2021) Indikator yang digunakan adalah kecenderungan orang lain untuk memikirkan, merasa perlu, dan memiliki kebiasaan untuk memanfaatkan teknologi baru. Maka dalam penelitian ini indicator sosial influence atau pengaruh sosial ialah (1) Pendapat orang penting tentang penggunaan e-money (2) Pendapat orang yang dipercaya tentang penggunaan e-money (3) Pendapat orang yang berbagi nilai tentang penggunaan e-money (4) Dukungan staf bank dalam penggunaan e-money (5) Dukungan bank yang saya kunjungi terhadap penggunaan e-money. Dengan menggunakan indicator tersebut yakni karena sudah relevan terhadap social influence.

2.1.5 Facilitating Condition (Kondisi yang Memfasilitasi)

Menurut Higgins dan Howell dalam (Soviah, 2019) Facilitating Condition diartikan seseorang yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis dalam meningkatkan sistem. Dengan demikian, adanya hubungan dari variabel pada stady terdahulu mengenai penerimaan dan pemanfaatan teknologi. Facilitating Condition atau bisa disebut dengan kondisi yang memfasilitasi merupakan faktor-faktor dalam lingkungan organisasi individu menganggap penyedia layanan harus

menyediakan dukungan untuk implementasi sistem atau teknologi Thompson dalam (Soviah, 2019). Menurut Venkatesh dalam (Los, n.d.) *facilitating condition* atau bisa disebut dengan kondisi yang memungkinkan mendefinisikan pada tingkat individu yang memiliki rasa percaya dalam pemanfaatan teknologi. pendapat lain dari Mayanti dalam (Los, n.d.) *facilitating condition* atau bisa disebut dengan kondisi yang memfasilitasi adalah dampak dari sumber daya yang diperlukan yang terdiri dari (konektivitas internet, memori di ponsel cerdas untuk mengunduh perangkat lunak) dan pemahaman yang diperlukan untuk terlibat dalam menjalankan melalui aplikasi yang ada di ponsel. Dan menurut Yusof R. dalam (Los, n.d.) *facilitating condition* atau bisa disebut dengan kondisi yang memfasilitasi didefinisikan seberapa tinggi levelnya kepercayaan para pelanggan .

Dapat disimpulkan *Facilitating Condition* atau bisa disebut dengan kondisi yang mempermudah penilaian seseorang mempercayai sesuatu atau individual kepada organisasi dalam penggunaan sistem atau teknologi baru yang mempercayai bahwa sistem tersebut berdampak baik dalam pengguna sistem atau teknologi. Adapun indikator *facilitating condition* menurut (Eni, 1967) yakni individu atau kelompok tertentu tersedia bantuan dengan kesulitan teknologi, instruksi khusus tentang teknologi tersedia untuk saya atau kita, bimbingan tersedia untuk saya atau kita dilingkungan pemilihan teknologi tersebut. Maka dalam penelitian ini indikator *facilitating conditions* atau kondisi yang memfasilitasi ialah (1) Kepemilikan sumber daya yang dibutuhkan untuk penggunaan e-money (2) Kepemilikan pengetahuan pengguna dalam menggunakan e-money (3) Adanya kepemilikan panduan tersedia untuk menggunakan e-money (4) Adanya dukungan orang

tertentu untuk membantu jika kesulitan menggunakan e-money. Dengan menggunakan indicator tersebut ialah karena sudah relevan terhadap facilitating condition.

2.1.6 Behavioral Intention (Niat Berpilaku)

Behavioral Intention atau bisa disebut dengan Niat Berpilaku merupakan pertimbangan seberapa besar keinginan seseorang untuk pemanfaatan sesuatu perangkat lunak atau teknologi menurut Davis dalam (Soviah, 2019). Behavioural Intention diartikan sejauh mana seseorang telah mengembangkan rencana untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan rencana tersebut dimasa depan, menurut Cabrera-Sánchez dalam (Cantika Surabaya, 2021). Behavioral Intention atau bisa disebut Mowen dalam (Guna et al., 2019) sebagai dorongan konsumen untuk berperilaku dalam mencari, mengelola dan menggunakan produk atau jasa. Pendapat lain dari Olsen dalam (Guna et al., 2019) Behavioral Intention diartikan sebagai sebuah pernyataan yang mengaitkan diri dengan tindakan yang akan datang nantinya. Dan pendapat lain dari Anderson dalam (Guna et al., 2019) Behavioral Intention merupakan hasil dari proses kepuasan, yang dapat dikelompokkan menjadi perilaku hemat dan perilaku sosial.

Dapat disimpulkan Behavioral Intention, sebuah niat atau perilaku seseorang atau individu dalam melakukan sebuah rencana atau proses kepuasan untuk dampak yang baik bagi organisasi. Menurut Abrahao dalam (Puspa et al., 2021) Indikator yang digunakan adalah niat untuk menggunakan, resiko kegagalan dan ketidakberhasilan. Maka dalam penelitian ini indicator behavioral intention atau niat pelaku ialah (1) Rencana menggunakan e-money di masa mendatang (2) Minat

menggunakan e-money saat membeli barang (3) Rencana untuk sering menggunakan e-money dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan indikator tersebut ialah karena sudah relevan terhadap behavioral intention.

2.1.7 Use Behavior (Menggunakan Perilaku)

Use Behavior atau bisa disebut menggunakan perilaku didefinisikan sebagai perilaku penggunaan sistem atau teknologi baru (use behavior) menjelaskan sebagai seberapa intens individu memanfaatkan sistem atau teknologi informasi (Ramdhani et al., 2017). Purwanto & Loisa (2020) menyatakan bahwa niat individu sangat menentukan perilaku pengguna. Perilaku menjelaskan keinginan individu dalam melakukan tindakan tertentu, Gunakan perilaku memprediksi tindakan yang sesuai selama orang tersebut dapat mengambil tindakan secara sukarela. Use Behavior atau bisa disebut dengan menggunakan perilaku didefinisikan keadaan tingkatan atau ukuran (intensitas) pengguna pada menggunakan suatu sistem atau teknologi baru (Sovich, 2019). Pendapat lain dari (Cantika Surabaya, 2021) Use Behavior atau bisa disebut dengan menggunakan perilaku didefinisikan merefleksikan pandangan terhadap sistem dan kemungkinan penggunaannya di masa mendatang. Dan pendapat lain (Wicaksana A, 2022) Use Behavior diartikan perilaku atau sikap dari pengguna sistem bergantung di evaluasi penggunaan dari sistem atau teknologi tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa Use Behavior atau bisa disebut menggunakan perilaku diartikan sebagai perilaku individu dalam penggunaan dan bergantung pada sistem atau teknologi baru. Adapun indikator menurut (Aji, 2017) yakni intensitas pengguna ialah seberapa sering pengguna menggunakan sistem atau

teknologi tersebut. Maka dalam penelitian ini indicator use bahavior atau menggunakan perilaku ialah (1) Tingkat penggunaan e-maney (2) Manfaat e-maney dalam mengelola akun pribadi (3) Manfaat e-money untuk melakukan transaksi (4) Mendaftar e-maney untuk sistem pembayaran digital. Dengan menggunakan indicator tersebut ialah karena sudah relevan terhadap use behavior.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Performance Expectancy (Ekspetasi Kinerja) dan Behavioral Intention

(Niat Perilaku)

Performance Expectancy adalah merujuk pada keyakinan individu dalam memanfaatkan sistem serta meningkatkan kinerja-kinerjanya (Ghalandari, 2012). m-payment ialah sebuah alat pembayaran nontunai dengan menggunakan perangkat ponsel yang menggunakan media teknologi. Menurut (Ghalandari, 2012) melakukan survei terhadap 310 pengguna m-payment di Iran dan mengidentifikasi ekspektasi kinerja memiliki dampak yang signifikan pada niat perilaku pengguna. Ali Sair (Hung et al., 2019) mengkonfirmasi pengaruh ekspektasi kinerja pada niat perilaku terhadap mobile banking di Pakistan. Jadi kesimpulannya harapan kinerja berhubungan dengan niat perilaku, dalam pengguna m-payment.

Performance Expectancy merupakan ukuran seberapa seseorang pada kemampuan sistem teknologi ShopeePay untuk meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Niat perilaku memiliki peran yang kuat dalam menerima isu-isu sistem, seperti yang disebutkan oleh (Hafifah et al., 2022), dimana harapan kinerja mempunyai dampak positif dan signifikan pada niat perilaku terhadap sistem teknologi ShopeePay. Dengan demikian, hasil study memaparkan bahwa harapan

kinerja memengaruhi niat perilaku penggunaan Shopeepay.

Performance Expectancy yaitu seberapa yakin individu dalam pemanfaatan sistem serta meningkatkan kinerja pekerjaanya (Ghalandari, 2012). Go-Pay adalah platform uang elektronik sebagai anak perusahaan dari perusahaan Go-Jek yang menyediakan opsi pembayaran melalui layanan mereka saat menggunakan aplikasi gojek, transaksi Go-Pay belum diperluas hanya di aplikasi Go-Jek, tetapi juga diterima oleh pedagang offline dan online lainnya. sejauh mana menggunakan Go-Pay untuk bertransaksi akan memberikan keuntungan kepada konsumen dalam penggunaan terus menerus (Nuriska et al., 2018). Hal ini menjelaskan harapan kinerja mempunyai dampak positif dan signifikan pada niat perilaku terhadap sistem teknologi Go-Pay. Dengan demikian, ditemukan bahwa harapan kinerja memengaruhi niat perilaku pengguna GoPay.

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa artikel diatas yang meenjelaskan bahwa keterkaitan antara performance expectancy dengan behavioral intention memiliki dampak yang signifikan karena ekspetasi kinerja yang dirasakan meningkatkan produktivitas sehingga memiliki keinginan niat untuk menggunakan teknologi baru tersebut atau sistem tersebut.

H1: performance expectancy atau ekspetasi kinerja (X1) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention atau niat perilaku (Y1)

2.2.2 Effort Expectancy (Harapan Usaha) dan Behavioral Intention (Niat Berprilaku)

Kang dalam (Winata & Tjokrosaputro, 2022) mendefinisikan bahwa effort

expectancy atau harapan usaha sebagai kemudahan penggunaan teknologi. m-payment ialah sebuah alat pembayaran nontunai dengan menggunakan perangkat ponsel yang menggunakan media teknologi. Pembayaran mobile atau m-payment merupakan aplikasi modern perdagangan elektronik. Negara kamboja memandang bahwa penggunaan m-payment dapat membantu meningkatkan keamanan keuangan. Begitu pula dengan Fadzil (Hung et al., 2019) menegaskan peran harapan usaha terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi seluler dalam m-payment. Hasil penelitian menunjukkan effort expectancy mempengaruhi behavioral intention, Pada pengguna m-payment.

Effort expectancy digambarkan dengan kenyamanan yang berhubungan dengan pemanfaatan sistem (Mathematics, 2016). ShoopeyPay adalah layanan dompet digital yang ada dalam aplikasi Shopee. Anda dapat menggunakannya untuk bertransaksi seperti membayar pembelian barang bisa langsung tranfer melalui shopeePay. Dalam penelitian (Hafifah et al., 2022) memaparkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari harapan akan upaya terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi shopeepay. Dalam penggunaan ShopeePay dalam transaksi sangat memudahkan masyarakat kota Denpasar dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan akan usaha atau upaya memengaruhi niat perilaku, Pada pengguna ShopeePay

Effort expectancy merupakan taraf kenyamanan yg dirasakan dalam menggunakan sistem (Ghalandari, 2012). Go-Pay adalah platform uang elektronik sebagai anak perusahaan dari perusahaan Go-Jek, saat ini opsi pembayaran melalui Go-Pay tersedia aplikasi Go-Jek. Transaksi dari Go-Pay belum diperluas hanya di

aplikasi Go-Jek, tetapi juga diterima oleh pedagang offline dan online lainnya. sejauh mana menggunakan Go-Pay untuk bertransaksi akan memberikan keuntungan kepada konsumen dalam penggunaan terus menerus (Nuriska et al., 2018). Hal ini menjelaskan performance expectancy mempunyai dampak positif dan signifikan pada behavioral intention terhadap sistem teknologi Go-Pay. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan usaha atau upaya memengaruhi niat perilaku, Pada pengguna GoPay.

