

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEBERMANFAATAN TERHADAP INTENSITAS
PENGGUNAAN MELALUI SIKAP PENGGUNA APLIKASI
PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PADA NASABAH PEGADAIAN
CABANG PEDURUNGAN**

Skripsi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1
Program Studi Manajemen



Disusun oleh:
I Nyoman Raditya Ramaputra
NIM: 30402300251

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2025**

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEBERMANFAATAN TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MELALUI SIKAP PENGGUNA APLIKASI *PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PADA NASABAH PEGADAIAN* CABANG PEDURUNGAN

Disusun Oleh :

I Nyoman Raditya Ramaputra

NIM: 30402300251

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 27 Juli 2025

Pembimbing

M. Faisal Yat Zamrudi, ST., MIT., Ph.D
NIK. 210619056

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM,
NIK. 210416055

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : I Nyoman Raditya Ramaputra

NIM : 30402300251

Program studi : Manajemen

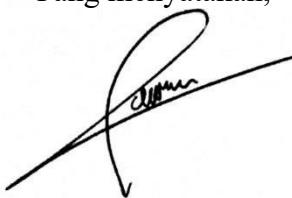
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEBERMANFAATAN TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MELALUI SIKAP PENGGUNA APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PADA NASABAH PEGADAIAN CABANG PEDURUNGAN”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam penelitian ini.

Semarang, 27 Juli 2025

Yang menyatakan,



I Nyoman Raditya Ramaputra

NIM. 30402300251

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: I Nyoman Raditya Ramaputra
NIM	: 30402300251
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

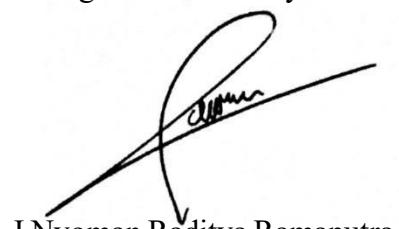
Dengan ini menyerahkan hasil karya ilmiah berupa Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEBERMANFAATAN TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MELALUI SIKAP PENGGUNA APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PADA NASABAH PEGADAIAN CABANG PEDURUNGAN”

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif 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 tulis ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 27 Juli 2025
Yang Memberi Pernyataan

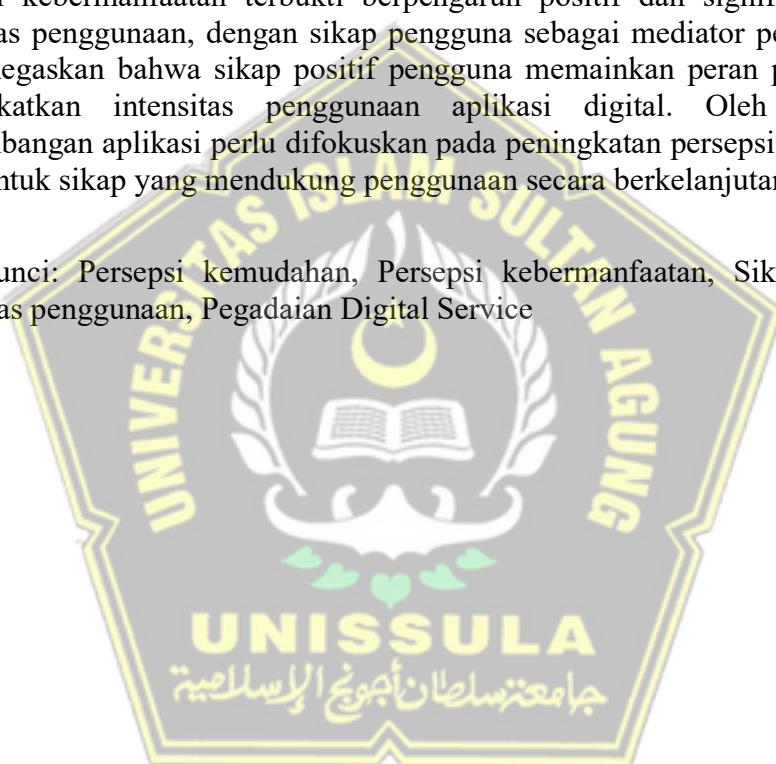


I Nyoman Raditya Ramaputra
Nim. 30402300251

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan terhadap intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service, dengan sikap pengguna sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada 85 responden yang merupakan nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan analisis data menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan, baik secara langsung maupun melalui sikap pengguna. Sebaliknya, persepsi kebermanfaatan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan, dengan sikap pengguna sebagai mediator penuh. Temuan ini menegaskan bahwa sikap positif pengguna memainkan peran penting dalam meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi digital. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi perlu difokuskan pada peningkatan persepsi manfaat guna membentuk sikap yang mendukung penggunaan secara berkelanjutan.

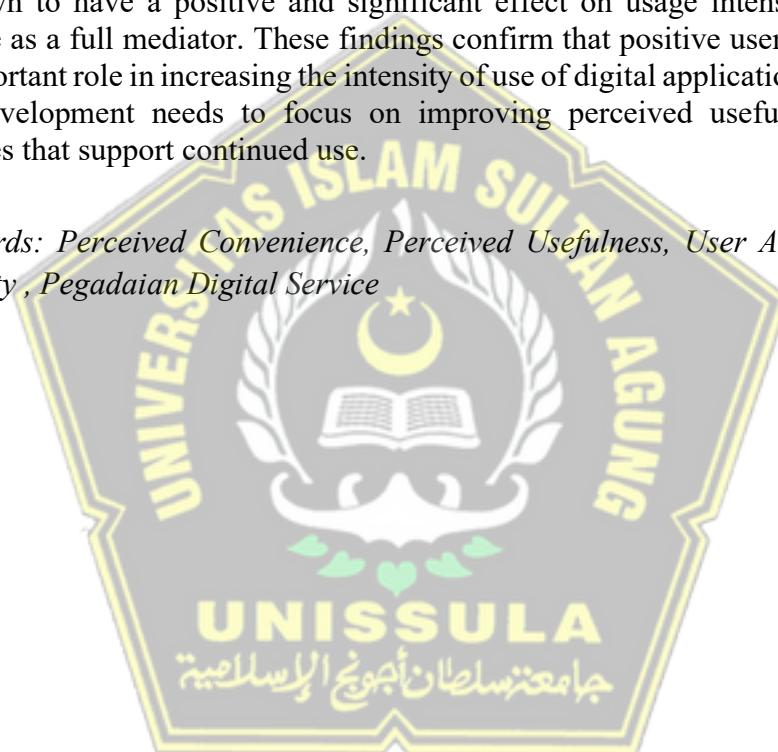
Kata kunci: Persepsi kemudahan, Persepsi kebermanfaatan, Sikap pengguna, Intensitas penggunaan, Pegadaian Digital Service



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on the intensity of use of the Pegadaian Digital Service application, with user attitude as a mediating variable. This research was conducted on 85 respondents who are Pedurungan Branch Pawnshop customers. The data collection method was carried out through distributing questionnaires, and data analysis using the Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) approach. The results showed that perceived ease of use did not have a significant effect on usage intensity, either directly or through user attitudes. In contrast, perceived usefulness is shown to have a positive and significant effect on usage intensity, with user attitude as a full mediator. These findings confirm that positive user attitudes play an important role in increasing the intensity of use of digital applications. Therefore, app development needs to focus on improving perceived usefulness to form attitudes that support continued use.

Keywords: Perceived Convenience, Perceived Usefulness, User Attitude, Usage Intensity, Pegadaian Digital Service

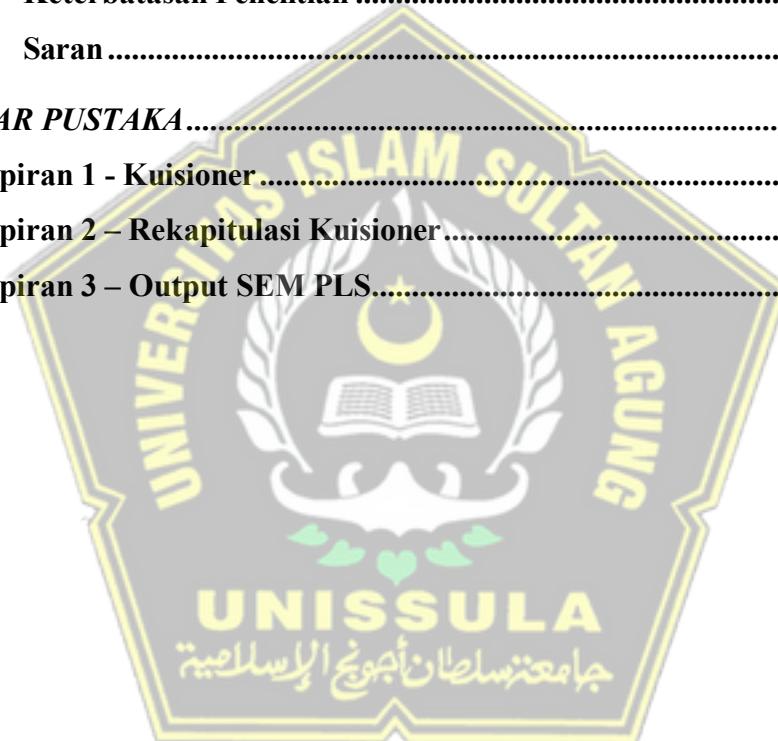


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	11
2.1.2 Hubungan Antar Variabel Dalam Teori TAM	12
2.1.3 Persepsi Kemudahan.....	14
2.1.4 Persepsi Kebermanfaatan	15
2.1.5 Sikap Pengguna terhadap Aplikasi Keuangan Digital	17
2.1.6 Intensitas Penggunaan Aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i>	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i>	19
2.2.2 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i>	20

2.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> melalui Sikap Pengguna	22
2.2.4 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> melalui Sikap Pengguna	22
2.2.5 Pengaruh Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i>	23
2.3 Model Empiris.....	24
<i>BAB III METODE PENELITIAN.....</i>	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel	26
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	27
3.3.1 Sumber Data.....	27
3.3.2 Jenis Data	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Variabel dan Indikator.....	29
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Pengujian Hipotesis	31
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	33
3.6.3 Uji t.....	34
3.6.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	34
<i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</i>	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Demografi Responden	35
4.2 Deskripsi Variabel	37
4.2.1 Persepsi Kemudahan.....	38
4.2.2 Persepsi Kebermanfaatan	39
4.2.3 Sikap Pengguna	40
4.2.4 Intensitas Penggunaan.....	40
4.3 Analisis Data.....	41
4.3.1 <i>Measurement Model</i> (<i>Outer Model</i>)	41
4.3.2 Uji Model Struktural atau Inner Model	47
4.3.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	52

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.4.1 Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan	54
4.4.2 Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan.....	55
4.4.3 Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna	56
4.4.4 Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna	57
4.4.5 Sikap Pengguna terhadap Intensitas Pengguna.....	59
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Penelitian	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63
5.4 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran 1 - Kuisioner	69
Lampiran 2 – Rekapitulasi Kuisioner	73
Lampiran 3 – Output SEM PLS.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kemudahan (X1)
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kebermanfaatan (X2).....
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pengguna (Z)
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Intensitas Penggunaan (Y).....
Tabel 4.9 <i>Cross Loadings</i>
Tabel 4.10 Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....
Tabel 4.10 Nilai <i>Average Variant Extracted</i> (AVE).....
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>
Tabel 4.12 <i>Cronbach's Alpha</i>
Tabel 4.13 <i>R-Square</i>
Tabel 4.14 SRMR Mode
Tabel 4.15 T-Statistics dan P-Values, Pengaruh Langsung
Tabel 4.16 T-Statistics dan P-Values, Pengaruh Tidak Langsung.....

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Jumlah persentase pengguna aplikasi PDS di Pegadaian Cabang Pedurungan.....
- Gambar 1.2 Jumlah perbandingan nasabah corporate dengan pengguna aplikasi PDS di Pegadaian Cabang Pedurungan.....
- Gambar 2.1 Model Empiris.....
- Gambar 4.1 Hasil Pengujian Outer Model.....
- Gambar 4.2 Hasil Pengujian Inner Model.....



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 - Kuisisioner
- Lampiran 2 – Rekapitulasi Kuisioner.....
- Lampiran 3 – Output SEM PLS



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEBERMANFAATAN TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MELALUI SIKAP PENGGUNA APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PADA NASABAH PEGADAIAN CABANG PEDURUNGAN”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **M. Faisal Yul Zamrudi, ST., MIT., Ph.D**, selaku dosen pembimbing saya.
2. **Prof. Dr. H. Gunarto, SH, MH.**, selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
3. **Prof. Dr. Heru Sulistyo, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNISSULA.
4. **Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNISSULA.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi UNISSULA yang telah memberikan ilmu dan layanan akademik selama masa studi penulis.
6. Mama, Papa, Kak Arma, Wina, dan Meyra yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moril maupun materiil.
7. Almarhumah Ni Luh Putu Dian Adira Larasti (kakak pertama saya) yang telah berpulang pada tanggal 6 Juli 2025, semoga kami bisa dipertemukan kembali di Surga nanti.
8. Bude dan Pakde saya yang telah memberi banyak dukungan dan doa, dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Keluarga Cemara (Brina, Irma, Vara, Aisyah, Villandha, Krisna, Bayu Lambang, Habibi, Billy, dan Alm.Berliana) teman-teman SMA saya yang selalu memberi dukungan dan doa kepada saya.
10. Sarr gib Foundation (Silvy, Alifah, Ricky, Giovani, dan Bulan) saudara - saudara saya yang selalu menemani saya dan selalu menghibur saya.
11. Mas Edy, Amanda, Alvira Indah, Mas Aringga, Salsabila Azalea Putri yang telah memberi banyak referensi dan masukan – masukan saat saya menyusun skripsi ini.

12. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNISSULA, yang selalu memberi semangat dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
13. Teman – teman insan Pegadaian Cabang Pedurungan yang sudah memberi ijin untuk melakukan peneltian terkait nasabah Pegadian *Digital Service*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, khususnya bagi pengembangan ilmu manajemen dan praktik bisnis digital.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridha-Nya kepada kita semua. Aamiin ya Rabbal 'alamin.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital saat ini membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Teknologi tidak lagi hanya menjadi alat bantu, tetapi menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Setiap individu kini tertarik untuk menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi, baik untuk kebutuhan pribadi maupun untuk kepentingan sosial dan profesional. Fenomena ini membawa berbagai dampak yang bisa bersifat positif maupun negatif dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara (Danuri, 2019).

Prayustika et al. (2020) menyatakan meningkatnya pengguna internet dan smartphone di Indonesia seharusnya menjadi modal utama dalam memperluas pemanfaatan teknologi finansial untuk layanan jasa keuangan. Namun, rendahnya literasi, keterbatasan akses, dan masih minimnya kepercayaan masyarakat menjadi tantangan yang harus diatasi bersama oleh pemerintah, sektor keuangan, dan pelaku industri teknologi. Hal ini tentunya membuat perusahaan yang bergerak dalam layanan jasa keuangan harus berinovasi lebih lagi dalam memberikan literasi keuangan dalam bentuk teknologi kepada masyarakat yang memiliki berbagai macam latar belakang.

Solarz & Adamek (2023) menyatakan adopsi layanan keuangan digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap layanan-layanan ini dan kerangka kerja regulasi yang mengaturnya. Perkembangan pemberi pinjaman FinTech dan layanan mereka didorong oleh faktor - faktor seperti kepercayaan, inovasi pribadi, persepsi kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan. Platform digital, termasuk platform keuangan digital, telah menyebabkan perubahan struktur pasar keuangan, model bisnis organisasi keuangan, dan perilaku konsumen layanan keuangan. Kepercayaan memainkan peran penting dalam adopsi layanan keuangan mobile, dengan persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan diperkuat

dalam lingkungan kepercayaan yang tinggi (Simatele, 2024). Faktor – faktor seperti ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, kondisi fasilitas, pengaruh sosial, nilai harga, dan keamanan teknis yang dirasakan memengaruhi kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap platform pembayaran digital (Rosli et al., 2023). Secara keseluruhan, interaksi dari faktor-faktor ini membentuk adopsi teknologi dan kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap layanan keuangan digital, yang menyoroti pentingnya memahami dan menangani faktor-faktor ini dalam desain dan implementasi platform dan layanan digital.

PT. Pegadaian adalah merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang jaminan segala kebendaan (barang). Prosedur peminjaman gadai pada Pegadaian tidak serumit prosedur peminjaman melalui lembaga perbankan. Prosedur peminjaman gadai pada Pegadaian jauh lebih sederhana, mudah, dan cepat. Bagi Pegadaian yang dipentingkan, bahwa setiap peminjaman (uang) haruslah disertai dengan jaminan kebendaan bergerak milik debitur atau seseorang lain. Dalam praktik Pegadaian, pemberian pinjaman gadai dilakukan secara tertulis dalam bentuk akta di bawah tangan, yang dinamakan dengan Surat Bukti Kredit (SBK) (Arini Putri Astuti et al., 2024).

PT. Pegadaian saat ini melakukan transformasi dalam dunia digital dengan menciptakan aplikasi berbasis web yang dinamakan “Pegadaian Digital Service (PDS)”. Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan layanan Pegadaian berbasis web untuk mempermudah pelayanan nasabah dalam bertransaksi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dalam mempermudah pelayanan transaksi nasabah. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa penggunaan aplikasi Pegadaian digital mempermudah pelayanan nasabah dalam bertransaksi.

Sikap adalah salah satu istilah bidang psikologi yang berhubungan dengan persepsi dan tingkah laku. Istilah sikap dalam bahasa Inggris disebut attitude. Attitude adalah suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang. Suatu kecenderungan untuk bereaksi terhadap suatu perangsang atau situasi yang dihadapi (Anugerah Ilahi et al., 2025). Dalam beberapa hal sikap sangat berpengaruh

terhadap tingkah laku manusia. Sikap dapat dilihat dari berbagai unsur yang terkait seperti kepribadian, motif, tingkah laku, keyakinan dan lain – lain. Sikap terhadap aplikasi keuangan digital juga sering kali bergantung pada tingkat kepuasan pengguna terhadap pengalaman mereka. Sedangkan menurut Judijanto et al. (2024) sikap adalah salah satu unsur kepribadian yang harus dimiliki seseorang untuk menentukan tindakannya dan bertingkah laku terhadap suatu objek disertai dengan perasaan positif dan negatif.

Aplikasi yang terus memberikan pelayanan yang baik, responsif terhadap keluhan, dan melakukan pembaruan yang relevan akan mempertahankan sikap positif penggunanya dan mendorong penggunaan berulang. Sikap pengguna terhadap objek yang digunakan mencakup bagaimana perasaan, keyakinan, dan persepsi pengguna terhadap objek atau teknologi yang mereka gunakan, baik itu berupa perangkat, aplikasi, atau sistem tertentu. Dalam konteks aplikasi keuangan digital, objek yang digunakan bisa merujuk pada aplikasi itu sendiri, perangkat mobile (*smartphone*), serta fitur-fitur yang ada di dalamnya. Sikap pengguna terhadap objek ini mempengaruhi seberapa efektif mereka menggunakan aplikasi atau perangkat tersebut.

Davis (1989), menyatakan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan merupakan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Anugerah Ilahi et al. (2025) juga menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Jogiyanto (2007) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu faktor kepercayaan dalam pengambilan keputusan. Jika seorang pengguna merasa bahwa sistem informasi yang ia gunakan sangat mudah untuk dipahami dan dioperasikan maka pengguna tersebut akan menggunakannya secara terus – menerus.

Persepsi kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi seberapa sukses sebuah teknologi atau aplikasi diterima oleh pengguna. Jika teknologi dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan, proses yang sederhana, serta memberikan dukungan yang memadai, maka pengguna akan lebih cenderung mudah menguasainya. Aplikasi atau sistem yang sulit digunakan dapat menghasilkan pengguna mudah frustrasi, kemudian menurunkan kepuasan, dan bahkan menyebabkan pengguna beralih ke alternatif lain. Oleh karena itu, bagi pengembang aplikasi, penting untuk selalu mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan dalam desain dan pengembangan aplikasi agar pengguna merasa nyaman dan puas.

Davis (2012) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) berdasarkan kata useful (manfaat) yaitu **capable of being used advantageously** atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi kebermanfaatan juga didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna yakin bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja dari suatu kegiatan (Anggraeni dan Harris, 2015). Tirtana dan Sari (2014) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan secara positif berpengaruh terhadap minat beli ulang, atau bisa dikatakan si pengguna masih ingin menggunakan produk tersebut secara terus – menerus.

Persepsi kebermanfaatan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi atau suatu aplikasi tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Jika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi maupun teknologi tersebut dapat membantu mereka mencapai tujuan atau menyelesaikan tugasnya dengan lebih efisien, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakaninya. Oleh karena itu, bagi pengembang teknologi, penting untuk selalu menekankan pada bagaimana aplikasi atau sistem mereka dapat memberikan manfaat nyata bagi pengguna, baik dalam hal kenyamanan, efisiensi, keamanan, atau peningkatan produktivitas.