Maka dapat disimpulkan dari beberapa artikel diatas menyimpulkan bahwa hubungan antara effort expectancy pada behavior intention yakni terbukti berpengaruh signifikan karena kenyamanan yang dirasakan meningkatkan produktivitas sehingga memiliki keinginan niat untuk menggunakan suatu teknologi baru atau sistem baru.

H2: effort expectancy atau harapan usaha (X2) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention atau niat perilaku (Y1)

2.2.3 Social Influence (pengaruh sosial) dan Behavioral Intention (niat berperilaku)

Social influence atau bisa disebut dengan pengaruh sosial merupakan cerminan dampak dari factor lingkungan seperti mendapatkan saran atau pendapat dari keluarga, sahabat, atau kerabat untuk mengadopsi sistem atau teknologi (Permana & Parasari, 2019). Dalam penelitian (Tusyanah et al., 2021) Social Influence terhadap behavior intention untuk pengguna e-Wallet seperti seorang siswa menggunakan transaksi non tunai atau aplikasi e-wallet, Jika temannya

menggunakan e-wallet maka dia juga akan menggunakan e-wallet karena, teman-teman dapat dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. E-wallet ialah sebuah dompet gital yang memiliki beberapa kegunaan seperti transaksi online. Jadi hasil stady ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak pada niat perilaku, Pada pengguna e-wallet.

Social Influence atau Pengaruh sosial yang menjelaskan bahwa dalam adopsi teknologi baru, konteks sosial pengguna sangat penting. M-banking ialah sebuah layanan untuk nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel. Dalam penelitian (Purwanto & Loisa, 2020), menyatakan bahwa pengaruh sosial mempengaruhi niat untuk menggunakan m-banking. jika orang terdekat atau berpengaruh masyarakat mengatakan bahwa penggunaan m-banking sangat membantu, maka nasabah akan cenderung mengikuti untuk menggunakan teknologi tersebut. Jadi, penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial memengaruhi niat perilaku ,Pada pengguna m-banking

Dalam penelitian (Aktual et al., 2019) Social influence atau bisa disebut dengan pengaruh sosial terhadap behavioral intention terhadap Go-Pay ini bisa diartikan menjadi taraf dimana dampak lingkungan sekitar (family , kerabat, sahabat, dan warga) yang memakai Go-Pay menyampaikan dukungan dari individu lain dalam memanfaatkan layanan pembayaran dan dapat sangat mempengaruhi individu. Seseorang cenderung lebih mudah terpengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, terutama jika mereka di dorong untuk menggunakan sesuatu seperti sistem baru. Hal ini memberikan bahwa galat satu faktor dari niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru tergantung pada adanya dukungan

atau anjuran berasal orang terdekatnya. Jadi hasil study tersebut bahwa social influence berpengaruh pada behavioral intention, Pada pengguna GoPay.

Maka dapat disimpulkan dari beberapa artikel diatas yang menunjukkan hubungan antara social influence terhadap behavioral intention berpengaruh secara signifikan karena pengaruh lingkungan sosial yang menyakini calon pengguna teknologi baru mendorong munculnya rasa niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

H3: social influence atau pengaruh sosial (X3) berpengaruh positif pada behavioral intention atau niat perilaku (Y1).

2.2.4 Facilitating Condition (kondisi yang memfasilitasi) dan Behavioral

Intention (niat berperilaku)

Facilitating conditions atau bisa disebut dengan kondisi yang memfasilitasi artinya adanya fasilitas yang mendukung pada menggunakan sebuah sistem teknologi. Kondisi yang memfasilitasi mengacu pada kepercayaan seseorang dalam hal teknis infrastruktur yang dapat mendukung penggunaan teknologi. Ketika infrastruktur siap digunakan, fasilitasi kondisi datang sebagai panduan, bantuan dan pelatihan yang melayani sebagai sarana untuk mendukung sistem. Beberapa peneliti juga mendukung bahwa kondisi yang memfasilitasi di konteks penggunaan teknologi, seperti Mobile Payment atau pembayaran mobile, memiliki pengaruh pada niat berperilaku (Rosnidah et al., 2019). Jadi, temuan dari penelitian menunjukkan kondisi memfasilitasi memperoleh dampak pada niat perilaku, Pada pengguna m-payment.

Dalam penelitian (Purwanto & Loisa, 2020) menemukan bahwa Fasilitas kondisi merupakan faktor signifikan m-banking di Pakista. serta rakyat minat dalam menggunakan m-banking karena kondisi yang sangat memfasilitasi. Penelitian tersebut menjelaskan mereka termasuk pelatihan gratis, dukungan gratis, dan panduan yang diberikan gratis oleh perusahaan kepada pengguna teknologi atau sistem. Dengan demikian kondisi yang memudahkan akan mempengaruhi individu untuk mengadopsi sistem atau aplikasi teknologi (niat untuk menggunakan) untuk mempromosikan kegiatan mereka. Jadi, penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki dampak pada niat perilaku, Pada pengguna m-banking.

Dalam penelitian (Prasetyo et al., 2022) menjelaskan facilitating conditions artinya dampak asal sumber daya yg diharapkan seperti internet, kapasitas penyimpanan, perangkat lunak, dan pengetahuandapat niat penggunaan teknologi. Fasilitas pendukung untuk penggunaan GoPay, seperti smartphone, akses internet, dan lokasi pengisian saldo, juga berpengaruh. Di sisi lain, kemudahan dalam melakukan pengisian saldo GoPay melalui berbagai cara seperti kartu kredit, ATM, minimarket, dan melalui driver ojek online juga meningkatkan minat menggunakan GoPay. Jadi, penelitian memaparkan kondisi yang memfasilitasi mempunyai dampak pada niat perilaku, Pada pengguna GoPay.

Maka dapat disimpulkan dari beberapa artikel diatas yang menunjukkan bahwa hubungan antara facilitating condition terhadap beavioral intention berpengaruh signifikan karena fasilitas yang terdapat pada teknologi tersebut seperti memudahkan pengguna yang dirasakan mendorong munculnya rasa niat untuk

menggunakan teknologi tersebut.

H4: facilitating condition atau kondisi yang memfasilitasi (X4) berpengaruh positif pada behavioral intention atau niat perilaku (Y1).

2.2.5 Behavioral Intention (niat berperilaku) dan Use Behavioral (menggunakan perilaku)

Dalam penelitian (Aktual et al., 2019) Behavioural intention berarti niat individu dalam memanfaatkan sistem dimasa mendatang. Individu akan memilih dalam pemanfaatan sistem asalkan ia memiliki harapan untuk menggunakan sistem tersebut. Peran behavioural intention menjadi prediktor use behaviour diterima secara umum dalam berbagai model penerimaan teknologi oleh pengguna. Seperti tingginya tingkat variable behavioural intention mencerminkan tingginya tingkat sikap penggunaan aktual layanan GoPay. Jadi hasil penelitian tersebut bahwa behavioral intention berpengaruh pada use behavioral, Pada pengguna GoPay.

Dalam penelitian (Hafifah et al., 2022) variabel behavioral intention ada dampak positif menggunakan variable user behavior. Dalam penelitian ini, interpretasi menunjukkan variabel behavioral intention memiliki dampak pada user behavior atau pandangan seseorang terhadap pengguna fintech ShopeePay, yang dapat mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan fintech tersebut. Dengan ini menggambarkan semakin besar niat atau sikap individu, dengan ini semakin tinggi minat mereka dalam menggunakan Fintech ShopeePay di masyarakat Kota Denpasar. Jadi hasil penelitian tersebut bahwa behavioral intention berpengaruh pada use behavioral, Pada pengguna ShopeePay.

Dalam penelitian (Rizkiana, n.d.) OVO memiliki dua kategori grup dengan sistem yang berbeda, yaitu OVO Club dan Perdana OVO. OVO Club tidak terdaftar layanan uang elektronik. Sedangkan OVO Premier adalah klasifikasi dari OVO keanggotaan dengan elektronik terdaftar layanan uang, artinya pengguna dapat mengisi daya saldo uang elektronik dan dapat melaksanakan transaksi keuangan seperti penarikan uang tunai, transfer dana, dan keuangan lainnya transaksi. OVO berpengaruh positif terhadap dalam pemanfaatan smartphone untuk pembayaran memungkinkan proses transaksi menjadi cepas dan mudah, serta lebih aman dari ancaman pencurian dan uang palsu. Namun, penggunaan OVO juga bisa berisiko karena kadang-kadang sinyal tidak stabil, mengakibatkan gangguan dalam transaksi pembayaran. Jadi hasil penelitian tersebut bahwa behavioral intention berpengaruh pada use behavioral, Pada pengguna OVO.

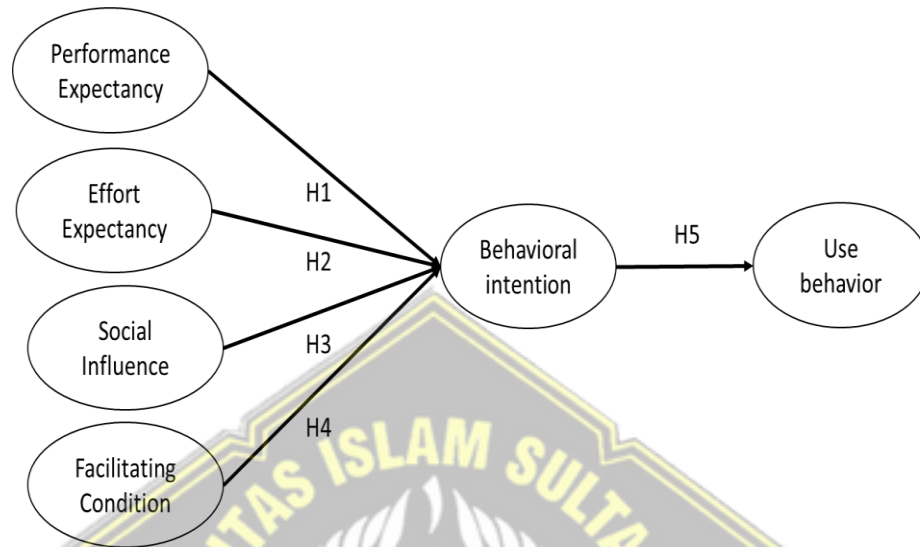
Maka dapat disimpulkan dari beberapa artikel diatas perilaku penggunaan dipengaruhi oleh niat perilaku yang mendasarinya yakni terbukti berpengaruh signifikan karena dengan menggunakan teknologi yang beragam menggambarkan seseorang akan terpengaruh dan memanfaatkan suatu hal pengguna yang positif untuk dilakukan.

H5: behavioral intention atau niat berperilaku (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap use behavioral (Y2) atau menggunakan perilaku.

2.2.6 Kerangka Pemikiran

Dari berbagai literatur yang telah disusun sebelumnya, kerangka pemikiran tentang variabel-variabel yang memengaruhi behavioral intention dan use behavioral sebagai berikut:

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Model Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut dapat diskripsikan untuk mendorong *Use Behavior* dibutuhkan peningkatan dalam *Behavioral Intention* dan untuk meningkatkan *Behavior Intention* dibutuhkan peningkatan dalam *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam sebuah obyek suatu penelitian akan menemukan jenis stady yang dipergunakan, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

3.2 Populasi dan Sempel

3.2.1 Populasi

Ferdiand dalam (Pricilia, 2022) menyatakan populasi artinya campuran dari beberapa faktor yang menyebabkan peristiwa atau individu dengan karakteristik serupa menjadi fokus penelitian dan dianggap sebagai semensta. Dalam stady ini, para pengguna teknologi e-money di Jawa Tengah yang memiliki aplikasi e-money, pernah melaksanakan tranksaksi lebih 10 kali, dengan usia minimal 15 tahun yakni populasi yang akan diteliti.

3.2.2 Sempel

Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) menyatakan sampel artinya rekomendasi pembentukan sampel yang mewakili populasi . teknik dalam pengambilan sampel dipilih untuk penelitian ini yakni “Purposive Sampling” dengan alasan menggunakan teknik tersebut yakni penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) mengungkapkan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memperhitungkan kriteria yang telah ditetapkan secara subjektif oleh peneliti. Dalam penelitian ini, kriteria tersebut

mencakup individu pengguna e-money yang telah melakukan setidaknya lima transaksi menggunakan e-money dalam satu tahun terakhir, berusia minimal 15 tahun, dan tinggal di Pati, Jawa Tengah.