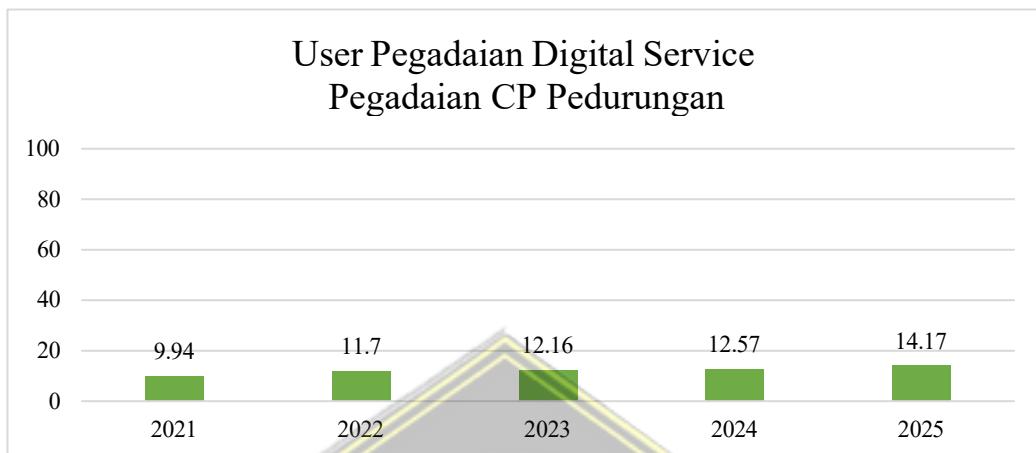
Pratama et al. (2022) menyatakan sikap pengguna berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan aplikasi PLN Daily. Ferinaldy et al. (2019) juga menyatakan sikap pengguna berpengaruh positif sebesar 0.24 terhadap niat perilaku secara signifikan dalam menggunakan uang elektronik. Selain itu, intensi

pembelian pengguna Shopee dipengaruhi oleh sikap pengguna Shopee (Agung et al., 2020). Namun menurut Khaulia (2021) menyatakan bahwa sikap pengguna tidak berpengaruh terhadap niat pembelian produk kosmetik halal pada wanita muslim di daerah Kabupaten Semarang.

Prasetya & Putra (2020) menyatakan persepsi kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan e-money di Surabaya. Putri et al. (2024) juga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi *fintech* Adiraku. Selain itu menurut Simeru & Tanamal (2020) persepsi kemudahan didapatkan hasil bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh secara signifikansi parsial dan variabel mengarah positif terhadap intensi penggunaan aplikasi UC Student. Namun menurut Nugroho, H., Suhud, U., & Rochyati, R. (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan mahasiswa di Jakarta tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan teknologi tablet itu sendiri.

Indriyani et al. (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat menunjukkan 92,6% generasi Z setuju bahwa e-wallet memberikan manfaat pada kegiatan bertransaksi. Syarif, R., & Malik, A. J. (2024) menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z dan Milenial di Kota Makassar. Selain itu Aditya & Mahyuni (2022) menyatakan bahwa variabel laten eksogen persepsi kebermanfaatan memperoleh nilai original sampel yakni sebesar 0.185 yang diartikan persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 18.5% terhadap variabel endogen minat penggunaan fintech. Namun temuan ini menolak penelitian Nasih et al. (2024) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan QRIS dengan korelasi sebesar 90,9% serta nilai t-statistic $2,793 > 1,96$.

Gambar 1.1 Jumlah persentase pengguna aplikasi PDS di Pegadaian Cabang Pedurungan



Sumber : data MIS Pegadaian Cabang Pedurungan

Pada tahun 2018, PT.Pegadaian memperkenalkan sebuah aplikasi transaksi online mereka yang diberi nama aplikasi PDS (Pegadaian Digital Service). Aplikasi PDS adalah salah satu pelayanan dengan basis aplikasi yang membantu nasabah pegadaian untuk melakukan transaksi gadai ataupun yang lainnya melalui smartphone (Wijayanti, 2020). Tujuan dari pembuatan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yaitu agar dapat menjangkau masyarakat yang telah memiliki gaya hidup serba digital untuk menawarkan produk dari pegadaian (Razak et al., 2020). Aplikasi Pegadaian Digital Service memiliki beberapa keuntungan terhadap outlet Pegadaian sendiri, yaitu pertama dapat mengurangi antrian nasabah yang datang ke outlet secara langsung,. Kedua meminimalisir nasabah yang bertransaksi menggunakan uang tunai, sehingga membuat saldo kas kasir tidak berlebihan. Hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian KPI seorang petugas kasir. Ketiga para petugas dapat lebih focus untuk mempromosikan produk pegadaian daripada menjalankan pelayanan di outlet. Namun berdasarkan data grafik diatas tingkat persentase user aplikasi Pegadaian Digital Service di cabang Pedurungan masih sangat rendah. Meskipun setiap tahunnya memiliki kenaikan persentase dibanding tahun sebelumnya, tetapi jumlah persentase user Pegadian Digital Service di cabang Pedurungan bisa dibilang masih rendah.

Menurut Hermana (2020) mengatakan bahwa terdapat peraturan tentang adanya pengelolaan pada kegiatan internet banking yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tanggal 20 April 2024, tentang bagaimana penerapan manajemen risiko yang baik untuk aktivitas pelayanan jasa bank dengan penggunaan internet. Jadi, keberhasilan internet banking tergantung pada bagaimana nasabah menerima dan menggunakan sistem tersebut. Tingkat penerimaan inovasi teknologi seseorang dipengaruhi oleh karakteristik sosioekonomi dan juga persepsi masyarakat tentang teknologi tersebut serta macam-macam jenis layanan itu sendiri. Penelitian ini merupakan penerapan model TAM dalam penerimaan dan penggunaan internet banking. Penelitian Mayasari, Kurniawati, & Nugroho et al. (2019) menjelaskan bahwa tujuan pengembangan model TAM ini adalah untuk menggambarkan perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi. Dalam TAM terdapat dua variabel utama dalam penggunaan sistem informasi yaitu adanya persepsi manfaat dan adanya persepsi kemudahan penggunaan. Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang adanya pengaruh dari faktor eksternal dari kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM merupakan perilaku yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa sistem informasi banyak gagal diterapkan, yaitu karena pemakainya tidak memiliki intensi perilaku (*behaviour intention*) untuk menggunakan dalam pemakaian ebanking.