Jumlah pasti populasi pada penelitian tidak dapat diketahui. Maka panduan untuk ukuran sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16 = 385 \text{ orang}$$

keterangan

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = *margin eror* 5%

Menurut (Sugiyono, 2019), mendapatkan perhitungan dalam bentuk pecahan dengan koma, sebaiknya di bulatkan ke atas, agar penelitian ini menghasilkan instrument pengumpulan data yang baik dan mengantisipasi

terjadinya data yang tidak layak digunakan pada pengolahan data, dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 385 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) mengungkapkan data pada penelitian ini menjadi dua jenis, ialah data primer serta data sekunder. Oleh karena itu, study ini memanfaatkan kedua jenis data tersebut.

3.3.1 Data Primer

Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) Data Primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung. Dengan artian, data primer yang dipergunakan adalah tanggapan dari 100 responden yang telah menggunakan e-money di Pati minimal 5 dalam kurun 1 tahun terakhir. Data primer ini berisi jawaban dari kuesioner yang mengenai identitas dan pandangan mereka terhadap indikator-indikator variabel penelitian seperti performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, behavioral intention, dan use behavior.

3.3.2 Data Sekunder

Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) mengungkapkan data sekunder informasi data yang sudah ada. Data sekunder ini didapatkan dari pihak lain dan seringkali berupa hasil penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berasal dari penelitian yang ditemukan melalui internet dan studi kepustakaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

akumulasi data pada penelitian ini dilakukan melalui penggunaan kuesioner sebagai metode utama. Menurut Ferdiand dalam (Pricilia, 2022) kuesioner ialah sekumpulan pertanyaan diaplikasikan untuk mendapatkan jawaban responden. Di dalam penelitian ini terdapat pertanyaan mengenai jawaban responden dari pertanyaan indikator di setiap variabel. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang disampaikan melalui formulir online, yang akan disebar kepada calon responden yang merupakan pengguna e-money di wilayah Pati. Dengan demikian dilakukannya pengumpulan data responden yang ramah lingkungan dan efisien.

3.5 Variabel dan Indikator

Pada penelitian ini melibatkan enam variabel, yakni performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, behavioral intention dan use behavior sebagai berikut

Tabel 3 1 Devinisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Outher
1.	Performance Expectancy atau disebut adalah seberapa yakin seseorang bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka mencapai kinerja yang menguntungkan.	<ul style="list-style-type: none">• Kemanfaatan pribadi e-money.• Dukungan e-money dalam mempercepat menyelesaikan tugas.• Dukungan e-money dalam meningkatkan efisiensi penyelesaian tugas	<ul style="list-style-type: none">• Saya merasa e-money bermanfaat bagi saya.• e-money membantu saya menyelesaikan tugas lebih cepat.• e-money meningkatkan efisiensi saya dalam melakukan	(Ghalandari, 2012)

	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan e-money dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan. • Dukungan e-money dalam meningkatkan kinerja individu. 	<ul style="list-style-type: none"> • tugas terkait bank. • e-money meningkatkan kualitas layanan perbankan. • e-money meningkatkan kinerja saya. 	
2. Effort expectancy atau disebut dengan harapan usaha merupakan taraf kenyamanan yg dirasakan dalam menggunakan sistem	<ul style="list-style-type: none"> • Kejelasan dalam menggunakan e-money • Tingkat kemahiran dalam menggunakan e-money • Tingkat kemudahan dalam menggunakan e-money • Tingkat kemudahan dalam menjelajahi e-money. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan fitur dalam aplikasi e-money sudah jelas bagi saya • Saya mahir menggunakan e-money • Saya mudah belajar menggunakan e-money • Mudah bagi saya untuk menjelajahi e-money dan melakukan apa yang saya inginkan. 	(Ghalandari, 2012).
3. Social Influence atau disebut dengan pengaruh sosial diartikan sejauh mana seseorang mempengaruhi orang lain dengan menggunakan sistem atau teknologi baru	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapat orang penting tentang penggunaan e-money • Pendapat orang yang dipercaya tentang penggunaan e-money • Pendapat orang yang berbagi nilai tentang 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut pendapat orang yang penting bagi saya, sebaiknya saya menggunakan e-money • Orang yang mempengaruhi saya percaya bahwa saya harus menggunakan e-money 	(Permana & Parasari, 2019)

	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan staf bank dalam penggunaan e-money • Dukungan bank yang saya kunjungi terhadap penggunaan e-money. 	<ul style="list-style-type: none"> • Orang yang berbagi nilai dengan saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan e-money • Staf bank berusaha membantu saya menggunakan e-money • Bank yang saya kunjungi mendukung penggunaan e-money.
<p>4. Facilitating Condition atau bisa disebut kondisi yang memfasilitasi diartikan sejauh mana seorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung sistem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan e-money. • Kepemilikan pengetahuan pengguna dalam menggunakan e-money • Adanya kepemilikan panduan tersedia untuk menggunakan e-money • Adanya dukungan orang tertentu untuk membantu jika kesulitan menggunakan e-money. 	<p>(Soviah, 2019)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya memiliki sumber daya untuk menggunakan teknologi e-money. • Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan teknologi e-money • Saat saya membutuhkan bantuan untuk menggunakan teknologi e-money, panduan tersedia untuk saya • Orang tertentu tersedia untuk membantu jika kesulitan menggunakan teknologi e-money.

<p>5. Behavioral Intention atau bisa disebut dengan Niat Pelaku merupakan pertimbangan seberapa kuat niat seseorang untuk menggunakan suatu perangkat lunak atau teknologi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rencana menggunakan e-money di masa mendatang. • Minat menggunakan e-money saat membeli barang. • Rencana untuk sering menggunakan e-money dalam kehidupan sehari-hari 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berencana menggunakan e-money di masa mendatang. • Saya bermaksud menggunakan e-money saat membeli barang. • Saya berencana untuk sering menggunakan e-money dalam kehidupan sehari-hari. 	<p>(Soviah, 2019).</p>
<p>6. Use Behavior diartikan perilaku atau sikap dari pengguna sistem bergantung di evaluasi penggunaan dari sistem atau teknologi tersebut</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penggunaan e-money. • Manfaat e-money dalam mengelola akun pribadi • Manfaat e-money untuk melakukan transaksi. • Mendaftar e-money untuk sistem pembayaran digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya selalu menggunakan e-money • Saya menggunakan e-money untuk mengelola akun e-wallet saya. • Saya menggunakan e-money untuk melakukan transaksi. • Saya mendaftar e-manoy yang dirancang khusus untuk sistem pembayaran digital. 	<p>(Wicaksana A, 2022)</p>

3.6 Teknis Analisis

Dalam menyokong penelitian ini dalam menjawab permasalahan yang ada, dipergunakan teknik analisis data dan pengujian hipotesis. Dengan menggunakan

analisis data kuantitatif, yang melibatkan perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan, serta penjelasan terhadap hasilnya.

3.6.1 Uji Instrumen

A. Uji Validitas

Menurut Ferdinand dalam (Pricilia, 2022) uji validitas adalah proses dalam menilai alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur variabel yang dituju. Validitas kuesioner pada penelitian dapat dikonfirmasi melalui uji validitas. Menurut Ghazali dalam (Pricilia, 2022), sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya dapat memperjelas data yang akan diukur dalam penelitian. Salah satu metode untuk menguji validitas adalah dengan melihat korelasi total item yang telah disesuaikan, yakni mengoreksi skor total diperoleh dengan menjumlahkan semua skor pertanyaan. Maka dari itu pada uji validitas ini menggunakan program SPSS. Agar ketika di uji validitas dapat dikatakan benar dengan:

❖ Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan sebesar 5%, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.

❖ Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% maka kuesioner dikatakan tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, (2018), uji reliabilitas ialah metode dipergunakan menilai sejauh mana kuesioner dapat diandalkan sebagai indikator dari variabel yang diukur. Kuesioner dianggap reliabel dan dapat dipercaya jika jawaban dari responden konsisten. Uji reliabilitas dipergunakan dalam

mengevaluasi konsistensi hasil survey. Jawaban yang dianggap reliabel jika setiap pertanyaan dijawab secara konsisten , dan tidak secara sembarangan . untuk melakukan uji reabilitas dengan melihat *Cronbatch Alpha* dengan bantuan SPSS, dengan kriteria pengujian seperti :

- ❖ Jika nilai Alpha lebih besar dari 0,6 maka pertanyaan atau kuesioner yang dipergunakan dalam mengukur variabel dianggap reliabel.
- ❖ Jika nilai Alpha kurang dari 0,6 maka pertanyaan atau kuesioner yang dipergunakan dalam mengukur variabel tersebut tidak reliabel.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas dipergunakan dalam memverifikasi apakah variabel residual dalam model regresi mempunyai distribusi yang normal. Metode yang digunakan dalam menguji data yang berdistribusi normal yaitu memanfaatkan grafik *normal probability-plot*. Keputusan di ambil berdasarkan perbandingan antara pola distribusi data aktual dengan pola distribusi normal. Apabila titik data tersebar mengikuti garis diagonal yang mencerminkan pola distribusi normal. Model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika titik data tersebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi dianggap tidak memenuhi asumsi normalitas.

B. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas, seperti yang dijelaskan oleh (Ghozali, 2018), bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Apabila ada korelasi signifikan antara variabel bebas, sehingga dinyatakan terjadi multikolonieritas. Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan menganalisis matrik hubungan antara variabel bebas atau dengan memperhatikan nilai toleransi atau faktor inflasi varian (VIF). Aturan umum dalam pengujian multikolonieritas adalah dengan mengevaluasi nilai toleransi dan VIF yakni bisa mendeteksi dengan adanya multikolonieritas dengan sebagai berikut :

- ❖ apabila tolerance lebih besar dari 10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi dianggap tidak mengalami multikolonieritas.
- ❖ Apabila tolerance kurang dari 10 dan nilai VIF lebih dari 10, maka terdapat indikasi adanya multikolonieritas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Pricilia, 2022) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah dalam memeriksa apakah ada ketidaksamaan dalam varians residual dari satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam model regresi. maka model masih memenuhi asumsi homoskedastisitas. Namun , jika varians residual bervariasi antara pengamatan satu dan pengamatan lainnya, maka terdapat heteroskedastisitas. Ghozali, (2018) menyatakan bahwa model regresi dianggap ideal ketika tidak terdapat i heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas memanfaatkan scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (Z PRED) dengan residualnya (S RESID) dalam pengujian ini. Tujuannya adalah untuk memeriksa apakah terdapat pola yang khas antara sumbu Y (Variabel terikat yang di prediksi dan sumbu X ialah resudal (Y presdiksi- T realita) yang sudah pada studentized. Berdasarkan analisis berikut ini:

- ❖ Jika terdapat pola telatur yang terbentuk oleh titik-titiknya, itu menunjukkan adanya heteroskesdastisitas.
- ❖ Jika polanya tidak jelas dan titik-titik tersebar secara luas mendekati nilai nol pada sumbu Y, dengan ini tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) analisis regresi linear mengacu pada hubungan liner antara dua variabel atau lebih, dimana variabel independent mempengaruhi variabel dependen, yakni dengan menguji pengaruh variabel independent *Performance Expectancy (X1)*, *Effort Expectancy (X2)*, *Social Influence (X3)*, *Facilitating Condition (X4)*, *Behavioral Intention (Y1)*, *Use Behavior (Y2)*. Dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$Y1 = \beta_1X1 + \beta_2X2 + \beta_3X3 + \beta_4X4 + \beta_5X5 + e$$

$$Y2 = \beta_6Y1 + e$$

Keterangan:

Y1 = Behavioral Intention

Y2 = Use Behavior

X1 = Performance Expectancy

X2 = Effort Expectancy

X3 = Social Influence

X4 = Facilitating conditions

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = eror

3.6.3 Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit Model*)

Peneliti akan melakukan dua uji kelayakan model untuk menilai apakah model yang disajikan telah memenuhi kriteria yang baik atau tidak.

A. Uji Statistik F

Menurut (Ghozali, 2018), kecocokan atau kelayakan model dapat dinilai melalui uji statistic F. Model dianggap memenuhi syarat ketika nilai F yang dihitung lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,005. Dengan demikian, disimpulkan berikut ini :

- ❖ Jika nilai signifikansi probabilitas kurang dari 0,005 dan f hitung lebih besar dari f tabel, maka disimpulkan semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen.
- ❖ Jika nilai signifikansi probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 dan f hitung lebih kecil dari f tabel, dengan ini disimpulkan semua variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018), uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen memaparkan variasi variabel dependen, baik parsial ataupun simultan, serta dalam pengujian kecocokan model regresi. Semakin tinggi nilai R^2 atau mendekati nilai 1, semakin baik kemampuan variabel independen untuk mempengaruhi data. Dan sebaliknya, semakin rendah nilai R^2 atau mendekati 0, semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen.