Gambar 1.2 Jumlah perbandingan nasabah corporate dengan pengguna aplikasi PDS di Pegadaian Cabang Pedurungan

USER PEGADAIAN DIGITAL SERVICE PEGADAIAN CP PEDURUNGAN			
TAHUN	JMLH NASABAH	USER PDS	PERSENTASE
2021	11.136	1.107	9.94%
2022	12.244	1.432	11.7%
2023	13.285	1.616	12.16%
2024	14.005	1.760	12.57%
2025	16.031	2.272	14.17%

Sumber : data MIS Pegadaian Cabang Pedurungan

Berdasarkan data diatas, perbandingan antara jumlah nasabah corporate Pegadaian Cabang Pedurungan dengan user aplikasi PDS bisa dibilang sangat jauh berbeda. Hal tersebut menjadi salah satu alasan peneliti mengambil masalah ini. Selain itu Pegadian Cabang Pedurungan sendiri memiliki target untuk user aplikasi PDS pada tahun 2025, dimana Pegadaian Cabang Pedurungan harus mencapai minimal 75% nasabah untuk memiliki akun user Pegadaian Digital Service tersebut. Berdasarkan fenomena dan *research GAP* yang ada maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Service (studi kasus pada Nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka bagaimana pengaruh dari Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna sebagai variabel mediasi pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan. Sehingga pertanyaan penelitian (*question research*) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan ?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan ?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan ?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan ?

5. Bagaimana pengaruh Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan.
2. Dapat mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan.
3. Dapat mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* melalui Sikap Pengguna pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan.
4. Dapat mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* melalui Sikap Pengguna pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan.
5. Dapat mengetahui pengaruh Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* pada nasabah Pegadaian Cabang Pedurungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penulis berharap penelitian ini dapat berguna untuk berbagai pihak, antar lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat terhadap masyarakat terutama pada nasabah Pegadian

Cabang Pedurungan dalam penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service untuk bertransaksi.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan untuk Pegadaian Cabang Pedurungan mengenai faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service pada nasabah, sehingga pihak Pegadaian Cabang Pedurungan dapat meningkatkan layanan pada aplikasi Pegadaian Digital Service.
- c. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan persepsi pengaruh kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan sikap pengguna terhadap intensi penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat, yaitu:

- a. Bagi penulis setelah dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service.
- b. Bagi akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan informasi dalam penerapan ilmu pengetahuan dalam mengetahui minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service pada nasabah Pegadaian cabang Pedurungan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya pengguna teknologi informasi tertentu. Teori tersebut sesuai dengan apa yang dilakukan peneliti untuk menentukan kepuasan nasabah pegadaian Service dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Model TAM telah diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1975, 1980) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Berasal dari penelitian sebelumnya yang dimulai dari teori sikap dan perilaku, maka penekanan TRA waktu itu ada pada sikap yang ditinjau dari sudut pandang psikologi.

Pada tahun 1986, Davis melakukan penelitian Disertasi dengan mengadaptasi TRA tersebut. Lalu pada tahun 1989, Davis mempublikasikan hasil penelitian disertasinya pada jurnal MIS Quarterly, sehingga memunculkan teori TAM dengan penekanan pada persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang memiliki hubungan untuk memprediksi sikap dalam menggunakan sistem informasi. Jadi dalam penerapannya, maka model TAM jauh lebih luas daripada model TRA (Fatmawati, 2015). Technology Acceptance Model menunjukkan kegunaan dan kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat individu dalam menggunakan teknologi informasi, dengan dua konstruk yaitu persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi kebermanfaatan (perceived usefulness) yang diterapkan pada berbagai konteks penerimaan teknologi komputer (Davis, 1989).

Menurut penelitian Oktofiyani et al., (2016), Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi khususnya teknologi informasi (Napitupulu, 2017). Selain itu menurut Putri et al., (2018) teori TAM menyebutkan pengguna sering menggunakan suatu sistem teknologi karena mudah digunakan dan bermanfaat bagi pengguna sistem tersebut. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Hamida, S. A. 2023). *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki dua konstruk yang akan dijadikan sebagai alat mengukur TAM oleh peneliti di dalam penelitian ini, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*).

2.1.2 Hubungan Antar Variabel Dalam Teori TAM

2.1.2.1 Persepsi Kemudahan dalam TAM

Menurut Widjana (2020) kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Menurut Panggih dan Paulus (2014) kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu kepercayaan bahwa suatu sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Menurut Hadyan dan Syaefullah (2020) bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya.

Keputusan menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Nasabah yang telah nyaman, percaya dan merasa puas dalam menggunakan internet banking akan setia dalam menggunakan layanan ini untuk membantu dalam kegiatan sehari-hari. Pemanfaatan suatu teknologi

menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan serangkaian tugasnya. Idealnya, dalam hubungannya dengan faktor kecocokan tugas dengan teknologi, pemanfaatan teknologi diukur dari seberapa besar keinginan pemakai untuk menggunakan sistem, kesesuaian akan kebutuhan, dukungan dalam menggunakannya, dan merekomendasikannya kepada orang lain (Maharsi dan Yuliani, 2017).

2.1.2.2 Persepsi Kebermanfaatan dalam TAM

Layanan *Digital Service* akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Dalam *Digital Service* bertujuan memberi kemudahan bagi nasabahnya untuk bertransaksi. Nasabah menggunakan *Digital Service* apabila orang tersebut percaya bahwa *Digital Service* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya (Syamsul & Novi, 2020).

Menurut Jogiyanto (2017) manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam berkerja, artinya bahwa manfaat dari product digital akan mampu meningkatkan produktifitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut.

2.1.2.3 Sikap Penggunaan dalam TAM

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) merujuk pada perasaan positif atau negatif seseorang terhadap suatu sistem atau teknologi. Ini adalah evaluasi pengguna terhadap keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi atau sistem informasi tertentu. Sikap ini dibentuk berdasarkan persepsi tentang kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Menurut Davis (1989) Sikap penggunaan teknologi didefinisikan Davis sebagai suatu perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan suatu tindakan terhadap suatu sistem. Sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi informasi adalah respon afektif yang

relatif tetap terhadap teknologi tertentu, yang ditunjukkan melalui kecenderungan untuk menerima atau menolak penggunaannya (Jogiyanto, 2007).

2.1.2.4 Intensitas Penggunaan dalam TAM

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), "Intensitas Penggunaan" mengacu pada seberapa sering atau teratur seseorang menggunakan suatu teknologi. Ini adalah ukuran perilaku penggunaan yang mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna dengan sistem atau aplikasi tertentu. Intensitas penggunaan seringkali dipandang sebagai hasil dari variabel lain dalam TAM, seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Jika pengguna merasa suatu teknologi mudah digunakan dan bermanfaat, mereka cenderung akan menggunakannya lebih sering.

Intensitas penggunaan adalah ukuran seberapa sering dan berapa lama pengguna menggunakan suatu sistem atau aplikasi dalam periode tertentu (Jogiyanto 2007). Menurut Goodhue & Thompson (1995), intensitas penggunaan adalah sejauh mana seseorang memanfaatkan fitur-fitur sistem informasi untuk menyelesaikan tugas-tugasnya secara efektif. Selain itu intensitas penggunaan juga diartikan sebagai tingkat keterlibatan pengguna dalam menggunakan sistem secara sukarela dan berulang dalam aktivitas sehari-hari (Venkatesh et al., 2003). Intensitas penggunaan merupakan seberapa sering, lama, dan konsistennya seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi atau sistem dengan konteks aktivitas tertentu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan, manfaat, sikap, serta kebutuhan.