Namun, kekurangan koefisien determinasi adalah adanya bias terhadap jumlah variabel independen dalam model. Nilai R^2 cenderung meningkat tanpa mempertimbangkan apakah variabel independen memiliki dampak signifikan. Maka disarankan untuk menggunakan nilai Adjusted R

3.6.4 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali dalam (Pricilia, 2022) rumus hipotesis harus diuji melewati uji statistik t. Uji hipotesis dilaksanakan dengan menggunakan uji statistik, yaitu uji t dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dari $df = n - K - 1$, nilai t_{tabel} , kemudian dibandingkan dengan nilai t_{hitung} yang dihasilkan. Dari perbandingan kedua nilai t tersebut, akan mendapatkan hipotesis yang diterima atau ditolak. Dengan kriteria adalah:

- 1) Tetapkan Hipotesis H_0 dan H_a
 - a. $H_0 : \beta_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel independent terhadap variabel dependen

b. $H_0 : \beta_i \neq 0$, adanya pengaruh signifikan variable independent terhadap variable dependen

2) Kriteria pengujian

a. H_0 diterima atau H_a ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probability value (signifikan) $> 0,05$

b. H_0 ditolak atau H_a diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probability value (signifikan) $< 0,05$



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian

Fokus penelitian ini ialah mereka yang memanfaatkan e-money. Study ini dijalankan di Jawa Tengah. Kuesioner sebanyak 400 berhasil dikumpulkan melalui pendistribusian google form. Dari 363 responden yang diambil sebagai sampel, data dari berbagai pertanyaan memberikan gambaran kondisi mereka. Katogori yang diterapkan pada responden bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai profil mereka sebagai objek penelitian. Berikut adalah penyajian data karakteristik responden secara lengkap pada penelitian ini.

4.1.1 Gambaran Umum Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi didapat dari penyebaran kuesioner melalui Google Form, di hasilkan tabulasi distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin (N=363)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	102	28
2	Perempuan	261	72
	Total	363	100

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Dari tabel 4.1,terlihat dari 363 responden pengguna di Jawa Tengah, Sebagian besar responden adalah perempuan, mencapai 72% atau 270 orang,

sementara laki-laki hanya sebanyak 28% atau 130 orang responden. Data ini menunjukkan bahwa minat perempuan dalam menggunakan layanan layanan E-money lebih tinggi dikarenakan perempuan lebih cenderung tidak mau ribet dalam pembayaran di bandingkan laki laki. Pembayaran e-money relative mudah atau praktis dan cepat tanpa perlu membawa uang tunai.

4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Teknologi E-money yang

Digunakan

Informasi didapat dari penyebaran kuesioner melalui Google Form, di hasilkan tabulasi distribusi karakteristik responden berdasarkan teknologi e-money yang diperoleh adalah:

Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Teknologi E-money yang Digunakan

No	Jenis E-money (N=363)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Mobile banking	223	62
2	Gojek	13	3
3	ShopeePay	101	28
4	Lainnya	26	7
Total		363	100

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Data tercantum dalam tabel 4.2, terlihat dari total 262 responden yang menggunakan layanan e-money di Jawa Tengah yang terbanyak adalah menggunakan teknologi e-money Mobile Banking dengan presentase 62% atau

jumlah sebesar 223 orang responden. Hal tersebut dikarenakan layanan pada mobile banking (e-money) memenuhi harapan pengguna. Selain itu terdapat fitur-fitur dari teknologi yang lebih memudahkan pengguna menjadikan lebih praktis dan hemat waktu.

4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan

Informasi yang ddikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form, di hasilkan tabulasi distribusi karakteristik responden berdasarkan Pendidikan berikut ini:

Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan (N=363)	Jumlah Responden	Presentase(%)
1	SMP	7	2
2	SMA/SMK	48	13
3	Mahasiswa	247	68
4	Diploma	10	3
5	Sarjana	51	14
	Total	363	100

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Dari tabel 4.3, 363 responden pengguna di Jawa Tengah ,yang paling dominan dalam latar belakang pendidikannya ialah mahasiswa dengan presentase 68% atau jumlah sebesar 247 orang responden. Hal tersebut karena e-money berhasil menciptakan stimulus seperti promosi yang membuat mahasiwa tergiur

berbelanja, mudah dipergunakan, mampu menghemat waktu dalam berbelanja, hal tersebutlah membuat mahasiswa sering menjalankan transaksi melalui e-money.

4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Data dihasilkan dengan menyebarkan kuesioner Google Form menghasilkan i karakteristik responden dari segi usia yaitu dibawah ini:

Tabel 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
(N=363)			
1	15-20 tahun	75	21
2	>20-25 tahun	248	68
3	>25-30 tahun	22	6
4	>30 tahun	18	5
Total		363	100

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Dari tabel 4.4 , 363 responden pengguna di Jawa Tengah yang terbanyak oleh responden yang mempunyai rentang usia lebih dari 20 - 25 tahun menyumbang sebanyak 68% responden, atau sebanyak 248 orang. Fenomena ini mungkin terjadi karena pada rentang usia tersebut, individu cenderung lebih terbiasa dengan teknologi, yang membuat mereka lebih tertarik atau cenderung untuk melakukan transaksi melalui e-money karena lebih praktis dan cepat.

4.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-money

Informasi yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form, di hasilkan tabulasi distribusi karakteristik responden berdasarkan pengalaman menggunakan e-money adalah:

Tabel 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-money

No	Pengalaman penggunaan e-money	Jumlah Responden	Presentase(%)
	(N=363)		
1	Antara 1 s/d 3 tahun	187	52
2	Antara 3 s/d 5 tahun	116	32
3	Lebih dari 5 tahun	60	16
	Total	363	100

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Dari tabel 4.5 terlihat dari 363 responden pengguna di Jawa Tengah menunjukkan pengalaman penggunaan e-money terbanyak adalah pengalaman pengguna antara 1 s/d 3 tahun lamanya dengan presentase 52% atau jumlah sebesar 187 orang responden. Hal tersebut karena munculnya e-money atau peresmian uang elektronik tersebut di resmikan di Indonesia mulai pada tahun 2018. Selain itu adanya covid-19 pada tahun 2020 menyebabkan adanya perubahan kebiasaan seseorang dalam kesehariannya, seperti peraturan jaga jarak (social distancing) di era covid membuat orang menggunakan e-money dalam kegiatan kesehariannya

seperti berbelanja atau kegiatan transaksi lainnya. Maka dari itu e-money ramainya pengalaman penggunaan e-money baru 1 sampai dengan 3 tahun.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif diper gunakan dalam menyampaikan gambaran dan mendeskripsikan mengenai bagaimana penilaian responden terkait variabel yang ditanyakan. Rentang penilaian untuk hasil analisis deskriptif variabel dikategorikan menjadi 3 kelas yang dihitung menggunakan kulkulasi berikut ini :

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi}}{\text{kategori kelas}}$$

$$= \frac{100}{3}$$

$$= 33,33$$

Kategori Kelas	Interval
Rendah	1,00 - 33,33
Sedang	33,34 – 66,66
Tinggi	66,67 - 100

4.2.1 Performance Expectancy

Variabel Performance Expectancy diukur dengan 5 indikator, yakni (1) saya merasa teknologi e-money bermanfaat bagi saya (2) penggunaan teknologi e-money mempercepat penyelesaian tugas saya (3) teknologi e-money meningkatkan efesiensi saya dalam melakukan tugas terkait bank (4) teknologi e-money meningkatkan kualitas

layanan perbankan (5) teknologi e-money meningkatkan kinerja saya. Hasil penelitian ke 6 indikator tersebut dijelaskan pada tabel 4.6 yakni:

Tabel 4.6 Nilai indeks indikator dan variable Performance Expectancy

Indikator Performance Expectancy	Skala jawaban responden tentang variabel Performance Expectancy	Total										Nilai Indeks	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X1.1 F		0	0	0	0	7	15	40	83	134	84	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	10,448	26,866	83,582	198,21	360	250,7	92,985	Tinggi
X1.2 F		0	0	0	8	15	49	83	125	83	363		
	%(FxS)	0	0	0	11,94	26,866	102,39	198,21	335,82	247,8	92,299	Tinggi	
X1.3 F		0	0	0	7	17	59	100	125	55	363		
	%(FxS)	0	0	0	10,448	30,448	123,28	238,81	335,82	164,2	90,299	Tinggi	
X1.4 F		0	0	0	6	17	43	112	113	71	362		
	%(FxS)	0	0	0	8,9552	30,448	89,851	267,46	303,58	211,9	91,224	Tinggi	
X1.5 F		0	0	0	8	19	43	113	93	86	362		
	%(FxS)	0	0	0	11,94	34,03	89,851	269,85	249,85	256,7	91,224	Tinggi	
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											91,606	Tinggi	

Sumber : data primer yang diolah,2023

Nilai indeks performance expectancy sebesar 91,606 dalam kategori tinggi, adalah Sebagian besar penggunaan e-money di Jawa Tengah menganggap teknologi e-money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna bahwa teknologi e-money bermanfaat untuk para pengguna (angka indeks 92,985 dalam kategori tinggi), teknologi e-money membantu para pengguna menyelesaikan tugas lebih cepat (angka indeks 92,299 dalam kategori tinggi), teknologi e-money meningkatkan efisiensi para pengguna dalam melakukan tugas terkait bank (angka indeks 90,299 dalam kategori tinggi), teknologi e-money meningkatkan kualitas layanan perbankan (angka indeks 91,224 dalam kategori tinggi), teknologi e-money meningkatkan kinerja para pengguna (angka indeks 91,224 tergolong tinggi).

4.2.2 Effort Expectancy

Variabel Effort Expectancy diukur dengan 6 indikator, yakni (1) saya mahir memanfaatkan teknologi e-money (2) saya mudah belajar memanfaatkan teknologi e-money (3) mudah bagi saya untuk memanfaatkan teknologi e-money dan melakukan apa yang saya inginkan. Hasil penelitian ke 3 indikator tersebut dijelaskan pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Nilai indeks indicator dan variable effort expectancy

Indikator		Skala jawaban responden tentang variabel Effort Expectancy										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X2.1	F	0	0	0	0	9	17	51	95	124	67	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	13,433	30,448	106,57	226,87	333,13	200	91,045	Tinggi
X2.2	F	0	0	0	0	5	17	51	88	133	69	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	7,4627	30,448	106,57	210,15	357,31	206	91,791	Tinggi
X2.3	F	0	0	0	0	5	14	52	101	101	90	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	7,4627	25,075	108,66	241,19	271,34	268,7	92,239	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											91,692	Tinggi	

Sumber : data primer yang diolah,2023

Nilai indeks Effor Expectancy sebesar 91,692 dalam kategori tinggi, adalah Sebagian besar pengguna teknologi e-money di Jawa Tengah menganggap teknologi e-money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna bahwa para pengguna mahir dalam menggunakan teknologi e-money (angka indeks 91,045 dalam kategori tinggi), para pengguna mudah belajar menggunakan teknologi e-money (angka indeks 91,791 dalam kategori tinggi), bagi para pengguna menggunakan teknologi sangatlah mudah dan bisa melakukan apa yang para pengguna inginkan (angka indeks 92,239 dalam kategori tinggi).