2.1.3 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi seberapa sukses sebuah teknologi atau aplikasi diterima oleh pengguna. Jika teknologi dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan, proses yang sederhana, serta memberikan dukungan yang memadai, maka pengguna akan lebih cenderung mudah menguasainya. Aplikasi atau sistem yang sulit digunakan dapat menghasilkan pengguna mudah frustrasi, kemudian menurunkan kepuasan, dan bahkan menyebabkan pengguna beralih ke alternatif lain. Oleh karena itu, bagi

pengembang aplikasi, penting untuk selalu mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan dalam desain dan pengembangan aplikasi agar pengguna merasa nyaman dan puas.

Prasetya & Putra (2020) menyatakan persepsi kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap sikap penggunaan e-money di Surabaya yang menyebabkan tingginya intesitas penggunaan e-money di Surabaya. Putri et al. (2024) juga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi *fintech* Adiraku. Selain itu menurut Simeru & Tanamal (2020) persepsi kemudahan didapatkan hasil bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh secara signifikansi parsial dan variabel mengarah positif terhadap intensi penggunaan aplikasi UC Student. Namun menurut Nugroho et al. (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan mahasiswa di Jakarta tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan teknologi tablet itu sendiri.

Davis (1989) mendefinisikan Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Dengan kata lain apabila dalam menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar, maka persepsi pengguna akan kemudahan penggunaan suatu sistem tersebut akan meningkat. Indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), menurut Davis (1989) yang dikutip oleh Joan dan Sitinjak (2019) adalah:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)
3. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)
4. Fleksibel (*flexible*)
5. Mudah untuk menjadi terampil atau mahir (*easy to become skillful*)
6. Mudah digunakan (*easy to use*)

2.1.4 Persepsi Kebermanfaatan

Davis (2012) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) berdasarkan kata *useful* (manfaat) yaitu *capable of being used*

advantageously atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi kebermanfaatan juga didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna yakin bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja dari suatu kegiatan (Anggraeni dan Harris, 2015). Tirtana dan Sari (2014) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan secara positif berpengaruh terhadap minat beli ulang, atau bisa dikatakan si pengguna masih ingin menggunakan produk tersebut secara terus – menerus.

Indriyani et al. (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat menunjukkan 92,6% generasi Z setuju bahwa e-wallet memberikan manfaat pada kegiatan bertransaksi. Syarif, R., & Malik, A. J. (2024) menyatakan persepsi manfaat berpengaruh sikap positif pengguna terhadap Intensi Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z dan Milenial di Kota Makassar. Selain itu Aditya & Mahyuni (2022) menyatakan bahwa variabel laten eksogen persepsi kebermanfaatan memperoleh nilai original sampel yakni sebesar 0,185 yang diartikan persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 18,5% terhadap variabel endogen minat penggunaan fintech. Namun temuan ini menolak penelitian Nasih et al. (2024) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan QRIS dengan korelasi sebesar 90,9% serta nilai t-statistic $2,793 > 1,96$.

Menurut Davis dalam Joan dan Sitinjak (2019) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan performa kinerjanya. Hal tersebut berkaitan dengan rasa percaya yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan sistem yang akan memberikan dampak atau manfaat pada pekerjaan sehari – hari khususnya yang berhubungan dengan keuangan. Pendapat lain dari ahli menyatakan Wibowo (2008) jika persepsi kebermanfaatan ini dapat dijadikan sebagai acuan penggunaan suatu teknologi dengan manfaat yang akan di berikan pada penggunanya. Dalam kaidahnya, terdapat beberapa indikator yang menjadi acuan pengukuran pada persepsi kebersamaan yang dijabarkan oleh Davis (1989) dan diperbarui dalam jurnal Chairani & Farina (2021) diantaranya sebagai berikut:

1. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)

2. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*)
3. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
4. Efektifitas (*effectiveness*)
5. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*)
6. Bermanfaat (*usefull*)

2.1.5 Sikap Pengguna terhadap Aplikasi Keuangan Digital

Sikap pengguna terhadap objek yang digunakan mencakup bagaimana perasaan, keyakinan, dan persepsi pengguna terhadap objek atau teknologi yang mereka gunakan, baik itu berupa perangkat, aplikasi, atau sistem tertentu. Dalam konteks aplikasi keuangan digital, objek yang digunakan bisa merujuk pada aplikasi itu sendiri, perangkat mobile (*smartphone*), serta fitur-fitur yang ada di dalamnya. Sikap pengguna terhadap objek ini mempengaruhi seberapa efektif mereka menggunakan aplikasi atau perangkat tersebut.

Sikap pengguna berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan aplikasi PLN Daily, sehingga meningkatkan intensi penggunaan aplikasi PLN Daily tersebut Ferinaldy et al. (2019) dan Pratama et al. (2022) juga menyatakan sikap pengguna berpengaruh positif sebesar 0.24 terhadap niat perilaku secara signifikan dalam menggunakan uang elektronik. Selain itu, intensi pembelian pengguna Shopee dipengaruhi oleh sikap pengguna Shopee (Agung et al., 2020). Namun menurut Khaulia (2021) menyatakan bahwa sikap pengguna tidak berpengaruh terhadap niat pembelian produk kosmetik halal pada wanita muslim di daerah Kabupaten Semarang. Menurut Davis (1989), sikap pengguna terhadap sistem (*attitude toward using*) memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

1. Penggunaan sistem terasa menyenangkan (*pleasant to use*)
2. Menggunakan sistem adalah ide yang baik (*a good idea*)
3. Merasa puas menggunakan sistem (*satisfaction*)
4. Merasa nyaman dalam menggunakan sistem (*comfort*)

2.1.6 Intensitas Penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*

Intensitas penggunaan adalah ukuran seberapa sering dan berapa lama pengguna menggunakan suatu sistem atau aplikasi dalam periode tertentu (Jogiyanto 2007). Menurut Goodhue & Thompson (1995), intensitas penggunaan adalah sejauh mana seseorang memanfaatkan fitur-fitur sistem informasi untuk menyelesaikan tugas-tugasnya secara efektif. Selain itu intensitas penggunaan juga diartikan sebagai tingkat keterlibatan pengguna dalam menggunakan sistem secara sukarela dan berulang dalam aktivitas sehari-hari (Venkatesh et al., 2003). Intensitas penggunaan merupakan seberapa sering, lama, dan konsistennya seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi atau sistem dengan konteks aktivitas tertentu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan, manfaat, sikap, serta kebutuhan.

Pada tahun 2018, PT Pegadaian memperkenalkan sebuah aplikasi transaksi *online* mereka yang diberi nama aplikasi PDS (Pegadaian Digital Service). Aplikasi PDS adalah salah satu pelayanan dengan basis aplikasi yang membantu nasabah pegadaian untuk melakukan transaksi gadai ataupun yang lainnya melalui smartphone (Wijayanti et al., 2020). Tujuan dari pembuatan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yaitu agar dapat menjangkau masyarakat yang telah memiliki gaya hidup serba digital untuk menawarkan produk dari pegadaian (Razak et al., 2020).

Dengan semakin banyaknya nasabah yang menggunakan aplikasi *Pegadian Digital Service* maka beban operasional di kantor cabang berkurang, sehingga perusahaan bisa mengefisiensikan biaya operasional yang timbul. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara manual bisa dialihkan ke sistem digital, sehingga mengurangi antrian, penggunaan kertas, dan sumber daya manusia. Aplikasi Pegadaian Digital Service ini juga memungkinkan perusahaan untuk menjangkau lebih banyak nasabah, termasuk di daerah terpencil, sehingga cakupan pasar yang dikuasai oleh perusahaan juga cukup luas. Selain itu aplikasi Pegadaian Digital Service juga dapat meinimalisir adanya *human error*, serta dengan adanya aplikasi ini dapat memperkuat brand image PT. Pegadian di kalangan masayarakat, karena

PT. Pegadaian mampu mengadopsi teknologi digital jasa keuangan sehingga mampu unutk bersaing dengan perusahaan penyedia jasa keuangan lainnya.

Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa intensitas penggunaan sistem informasi mencerminkan seberapa sering dan dalam kondisi apa sistem digunakan.

Ada 4 indikator menurut Jogiyanto:

1. Seberapa sering pengguna mengakses sistem (frekuensi)
2. Berapa lama pengguna menggunakan sistem dalam sekali waktu (durasi)
3. Jenis layanan/fungsi yang digunakan (cakupan penggunaan)
4. Waktu penggunaan dalam konteks kegiatan harian (regularitas)

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana seseorang berpikir bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Variabel Kemudahan Penggunaan Pegadaian *Digital Service* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan Pegadaian *Digital Service* dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan. Dalam penelitian ini Kemudahan Penggunaan berarti pelaku usaha di nasabah Pegadaian percaya bahwa penggunaan Pegadaian *Digital Service* akan bebas dari usaha, dan selanjutnya akan menggunakan Pegadaian *Digital Service* bahkan akan berlanjut untuk menggunakannya di masa yang akan datang untuk memperlancar kegiatan bisnis dan semakin banyak penggunanya.

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna teknologi mempercayai bahwa teknologi informasi yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik Kemudahan Penggunaan. Kemudahan Penggunaan terhadap penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* oleh nasabah memberikan penekanan pada kemudahan yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Nasabah beranggapan bahwa Pegadaian *Digital Service* yang dipelajari mudah, tentu akan

mengesampingkan segala kekurangan yang ada. Dengan kemudahan yang dimiliki oleh aplikasi Pegadaian *Digital Service* ini nasabah beranggapan sistem pembayaran yang dilakukan akan lancar dan produktivitas menjadi meningkat maka akan menambah intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*.

Prasetya & Putra (2020) menyatakan persepsi kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan e-money di Surabaya. (Putri et al., 2024) juga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berdampak positif terhadap penggunaan aplikasi *fintech* Adiraku. Selain itu menurut Simeru & Tanamal (2020) persepsi kemudahan didapatkan hasil bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh secara signifikansi parsial dan variabel mengarah positif terhadap intensi penggunaan aplikasi UC Student.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetya & Putra (2020) Putri et al. (2024) menunjukan bahwa variable persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan dalam menggunakan teknologi finansial.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diasumsikan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini berikut:

H_1 : Terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

2.2.2 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

Kebermanfaatan merupakan kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Seseorang akan menggunakan sistem tersebut ketika sistem tersebut dapat memberikan manfaat dan dapat meningkatkan kinerjanya. Seberapa banyak manfaat yang diperoleh selama penggunaan sistem tersebut akan mempengaruhi distribusi yang dilakukan. Kebermanfaatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah manfaat yang diperoleh nasabah ketika menggunakan Pegadaian *Digital Service* dalam melakukan pembayaran, pengecekan fitur bahkan perhitungan skema pembayaran menggunakan Pegadaian *Digital Service* membuat lebih mudah sehingga dapat diasumsikan bahwa Pegadaian *Digital Service* memberikan manfaat. Semakin

banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah Pegadaian dalam menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service*, maka akan meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Saat nasabah menggunakan Pegadaian *Digital Service* merasakan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya akan memberikan pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan aplikasi. Hal tersebut karena nasabah sebagai pengguna merasakan suatu aplikasi bermanfaat dan berguna untuk mempermudah mencari informasi yang dibutuhkan melalui fitur, nasabah cenderung akan lebih sering menggunakan aplikasi tersebut.

Indriyani et al. (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat menunjukkan 92,6% generasi Z setuju bahwa e-wallet memberikan manfaat pada kegiatan bertransaksi. Syarif, R., & Malik, A. J. (2024) menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z dan Milenial di Kota Makassar. Selain itu Aditya & Mahyuni (2022) menyatakan bahwa variabel laten eksogen persepsi kebermanfaatan memperoleh nilai original sampel yakni sebesar 0.185 yang diartikan persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 18.5% terhadap variabel endogen minat penggunaan fintech.

Dengan meningkatnya penggunaan teknologi maka terdapat manfaat, manfaat yang dirasakan oleh pengguna mampu mempengaruhi intensitas penggunaan suatu aplikasi finansial. Penelitian – penelitian tersebut dapat dilihat bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan dapat mempengaruhi seberapa besar Intensitas Penggunaan terhadap aplikasi finansial. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indriyani et al. (2022), (Syarif, R., & Malik, A. J., 2024), Aditya & Mahyuni (2022) , menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh pada intensitas penggunaan terhadap aplikasi finansial.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diasumsikan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini berikut:

H_2 : Terdapat pengaruh antara Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

2.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah suatu kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal teknologi apakah hal tersebut dapat dengan mudah dimengerti atau tidak. Pada saat seseorang telah memiliki persepsi terdapat kemudahan pada saat menggunakan layanan internet banking maka, produk layanan yang disediakan oleh bank dapat memberikan manfaat kembali bagi seseorang tersebut seperti penghematan waktu yang didapatkan nasabah sehingga nasabah tersebut memiliki keinginan untuk mengadopsi layanan Pegadaian *Digital Service* secara berkala.

Terdapat Persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan sistem informasi tertentu. Tingkat kemudahan seseorang berbeda dalam penggunaan suatu sistem yang baru. Diperlukan model sistem yang mudah agar dapat digunakan oleh pengguna layanan internet banking tanpa harus nasabah tersebut melakukan usaha untuk mencari tahu bagaimana sistem penggunaannya sehingga dapat menimbulkan niat dalam seseorang untuk menggunakan layanan sistem informasi tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, tingkat kesiapan teknologi informasi, dan kepuasan wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan e-filing, sedangkan persepsi kemudahan dan keamanan dan kerahasiaan tidak berpengaruh terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan e-filing.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diasumsikan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini berikut:

H₃ : Terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna

2.2.4 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang akan percaya dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Persepsi

kemudahan penggunaan didefinisikan oleh Maharsi dan Yuliani (2019) sebagai tingkat seseorang percaya dengan menggunakan sistem tidak memerlukan usaha apa yang keras. Seseorang yang akan mengadopsi internet banking harus memiliki rasa kepercayaan bahwa Pegadaian *Digital Service* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Apabila konsumen menganggap bahwa Pegadaian *Digital Service* telah memiliki manfaat bagi dirinya sendiri, maka secara langsung konsumen akan mengambil sikap untuk mengadopsi dan menggunakan Pegadaian *Digital Service*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah (2022) yang menunjukkan jika persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap intensitas penggunaan nasabah pada aplikasi Pegadaian Digital melalui sikap pengguna. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Putri et al. (2022) bahwa secara parsial variabel norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan fintech payment, namun persepsi manfaat dan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diasumsikan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini berikut:

H₄ : Terdapat pengaruh antara Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* melalui Sikap Pengguna

2.2.5 Pengaruh Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

Sikap merupakan suatu fungsi dari keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Menurut Mayasari, Kurniawati, & Nugroho et al. (2019) sikap adalah pernyataan evaluatif atau reaksi terhadap objek orang, atau peristiwa. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung pada objek tersebut. Nasabah yang menerima layanan Pegadaian *Digital Service* akan mempengaruhi intensi intensi perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking. Intensi perilaku menjelaskan bahwa kecerendungan seseorang untuk memilih atau tidak memilih melakukan Pegadaian *Digital Service*.