4.2.3 Social Influence

Variable social influence diukur dengan 5 indikator, yakni (1) Menurut pendapat individu yang dianggap penting untuk saya merekomendasikan agar saya memanfaatkan teknologi e-money (2) individu yang memiliki pengaruh terhadap saya meyakini bahwa saya sebaiknya memanfaatkan teknologi e-money (3) individu yang mempengaruhi saya percaya bahwa saya harus memanfaatkan teknologi e-money (4) Ketika mengalami kesulitan, staf bank berusaha membantu saya menggunakan teknologi e-money (5) Bank yang saya kunjungi mendukung penggunaan teknologi e-money. Hasil data penelitian ke 5 indikator tersebut dijelaskan dalam tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.8 Nilai indeks indicator dan variable sosial influence

Indikator	Skala jawaban responden tentang variabel social influence										Total	Nilai Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X3.1	F	0	0	0	15	20	57	100	102	69	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	22,388	35,821	119,1	238,81	274,03	206	Tinggi
X3.2	F	0	0	0	14	25	58	99	105	62	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	20,896	44,776	121,19	236,42	282,09	185,1	Tinggi
X3.3	F	0	0	0	15	24	70	85	120	49	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	22,388	42,985	146,27	202,99	322,39	146,3	Tinggi
X3.4	F	0	0	0	0	14	19	56	102	114	58	363
	%(FxS)	0	0	0	0	20,896	34,03	117,01	243,58	306,27	173,1	Tinggi
X3.5	F	0	0	0	8	16	37	101	132	69	363	
	%(FxS)	0	0	0	0	11,94	28,657	77,313	241,19	354,63	206	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											89,69	Tinggi

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Nilai indeks social influence sebesar 89,69 dalam kategori tinggi, adalah Sebagian besar pengguna teknologi e-money di Jawa Tengah menganggap teknologi e-money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna, bahwa pendapat orang yang penting bagi pengguna yang sebaiknya pengguna menggunakan teknologi e-money (angka indeks 89,612 dalam kategori tinggi), orang yang mempengaruhi para pengguna percaya bahwa para pengguna harus menggunakan teknologi e-money (angka indeks 89,045 dalam kategori tinggi), orang yang berbagi nilai dengan para pengguna berpendapat bahwa pengguna harus menggunakan teknologi e-money (angka indeks 88,328 dalam kategori tinggi), Ketika para pengguna mengalami kesulitan staf bank berusaha membantu pengguna menggunakan teknologi e-money (angka indeks 89,493 dalam kategori tinggi), pihak bank yang para pengguna kunjungi mendukung penggunaan teknologi e-money (angka indeks 91,97 dalam kategori tinggi)

4.2.4 Facilitating condition

Varibel facilitating condition diukur dengan 4 indikator, yakni (1) Saya mempunyai kemampuan dalam menggunakan teknologi e-money (2) Saya mempunyai pemahaman yang cukup untuk memanfaatkan teknologi e-money (3) Saat saya membutuhkan bantuan untuk menggunakan teknologi e-money, panduan tersedia untuk saya (4) Orang-orang tertentu bersedia untuk membantu jika kesulitan menggunakan teknologi e-money. Hasil penelitian ke 4 indikator tersebut dipaparkan pada table 4.9 dibawah ini :

Tabel 4.9 Nilai indeks indicator dan variable facilitating conditions

Indikator facilitating conditions		Skala jawaban responden tentang variabel facilitating conditions										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
X4.1	F	0	0	0	4	19	55	103	127	55	363		
	%(FxS)	0	0	0	0	5,9701	34,03	114,93	245,97	341,19	164,2	90,627	Tinggi
X4.2	F	0	0	0	10	19	52	97	112	73	363		
	%(FxS)	0	0	0	0	14,925	34,03	108,66	231,64	300,9	217,9	90,806	Tinggi
X4.3	F	0	0	0	6	27	49	101	112	68	363		
	%(FxS)	0	0	0	0	8,9552	48,358	102,39	241,19	300,9	203	90,478	Tinggi
X4.4	F	0	0	0	5	19	62	83	113	81	363		
	%(FxS)	0	0	0	0	7,4627	34,03	129,55	198,21	303,58	241,8	91,463	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											90,843	Tinggi	

Sumber : data primer yang diolah,2023

Nilai indeks facilitating conditions sebesar 90,843 dalam kategori tinggi, adalah Sebagian besar pengguna e-money di Jawa Tengah menganggap teknologi e-money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna, pengguna memiliki kecukupan sumber daya untuk menggunakan teknologi e-money (angka indeks 90,627 dalam kategori tinggi), para pengguna memiliki pemahaman yang cukup untuk menggunakan teknologi e-money (angka indeks 90,806 dalam kategori tinggi), saat para pengguna membutuhkan bantuan untuk menggunakan teknologi e-money panduan tersedia untuk para pengguna (angka indeks 90,478 dalam kategori tinggi), orang-orang tertentu bersedia untuk membantu jika menghadapi kesulitan saat menggunakan teknologi e-money (angka indeks 91,463 dalam kategori tinggi).

4.2.5 Behavioral Intention

Variabel behavioral intention mengukur dengan mempergunakan tiga indikator, yakni (1) Saya berencana memanfaatkan teknologi e-maney di masa mendatang (2) Saya bermaksud menggunakan teknologi e-maney saat membeli barang (3) Saya berencana untuk sering memanfaatkan teknologi e-maney dalam kehidupan sehari-hari. Hasil pengujian ini ke 3 indikator tersebut dijelaskan tabel 4.10 dibawah ini:

Tabel 4.10 Nilai indeks indicator dan variable behavioral intention

Indikator behavioral intention		Skala jawaban responden tentang variabel behavioral intention										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Y1.1	F	0	0	0	5	8	48	103	115	84	363	92,776	Tinggi
	%(FxS)	0	0	0	0	7,4627	14,328	100,3	245,97	308,96	250,7		
Y1.2	F	0	0	0	3	28	45	107	120	60	363	90,567	Tinggi
	%(FxS)	0	0	0	0	4,4776	50,149	94,03	255,52	322,39	179,1		
Y1.3	F	0	0	0	14	30	57	98	102	62	363	88,687	Tinggi
	%(FxS)	0	0	0	0	20,896	53,731	119,1	234,03	274,03	185,1		
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											90,677	Tinggi	

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Nilai indeks behavioral intention sebesar 90,677 dalam kategori tinggi, adalah Sebagian besar pengguna teknologi e-money di Jawa Tengah menganggap bahwa teknologi e-money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna, bahwa para pengguna berencana menggunakan teknologi e-money di masa yang akan mendatang (angka indeks 92,776 dalam kategori tinggi), para pengguna bermaksud menggunakan teknologi e-money saat membeli suatu barang (angka indeks 90,567 dalam kategori tinggi), para pengguna

berencana untuk sering menggunakan teknologi e-money dalam kehidupan sehari-hari (angka indeks 88,687 dalam kategori tinggi).

4.2.6 Use Behavior

Variable use behavior diukur dengan 4 indikator, yakni (1) Saya selalu memanfaatkan teknologi e-maney (2) Saya memanfaatkan teknologi e-maney untuk mengelola akun e-wallet saya (3) Saya menggunakan teknologi e-maney untuk melakukan transaksi (4) Saya mendaftar teknologi e-maney yang dirancang khusus untuk sistem pembayaran digital. Hasil penelitian ke 4 indikator tersebut diperjelas dalam tabel 4.11 dibawah ini:

Tabel 4.11 Nilai indeks dan variable use behavior

Indikator use behavior		Skala jawaban responden tentang variabel use behavior										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Y2.1	F	0	0	0	14	44	54	93	87	71	363		
	%(FxS)	0	0	0	20,896	78,806	112,84	222,09	233,73	211,9	88,03	Tinggi	
Y2.2	F	0	0	0	19	31	49	102	110	52	363		
	%(FxS)	0	0	0	28,358	55,522	102,39	243,58	295,52	155,2	88,06	Tinggi	
Y2.3	F	0	0	0	8	24	56	81	117	77	363		
	%(FxS)	0	0	0	11,94	42,985	117,01	193,43	314,33	229,9	90,955	Tinggi	
Y2.4	F	0	0	0	12	25	46	93	123	64	363		
	%(FxS)	0	0	0	17,91	44,776	96,119	222,09	330,45	191	90,239	Tinggi	
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											89,321	Tinggi	

Sumber : data primer yang diolah,2023

Nilai indeks use behavior diperoleh 89,321 dala kategori tinggi, adalah Sebagian pengguna teknologi e-money di Jawa Tengah menganggap bahwa teknologi e-

money sangat berguna dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini dibuktikan dengan pendapat para pengguna, bahwa para pengguna selalu menggunakan teknologi e-money (angka indeks 88,03 dalam kategori tinggi), para pengguna menggunakan teknologi e-money untuk mengelola akun e-walletnya (angka indeks 88,06 dalam kategori tinggi), para pengguna menggunakan teknologi e-money untuk melakukan transaksi (angka indeks 90,955 dalam kategori tinggi), para pengguna mendaftar teknologi e-money yang dirancang khusus untuk system pembayaran digital (angka indeks 90,239 pada kategori tinggi).

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen

Pengujian instrumen bertujuan untuk menilai sejauh mana kualitas instrumen penelitian dalam menggambarkan variabel penelitian yang diajukan. Pengujian instrumen dalam studi ini melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas

4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dipergunakan dalam memeriksa keabsahan kuesioner yang digunakan dalam mengukur suatu variable. Hasil dari uji validitas dijelaskan dalam tabel. Sementara itu, uji reabilitas digunakan untuk menilai kehandalan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu variabel. Penjelasan tentang hasil uji validitas dan reliabilitas dicantumkan pada tabel 4.12 dibawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Uji Validitas			Uji Realiabilitas	
	ri	P Value	keterangan	Cronbach Alpha	keterangan
Performance Expectancy					
PE1	0,822	0,000	valid	0,854	Reable
PE2	0,823	0,000	valid	0,854	Reable
PE3	0,819	0,000	valid	0,854	Reable
PE4	0,791	0,000	valid	0,863	Reable
PE5	0,853	0,000	valid	0,844	Reable
Effort Expectancy					
E1	0,890	0,000	valid	0,720	Reable
E2	0,834	0,000	valid	0,817	Reable
E3	0,870	0,000	valid	0,758	Reable
Social Influence					
SI1	0,845	0,000	valid	0,822	Reable
SI2	0,820	0,000	valid	0,832	Reable
SI3	0,831	0,000	valid	0,827	Reable
SI4	0,809	0,000	valid	0,835	Reable
SI5	0,718	0,000	valid	0,862	Reable
Facilitating Conditions					
FC1	0,849	0,000	valid	0,805	Reable
FC2	0,842	0,000	valid	0,816	Reable
FC3	0,817	0,000	valid	0,832	Reable
FC4	0,840	0,000	valid	0,816	Reable
Behavioral Intention					
B1	0,772	0,000	valid	0,803	Reable
B2	0,865	0,000	valid	0,645	Reable
B3	0,875	0,000	valid	0,665	Reable
Use Behavior					
UB1	0,832	0,000	valid	0,782	Reable
UB2	0,805	0,000	valid	0,797	Reable
UB3	0,795	0,000	valid	0,798	Reable
UB4	0,831	0,000	valid	0,774	Reable

Sumber : data primer yang diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.12 , dapat disimpulkan semua indikator yang bertujuan untuk mengukur variabel pada study ini mempunyai koefisien korelasi yang melebihi r tabel yakni 0,675 p value 0,000 (taraf signifikansi 5% dengan jumlah 363 responden) maka semua indicator dinyatakan valid.

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa variable mempunyai koefisien nilai cronbach alpha diatas 0,60, dan dapat disimpulkan semua intrumen memenuhi standar uji reliabilitas, menunjukkan bahwa instrumen tersebut menghasilkan jawaban yang konsisten dan varibel tersebut layak dipergunakan untuk alat ukur responden.

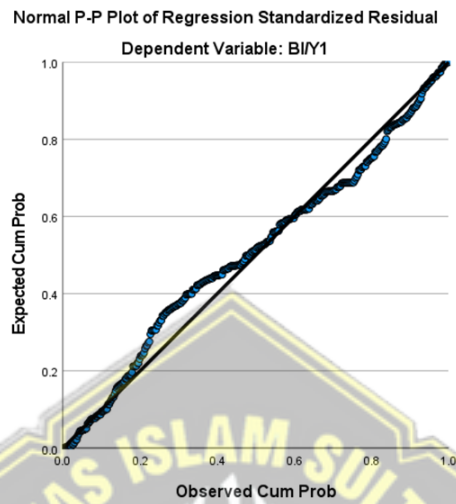
4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam mengavaluasi apakah model regresi dalam sebuah penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak. Evaluasi normalitas menggunakan metode grafik, dan hasil dari uji normalitas dengan metode grafik tersebut ditampilkan dalam gambar 4.1 :

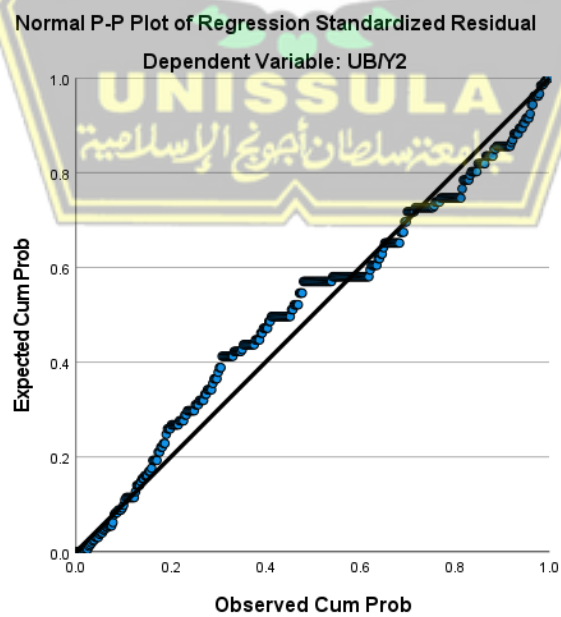
4.1 Normal Probability Plot Regresi 1 dan 2

Normal Probability Plot/ regresi 1



Sumber : data primer yang diolah,2023

Normal Probability Plot/ regresi 2



Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan data berdistribusi normal jika titik-titik residual berada diantara garis diagonal dalam normal p-p plot of regression standardize residual sehingga data tersebut memiliki distribusi normal. Maka model regresi 1 dan 2 pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Dan kesimpulannya adalah kedua model tersebut memenuhi syarat untuk digunakan dalam pengujian selanjutnya.

4.3.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan mengavaluasi model regresi dengan tujuan mengidentifikasi adanya korelasi dari variabel bebas (variable independent). Uji multikolonieritas dilakukan dengan memeriksa nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF kurang dari 10 ,maka regresi dianggap bebas dari multikolonierittas. Hasil dari uji multikolonieritas disajikan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas

	Tolerance	VIF	Keterangan
Model Regresi 1			
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0.278	3.601	Bebas Multikolonieritas
<i>Effort Expextancy (X2)</i>	0.318	3.143	Bebas Multikolonieritas
<i>Social Influence (X3)</i>	0.322	3.110	Bebas Multikolonieritas
<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0.273	3.661	Bebas Multikolonieritas
Model Regresi 2			
<i>Behavioral intention (Y1)</i>	1.000	1.000	Bebas Multikolonieritas

Sumber: data primer yang diolah, 2023

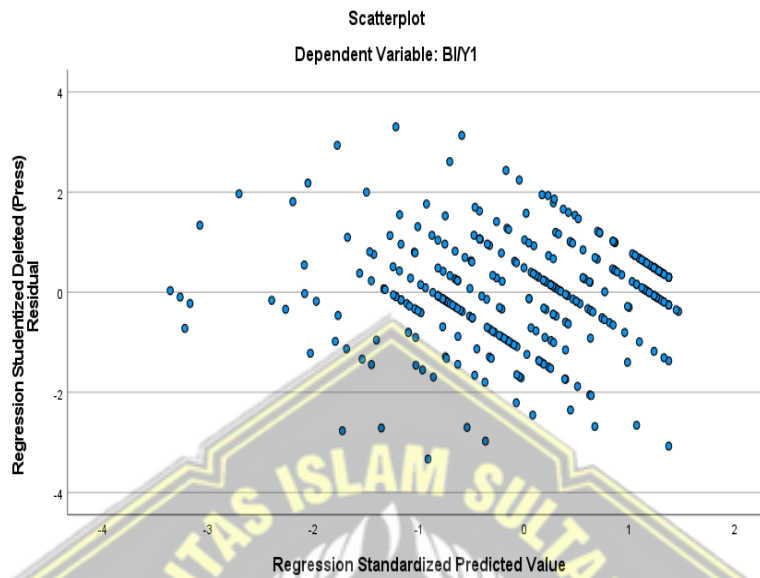
Dari tabel diatas menunjukkan persamaan 1, VIF kurang dari 10 yang ditunjukkan dengan nilai VIF variable Performance Expectancy (PE) sebesar 3.601, Effort Expectancy (EE) sebesar 3.143, Social Influence (SI) sebesar 3.110, dan Facilitating Conditions (FC) sebesar 3.661. sedangkan persamaan ke 2, VIF kurang dari 10 yang ditunjukkan dengan nilai VIF variable Behavioral Intention (BI) memperoleh 1.000. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas atau variabel bebas dalam penelitian tersebut .

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

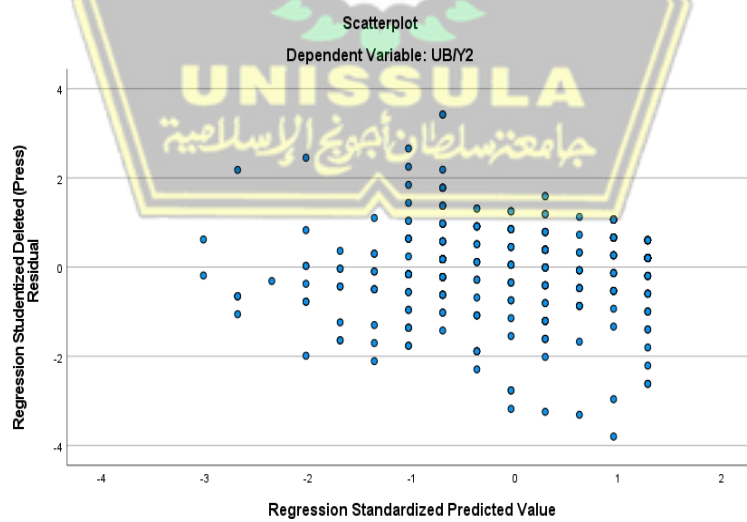
Uji heteroskedastisitas diperuntukkan untuk menilai ada atau tidaknya ketidaksamaan dalam varians residual dari satu pengujian ke pengujian lain. Pengujian dijalankan dengan menggunakan Scatterplot dari nilai prediksi variable dependen yakni ZPRED serta variable independent yakni SRESID, dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik dalam diagram regression standardize predisted value menyebar menjauhi titik nol. Lebih tepatnya diperjelaskan dalam tabel berikut :

Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas model regresi 1 dan 2

Hasil Uji Heterokedastisitas/model regresi 1



Hasil Uji Heterokedastisitas/model regresi 2



Sumber: data primer yang diolah,2023

Dari observasi gambar 4.2, dijelaskan ketidak adanya keberagaman varians dalam model regresi pada stady ini. Ini terlihat dari distribusi titik-titik yang merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan ini , kesimpulannya adalah tidak ada indikasi heteroskedastisitas . dengan demikian, model regresi yang digunakan dianggap sesuai.

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dari analisis regresi linier berganda dijelaskan dalam tabel 4.14 :

Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
1. (Constant)	2.703	0.892		3.030	0,003
Performance	0,172	0,037	0,278	4,617	0,000
Expectancy (X1)					
Effort Expectancy	0,114	0,056	0,115	2,047	0,041
(X2)					
Social Influence	0,110	0,033	0,185	3,302	0,001
(X3)					
Facilitating	0,229	0,046	0,303	4,987	0,000
Conditions (X4)					
2. (Constant)	3.969	1,116		3.558	0,000
Behavioral	1.156	0,044		26,214	0,000
Intention (Y1)			0,813		

Sumber: data primer yang diolah,2023

Pada tabel 4.14, menghasilkan analisis regresi linier berganda pada model satu dan model 2, dan mendapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,278 \beta_1 X_1 + 0,115 \beta_2 X_2 + 0,185 \beta_3 X_3 + 0,303 \beta_4 X_4 + e$$

Mengacu hasil uji regresi model 1 diatas, disimpulkan sebagai berikut :

- a) Nilai koefisien regresi *performance expectancy* diperoleh 0,278 menjelaskan adanya pengaruh positif antara *performance expectancy* tpada *behavioral intention*, dan apabila tingkat *performance expectancy* dari pengguna *e-money* di Jawa Tengah baik maka *behavioral intention* semakin baik pula. Dan sebaliknya apabila semakin buruk *performance expectancy* akan semakin menurunkan *behavioral intention* pada pengguna *e-money*.
- b) Nilai koefisien regresi *effort expectancy* sebesar 0,115. ini menjelaskan adanya pengaruh yang *effort expectancy* berikan pada *behavioral intention* adalah positif, dan apabila tingkat *effort expectancy* dari pengguna *e-money* di Jawa Tengah baik maka *behavioral intention* semakin baik. Sebaliknya, jika *effort expectancy* semakin buruk, maka akan semakin menurunkan *behavioral intention* pada pengguna *e-money*.
- c) Nilai koefisien regresi *social influence* diperoleh sebesar 0,185. Ini menjelaskan adanya pengaruh yang diberikan variabel *social influence* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai yang positif, dan apabila tingkat *social influence* dari pengguna *e-money* di Jawa Tengah baik maka *behavioral intention* semakin baik. Dan sebaliknya apabila semakin buruk *social influence* akan semakin menurunkan *behavioral intention* pada pengguna *e-money*.

d) Nilai koefisien regresi *facilitating conditions* sebesar 0,303 . ini menandakan adanya dampak yang diberikan oleh variabel *facilitating conditions* pada *behavioral intention* memiliki hasil positif, dan apabila tingkat *facilitating conditions* dari pengguna *e-money* di Jawa Tengah baik maka *behavioral intention* semakin baik. Sebaliknya, jika kondisi *facilitating conditions* semakin buruk, maka *behavioral intention* akan menurun pada pengguna *e-money*.

$$Y_2 = 0,813 \beta_6 Y_1 + e$$

Dari hasil regresi model 2 diatas, diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a) Nilai koefisien regresi *behavioral intention* sebesar 0,813 artinya memiliki nilai yang positif. Ini menandakan bahwa dampak yang diberikan oleh variabel *behavioral intention* pada *use behavior* menghasilkan dampak positif, dan apabila tingkat *behavioral intention* dari pengguna *e-money* di Jawa Tengah baik maka *use behavior* semakin baik. Sebaliknya, jika kondisi *behavioral intention* semakin buruk , maka *use behavior* akan semakin menurun pada pengguna *e-money*.

4.3.4 Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit Model)

4.3.4.1 Uji Stastiktic F (uji kelayakan model)

Uji statistic silmutan atau uji F dipergunakan dalam menentukan model penelitian yang dipergunakan sesuai atau tidaknya . Model dikatakan baik jika uji F mneghasilkan p-value kurang dari 0,05 dan hasil uji F dalam stady ini membuktikan bahwa model penelitian yang digunakan layak atau cook dalam dipergunakan . dengan ini pengujiam uji F menghasilkan berikut ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji F (uji kelayakan model)

Model Regresi	F hitung	F tabel	Signifikansi
Model Regresi 1	161.129	3.87	0.001
Model Regresi 2	687.158	3.02	0.001

Sumber: data primer yang diolah,2023

Dalam tabel 4.15 model regresi ke 1, hasil analisis data menunjukkan statistic F hitung memperoleh 161.129 dan signifikansi memperoleh 0,001 yang kurang dari 0,005. Kemudian, diketahui F tabel dengan 363 responden sampel adalah 3.87, dari perhitungan menunjukkan bahwa F hitung ($161.129 > F \text{ tabel } (3.87)$), dan nilai signifikansi ($0.001 < (0.05)$) menunjukkan model yang dipergunakan untuk memprediksi variable behavioral intention benar-benar model layak, yang artinya variasi dalam variable behavioral intention dapat dijelaskan oleh variasi dalam variable performan expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions.

Dan model regresi 2, F hitung sebesar 687.158 dengan signifikansi sebesar 0,001 yang kurang dari 0.005. kemudian, diketahui F tabel dengan 363 responden sampel adalah (3.02), dari perhitungan menunjukkan bahwa F hitung ($687.158 > F \text{ tabel } (3.02)$) dan nilai signifikansi ($0.001 < (0.05)$), sehingga menunjukkan model yang dipergunakan untuk memprediksi variable use behavior benar-benar model layak yang artinya variasi dalam variable use behavior dapat dijelaskan oleh variasi dalam variable behavioral intention.

4.3.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipergunakan dalam mengukur model regresi dalam memaparkan variasi pada variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi yaitu

dari 0 hingga 1. Saat nilai R^2 mendekati 1, itu menunjukkan variabel independen yang digunakan memiliki kemampuan yang baik untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2018). Dibawah ini hasil data koefisien determinasi pada study ini:

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2)

No	Model Regresi	<i>Adjusted R-Square</i>
1.	Model Regresi 1 Performance expectancy (X1) Effort expectancy (X2) Social influence (X3) Facilitating conditions (X4)	.644
2.	Model Regresi 2 Behavioral Intention (Y1)	.660

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Pada tabel 4.16 model regresi 1, memperlihatkan persamaan satu nilai Adjusted R Square sebesar 0.644 atau 64,4 %. Maka dari itu, variasi dalam behavioral intention dijelaskan oleh variasi dalam variasi performan expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions. Sedangkan 36,2% dijelaskan oleh variasi variable lain diluar model penelitian.

Sedangkan model regresi 2 terdapat persamaan satu nilai Adjusted R Square sebesar 0.660 atau 66.0%. maka dari itu variasi dalam use behavior dijelaskan oleh variasi dalam variasi behavioral intention. Sedangkan 34.0% dijelaskan oleh variasi variable lain diluar model regresi

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji T

Uji T yang diterapkan pada pengujian hipotesis berperan dalam menguji variabel secara parsial. Dengan ini Hasil uji t ini tersedia dalam tabel koefisien berikut ini :

Tabel 4.17 Hasil uji t

Hipo tesis	Model Regresi	Unstandar dized B	Coefficie nts Std. Error	Standardiz ed Coefficien ts Beta	t	P.val ue	Keterangan
Model Regresi 1							
H1	PE → BI	0.172	0.037	0.278	4.617	0.000	H1 Diterima
H2	EE → BI	0.114	0.056	0.115	2.047	0.041	H2 Diterima
H3	SI → BI	0.110	0.033	0.185	3.302	0.001	H3 Diterima
H4	FC → BI	0.229	0.046	0.303	4.987	0.000	H4 Diterima
Model Regresi 2							
H5	BI → UB	1.156	0.044	0.813	26.214	0.000	H5 Diterima

Sumber: data primer yang diolah,2023

Dalam tabel persamaan satu memperlihatkan hasil perhitungan t hitung dan nilai signifikansi pada variable performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X3), facilitating condition (X4) terhadap behavioral intention (Y1) dan signifikansi pada variable behavioral intention (Y1) terhadap use behavior (Y2). Dalam penelitian ini, digunakan nilai t tabel dengn responden sebanyak 363 dan 4 variabel

independent dengan signifikansi 0,05 atau %5. Nilai t tabel yang digunakan adalah 1,97.

Maka dari itu, hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Performance Expectancy (X1) berpengaruh positif terhadap Behavioral

Intention (Y1)

Dari pengujian hipotesis, terlihat Performance Expectancy berpengaruh positif, dengan nilai t hitung (4.617) lebih besar dari nilai t tabel (1,97), dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, sehingga disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, yang menjelaskan performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention, semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap teknologi e-money, dengan demikian semakin tinggi juga keinginan untuk memanfaatkan teknologi e-money).

H2 : Effort Expectancy (X2) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention

(Y1)

Dari Hasil uji hipotesis terlihat bahwa effort expectancy mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention. Hal ini terbukti dari nilai t hitung (2.047) yang melebihi t tabel (1,97), dan nilai signifikansi sebesar 0,041 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima (effort expectancy memiliki pengaruh positif pada behavioral intention, dengan demikian semakin tinggi tingkat kenyamanan yang diharapkan pengguna terhadap teknologi e-money, dengan ini semakin besar keinginan atau niat dalam memanfaatkan teknologi e-money).

H3 : Social Influence (X3) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (Y1)

Dalam hasil pengujian hipotesis terlihat social influence memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada behavioral intention. Dengan demikian terbukti dari nilai t hitung (3.302) yang melebihi t tabel (1.97), dan nilai signifikansi sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0.05. dan dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima (social influence mempunyai pengaruh positif pada behavioral intention, dengan demikian semakin tinggi pengaruh individu memanfaatkan teknologi e-money, semakin besar rasa tau dalam pemanfaatan teknologi e-money).

H4 : Facilitating Condition (X4) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (Y1)

Dalam hasil pengujian hipotesis terlihat facilitating condition memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada behavioran intention . dengan ini terbukti dari nilai t hitung (4.987) yang melebihi t tabel (1.97), dan nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.005. sehingga disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima (facilitating condition mempunyai pengaruh yang positif pada behavioral intention, dengan demikian semakin tingginya rasa percaya seseorang dalam penggunaan e-money bahwa e-money berdampak baik dalam penggunaan, maka semakin tinggi rasa keinginan untuk menggunakan e-money).

H5 : Behavioral Intention (Y1) berpengaruh positif terhadap Use Behavior

Dari Hasil uji hipotesis terlihat bahwa behavioral intention mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada use behavior . dengan ini terbukti dari nilai t hitung (26.214) yang melebihi t tabel (1.97), dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.005. sehingga disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima (behavioral

intention mempunyai pengaruh yang positif pada use behavior, dengan demikian semakin tingginya sikap loyal seseorang dalam penggunaan e-money bahwa e-money berdampak baik dalam penggunaan, maka semakin tinggi rasa keinginan untuk menggunakan e-money).

4.4 Hasil dan Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Behavioral Intention

Variable performance expectancy mempunyai pengaruh positif pada behavioral intention. Maka indicator dari performance expectancy memiliki pengaruh positif pada indicator behavioral intention yang ditunjukkan dengan semakin banyak dukungan dalam pemanfaatan teknologi e-money untuk peningkatan kinerja individu menjadikan tingginya keinginan untuk menggunakan teknologi e-money dimasa mendatang, lalu tingginya keinginan untuk menggunakan teknologi e-money dimasa mendatang, lalu menjadikan tingginya keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi e-money untuk kegiatan pembelian atau bertransaksi, dan menjadikan tingginya keinginan pengguna sering pemanfaatan teknologi e-money dalam aktifitas disetiap harinya. Dengan demikian sejalan dengan model penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) , dijelaskan bagaimana penerimaan dan mengadopsi pemanfaatan sistem teknologi informasi yang baru dan sejalan dengan model penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Hasil dari hipotesis dari performance expectancy berhubungan positif pada behavioral intention dengan hasil

penelitian sebelumnya menurut (Hung et al., 2019), (Hafifah et al., 2022), (Ghalandari, 2012), dan (Nuriska et al., 2018).

4.4.2 Pengaruh Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention

Variable effort expectancy berpengaruh positif pada behavioral intention. Maka indicator dari effort expectancy akan mempunyai pengaruh positif pada indicator behavioral intention yang ditunjukkan semakin tinggi tingkat kemudahan atau kemahiran dalam menggunakan dan menjelajahi teknologi e-money menjadikan tingginya keinginan untuk menggunakan teknologi e-money dimasa mendatang, lalu menjadikan tingginya keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi e-money untuk kegiatan pembelian atau bertransaksi, dan menjadikan tingginya keinginan pengguna untuk memanfaatkan teknologi e-money pada aktivitas disetiap harinya. Dengan demikian sejalan dengan model penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menguraikan bagaimana individu memanfaatkan sistem teknologi informasi baru dan sejalan dengan model penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Pengujian mendapatkan hasil dimana effort expectancy mempunyai pengaruh yang positif pada behavioral intention . dengan ini searah dengan penelitian sebelumnya menurut (Hung et al., 2019), (Winata & Tjokrosaputro, 2022), (Hafifah et al., 2022), (Mathematics, 2016), (Nuriska et al., 2018).

4.4.3 Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention

Variable social influence berpengaruh positif pada behavioral intention, maka indicator dari social influence akan mempengaruhi indicator behavioral intention

yang ditunjukkan dengan semakin banyak pendapat atau dukungan seseorang di sekitar (orang yang dipercaya, orang penting, staf bank) untuk menggunakan teknologi e-money menjadikan tingginya keinginan untuk menggunakan teknologi e-money dimasa mendatang, lalu menjadikan tingginya dalam menggunakan teknologi e-money untuk kegiatan pembelian atau bertransaksi dan menjadikan tingginya keinginan pengguna untuk memanfaatkan teknologi e-money pada aktivitas disetiap harinya. Dengan demikian sejalan dengan model penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menguraikan bagaimana individu memanfaatkan sistem teknologi informasi baru dan sejalan dengan model penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Hasil dari hipotesis dari social influence mempunyai pengaruh yang positif pada behavioral intention. ini searah dengan penelitian sebelumnya menurut (Rosnidah et al., 2019), (Purwanto & Loisa, 2020), dan (Prasetyo et al., 2022).

4.4.4 Pengaruh Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention

Variable facilitating condition berpengaruh positif pada behavioral intention, Maka indicator dari facilitating condition akan mempengaruhi behavioral intention yang ditunjukkan dengan adanya pengetahuan atau panduan dalam penggunaan e-money lalu adanya dukungan orang tertentu untuk membantu jika kesulitan memanfaatkan e-money, menjadikan tingginya keinginan dalam memanfaatkan teknologi e-money dimasa mendatang, lalu menjadikan tingginya dalam menggunakan teknologi e-money untuk kegiatan pembelian atau bertransaksi dan menjadikan tingginya keinginan pengguna

untuk memanfaatkan teknologi e-money pada kativitas disetiap harinya. Hal tersebut sejalan dengan model penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) , yang menjelaskan bagaimana individu menrima pemanfaatan sistem teknologi informasi baru dan sejalan dengan model penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan adanya penerimaan teknologi berdarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Hasil penelitian dari hipotesis dari facilitating condition memiliki pengaruh positif pada behavioral intention , ini sejalah dengan stady terdahulu menurut (Rosnidah et al., 2019), (Purwanto & Loisa, 2020), dan (Prasetyo et al., 2022).

4.4.5 Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior

Variable behavioral intention berpengaruh positif pada use behavior, amka indicator dari behavioral intention akan mempengaruhi use behavior yang ditunjukkan dengan adanya sikap loyal seseorang terhadap teknologi e-money yang ditunjukkan dengan pengguna dengan suka rela menceritakan keunggulan e-money deoada pihak lain, hal tersebut menjadikan seorang mempunyai rasa ingin tau dan menggunakan teknologi e-money dan ingin mencobanya. Hal tersebut sejalan dengan model penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) ,yang menguraikan bagaimana individu memanfaatkan sistem teknologi informasi baru dan sejalan dengan model penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan adanya penerimaan teknologi berdarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diharapkan. Hasil penelitian dari hipotesis behavioral intention mempunyai pengaruh yang positif use behavior ini

sejalah dengan stady yang terdahulu menurut (Aktual et al., 2019), (Hafifah et al., 2022), (Rizkiana, n.d.),

Tabel 4. 18 Hasil dari Temuan Penelitian

Hipotesis	Hasil	Kesimpulan	Keputusan
H1 : performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention	t hitung (4.617) dan sig. (<0.001)	Performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention	Hipotesis diterima
H2 : effort ekpectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention	t hitung (2.047) dan sig. (0.041)	effort ekpectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention	Hipotesis diterima
H3 : social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention	t hitung (3.302) dan sig. (0.001)	social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention	Hipotesis diterima
H4: facilitating condition berpengaruh positif terhadap behavioral intention	t hitung (4.987) dan sig. (<0.001)	facilitating condition berpengaruh positif terhadap behavioral intention	Hipotesis diterima

H5: behavioral intention berpengaruh positif terhadap use behavior	t hitung (26.214) dan sig. (< 0.001)	Behavioral intention berpengaruh positif terhadap use behavior	Hipotesis diterima
--	--------------------------------------	--	--------------------



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian

Dari analisis data terkait dengan “Study Behavioral Intention dan Use Behavior Pada Pengguna E-money di Jawa Tengah” dapat diambil kesimpulan berikut ini:

1. Performance expectancy berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention, hal ini berarti semakin baik kegunaan yang dirasakan pengguna dalam pemanfaatan e-money, dengan demikian semakin meningkatkan rasa percaya dalam pemanfaatan teknologi e-money.
2. Effort expectancy berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention, hal ini berarti semakin baik sistem fitur (teknologi e-money) yang dirasakan pengguna dalam menggunakan e-money, dengan demikian semakin tinggi rasa nyaman dalam memanfaatkan teknologi e-money.
3. Social influence berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention, dengan demikian semakin baik dan tinggi dalam pemanfaatan e-money, dengan ini meningkatkan rasa ingin memanfaatkan teknologi e-money.
4. Facilitating conditions berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention, dengan demikian semakin baik layanan yang diberikan oleh infrastruktur/organisasi (pihak bank) dalam menggunakan e-money, maka akan semakin meningkatkan rasa percaya dan aman dalam menggunakan e-money.

5. Behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap use behavior, hal ini berarti semakin baik minat untuk menggunakan e-money dalam jangka waktu yang panjang yakni dikarenakan manfaat yang dirasakan sangat menguntungkan bagi pengguna, maka semakin tinggi perilaku pengguna pada pengguna e-money.

5.2 Implikasi Teoritis

- ✚ H1: performance expectancy berpengaruh positif pada behavioral intention.

Hipotesis tersebut menyatakan bahwa semakin baik performance expectancy yakni tingkat kepercayaan pengguna dalam memanfaatkan teknologi e-money, maka akan meningkatkan behavioral intention yakni sikap loyal seseorang terhadap teknologi e-money. Adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diinginkan. ini konsisten dengan prinsip TAM yang menekankan pada kekuatan perilaku dan asumsi bahwa ketika individu membentuk niat untuk bertindak, mereka memiliki kebebasan untuk bertindak tanpa pembatasan.

- ✚ H2: effort expectancy berpengaruh positif pada behavioral intention.

Hipotesis tersebut memaparkan semakin baik effort expectancy yakni tingkat kenyamanan yang diharapkan saat menggunakan teknologi e-money, maka akan meningkatkan behavioral intention yakni sikap loyal seseorang terhadap teknologi e-money. Adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang

diinginkan. Ini konsisten dengan prinsip TAM yang menekankan pada kekuatan perilaku dan asumsi bahwa ketika individu membentuk niat untuk bertindak, mereka memiliki kebebasan untuk bertindak tanpa pembatasan.

✚ H3: social influence berpengaruh positif pada behavioral intention.

Hipotesis ini menyatakan ketika semakin baik social influence yakni pengaruh sosial yang dapat mengubah perilaku, dengan ini akan meningkatkan behavioral intention yakni sikap loyal seorang terhadap teknologi e-money. Adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diinginkan. Ini konsisten dengan prinsip TAM yang menekankan pada kekuatan perilaku dan asumsi bahwa ketika individu membentuk niat untuk bertindak, mereka memiliki kebebasan untuk bertindak tanpa pembatasan.

✚ H4: facilitating conditions berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hipotesis tersebut menyatakan bahwa semakin baik facilitating conditions yakni tingkat rasa percaya terhadap organisasi atau infrastruktur dalam mendukung teknologi e-money, maka akan meningkatkan behavioral intention yakni sikap loyal seseorang terhadap teknologi e-money. Adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diinginkan. Ini konsisten dengan prinsip TAM yang menekankan pada kekuatan perilaku dan asumsi bahwa ketika individu

membentuk niat untuk bertindak, mereka memiliki kebebasan untuk bertindak tanpa pembatasan.

- ✚ H5: behavioral intention berpengaruh positif pada use behavior. Hipotesis tersebut memperoleh semakin baik behavioral intention yakni sikap loyal seseorang terhadap teknologi e-money, maka akan meningkatkan use behavior yakni sebabagimana nantinya sering dalam menggunakan teknologi e-money. Adanya penerimaan teknologi berdasarkan kemudahan kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat merubah perilaku pengguna yang sudah ada menjadi perilaku yang diinginkan. Ini konsisten dengan prinsip TAM yang menekankan pada kekuatan perilaku dan pemikiran individu merencanakan niat dalam bertindak, dengan ini individu , memiliki kebebasan dalam bertindak tanpa pembatasan.

5.3 Implikasi Manajerial

Dari hasil pemrosesan dan analisis data, langkah-langkah untuk menghadapi tantangan yang perusahaan e-money dan pihak bank dimana masih terdapat pengguna dan calon pengguna yang belum menggunakan e-money atau masih bingung dalam mengoperasikan aplikasi e-money dapat direkomendasikan implikasi manajerial untuk e-money sebagai bahan evaluasi. Dengan begitu Perusahaan e-money dan pihak pihak yang bekerjasama dengan e-money (bank) dengan mengetahui permasalahan yang dialami oleh pengguna dan calon pengguna bisa mematahan permasalahan yang dihadapi dan memberikan layanan baik kebutuhan tentang kegiatan transaksi e-money bagi pengguna e-money.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Ditemukan pembatasan dalam penelitian ini, sehingga menjadi pertimbangan dalam penelitian di masa depan, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini memanfaatkan *google form* saat melakukan penyebaran kuesioner sehingga tidak dapat berinteraksi langsung pada responden penelitian. keterbatasan ini menjadikan informasi yang dapat didapatkan pada penelitian ini terbatas pada kuesioner yang diisikan oleh responden.
2. Penyebaran kuesioner pada wilayah Jawa Tengah dan mendapatkan sampel hanya 363 responden.
3. Hasil penelitian ini tidak dapat merepresentasikan seluruh jenis behavioral intention untuk kasus yang lain di luar obyek penelitian, dikarenakan objek penelitian ini hanya terbatas pada pengguna e-money yang ada di wilayah Jawa Tengah.

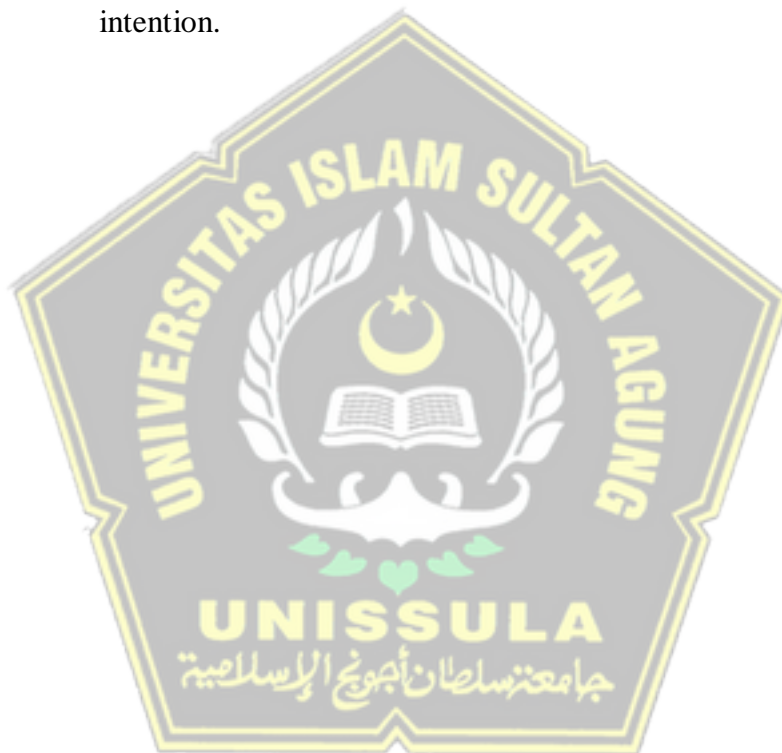
1.3 Agenda Penelitian Mendatang

Adapun beberapa rekomendasi yang bisa dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian yang akan datang dapat memanfaatkan kuesioner bersama dengan pendekatan wawancara untuk mengumpulkan data, sehingga informasi yang diperoleh dapat diperinci dengan dilihat dari segala sisi secara menyeluruh.
2. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah sampel agar mencakup populasi yang lebih luas. Dengan

demikian, sampel akan lebih beragam dan dapat mewakili berbagai kalangan.

3. Penelitian berikutnya memiliki opsi untuk menambahkan atau mengubah variable-variabel lainnya, selain dari variable performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition yang berpengaruh terhadap behavioral intention.



DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Y. T. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Aplikasi Brilian terhadap Kepuasan Mahasiswa Stikom Surabaya Menggunakan Metode Webqual*. 22–36.
- Aktual, P., Di, P. G., Padang, K., Jurusan, A., Fakultas, A., & Padang, U. N. (2019). *Penerapan model utaut (unified theory of acceptance and use of technology) untuk memahami niat dan perilaku aktual pengguna go-pay di kota padang 1*. 1(4), 1949–1967.
- Astuti, 2016. (2016). pengaruh behavioral intention terhadap use behavior pada pengguna aplikasi transportasi online. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 15(1), 165–175.
- Cantika Surabaya, U. N. (2021). *ANALISIS KEBERTERIMAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI*. 23(1), 23–36.
- Eni. (1967). pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition terhadap mobile wallet adoption. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Firlyana, F. (2023). E-Money: Definisi, Keunggulan, Kekurangan, dan Contohnya. 19 February 2023.
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801–807. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.2536>
- Ghozali. (2018). Stie Indonesia. *Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Guna, P., Gelar, M., Ekonomi, S., & Wigati, P. N. (2019). *ekonomi*.
- Hafifah, L. L., Widya, N., Agung, I. G., & Dwi, P. (2022). *INTENTION DAN USER BEHAVIOR PADA FINTECH SHOPEEPAY MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)*. 15(2), 102–117. <https://doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574>
- Hung, D. N., Tham, J., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. A. (2019). An Empirical Analysis of Perceived Transaction Convenience, Performance Expectancy, Effort Expectancy and Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users. *International Journal of Marketing Studies*, 11(4), 77. <https://doi.org/10.5539/ijms.v11n4p77>
- Kofoworola, O. J., & Ojo, A. C. (2022). Influence of Performance Expectancy and Government Regulations on Electronic Commerce Adoption in Nigeria. *International Academic Journal of Management and Marketing*, 7(1), 179–189.

- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). *T1_212018180_ISI*.
- Mathematics, A. (2016). *Pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions terhadap intensi penggunaan dengan gender dan usia*. 1–23.
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., Setyawan, R. R., Program, M. M., Dahlan, U. A., & Malang, U. M. (2018). *Economics and Business*. 1(2), 107–114.
- Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. A. I. (2019). Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada Umkm Di Bali: Studi Kasus Pada Hipmi Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 90. <https://doi.org/10.38043/jimb.v4i1.2154>
- Prasetyo, A., Melinda, A., & Wardhani, N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay Abstrak PENDAHULUAN Pandemi virus COVID 19 bermula pada tanggal 12 Maret 2020 , World Health Organization (WHO) menetapkan virus ini penyebarannya. 05(01), 29–57.
- Pricilia, M. (2022). ANALISIS PENGARUH REVIEW ONLINE KONSUMEN , PERSEPSI HARGA , PEMASARAN PEMBELIAN (Studi Empiris pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Pati).
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). *The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia : UTAUT Model*. 62(06), 2757–2767.
- Puspa, M., Achiriani, A., Telkom, U., Expectancy, P., Expectancy, E., & Risk, P. (2021). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY , EFFORT EXPECTANCY , SOCIAL INFLUENCE , PERCEIVED RISK , PERCEIVED COST TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNA DOMPET DIGITAL DANA DI INDONESIA. 8(1), 376–388.
- Rahmawati, D. I., & Suhardiyah, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pemilihan E-Money. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 1–11. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no1.a2445>
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN UANG ELEKTRONIK TELKOMSEL CASH MENGGUNAKAN PENDEKATAN UTAUT2 THE EFFECT OF TECHNOLOGY ADOPTION ELECTRONIC MONEY SERVICES TELKOMSEL CASH USING UTAUT2. 4(1), 53–61.
- Raven, B. H. (2019). *behavioral intention*. i-i. <https://doi.org/10.23919/vlsic.2019.8778145>
- Rizkiana, A. (n.d.). ANALYSIS OF MILLENNIALS INTENTION IN USING FINANCIAL TECHNOLOGY. 1–10.
- Rosnidah, I., Muna, A., Musyaffi, A. M., & Siregar, N. F. (2019). *Critical Factor*

of Mobile Payment Acceptance in Millennial Generation : Study on the UTAUT model. 306, 123–127.

Ryu, J., & Fortenberry, S. (2021). Performance Expectancy and Effort Expectancy in Omnichannel Retailing. *The Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(4), 27–34.

Shengqi, W. (2018). *case study on user gojek and grab among telkom student universtity.* 34(5), 712–716.

Soviah, S. (2019). *Analisa Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition terhadap Intensitas Penggunaan Layanan QR Code Sister For Student (SFS) Universitas Jember.* <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/92532>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D.* Alfabeta.

Tusyanah, T., Wahyudin, A., & Khafid, M. (2021). *Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable.* 10(2), 113–123.

UNJ. (2017). *Kajian Teori Dan Metodologi Penelitian.* 8–31.

Wicaksana A, R. T. (2022). *use bahavior.* 10–35.

Winata, S., & Tjokrosaputro, M. (2022). The Roles of Effort Expectancy, Attitude, and Service Quality in Mobile Payment Users Continuance Intention. *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 653(Icebm 2021), 121–126. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.020>