Sikap pengguna berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan aplikasi PLN Daily, sehingga meningkatkan intensi penggunaan aplikasi PLN Daily tersebut Pratama et al. (2022) juga menyatakan sikap pengguna berpengaruh positif sebesar 0.24 terhadap niat perilaku secara signifikan dalam menggunakan uang elektronik. Selain itu, intensi pembelian pengguna Shopee dipengaruhi oleh sikap pengguna Shopee (Agung et al., 2020).

Sikap seseorang terhadap suatu objek merupakan perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung pada objek tersebut. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratama et al. (2022), Ferinaldy et al. (2019) dan Agung et al. (2020) menunjukkan bahwa variabel Sikap Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi finansial.

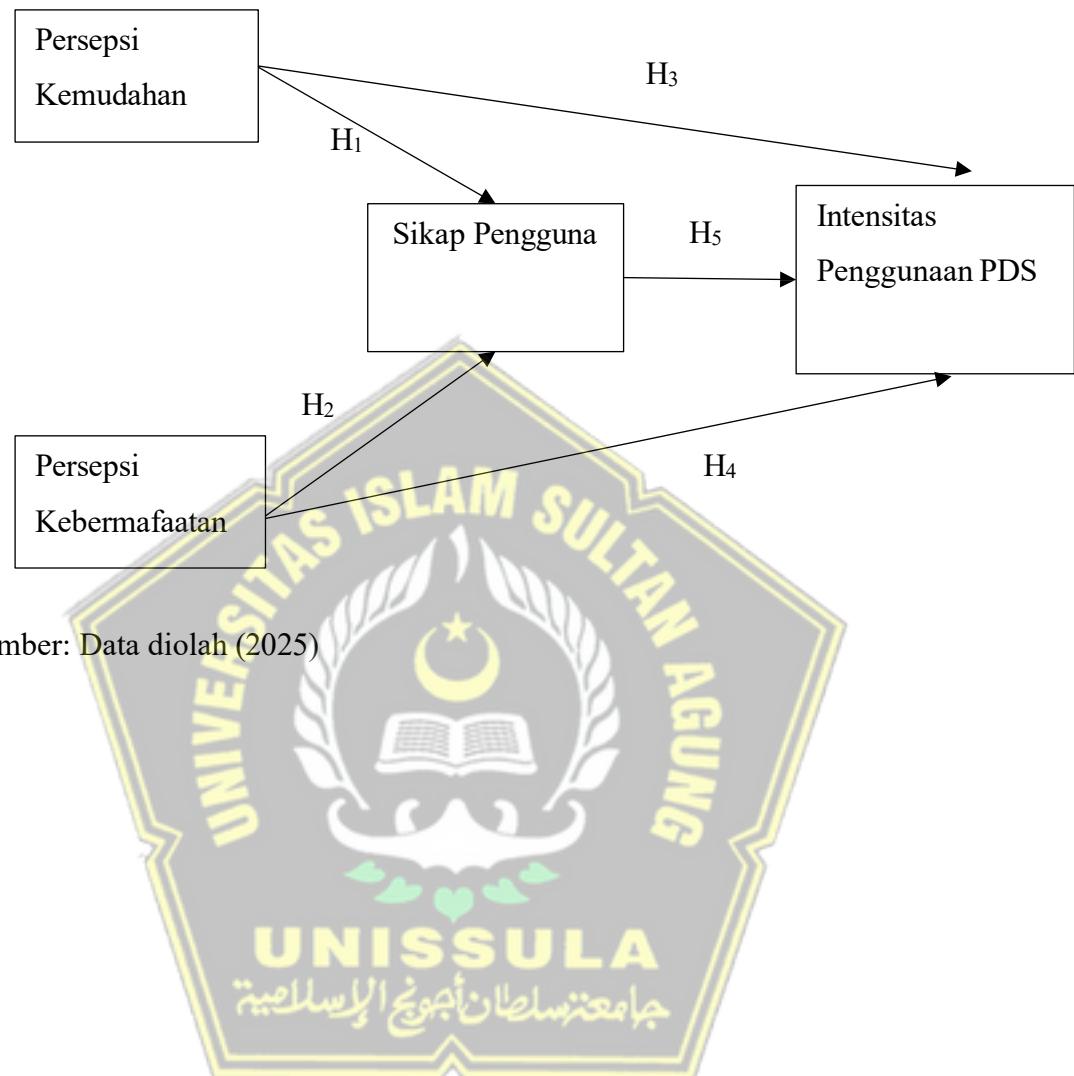
Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diasumsikan bahwa hipotesis kelima dalam penelitian ini berikut:

H_5 : Terdapat pengaruh antara Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*

2.3 Model Empiris

Model empiris dalam penelitian adalah suatu model konseptual yang menjelaskan bagaimana variabel – variabel yang diteliti dalam penelitian saling berhubungan berdasarkan permasalahan yang diperoleh melalui observasi atau eksperimen. Model empiris ini menjadi dasar untuk memahami hubungan antar variabel dan memandu peneliti dalam menganalisis data serta menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis berasumsi untuk membuktikan bahwa variabel Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan sebagai variabel independen memiliki pengaruh terhadap Intensitas Penggunaan sebagai variabel dependen melalui Sikap Pengguna sebagai variabel mediasi.

Gambar 2.1 Model Empiris



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2019). Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Penulis menggunakan metode survei untuk pengambilan data. Survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner (angket) adalah instrumen yang berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dijawab atau diisi oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya (Sanjaya, 2015:255). Kuesioner yang disebarluaskan nantinya menggunakan media penyebaran Google Form (GF).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Pegadaian cabang Pedurungan.

3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) Sampel adalah bagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Populasi pengunjung dalam 12 bulan terakhir adalah 500 nasabah. Untuk menentukan sampel yang akan

digunakan maka peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Penentuan jumlah *sampling* dihitung menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 10%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{500}{1+(500)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 83,333$$

$$n = 85$$

Sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 85 responden. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang telah menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service dalam waktu minimal 2 (dua) bulan terakhir
2. Responden termasuk dalam nasabah Pegadaian cabang Pedurungan
3. Responden berususia minimal 18 tahun dan telah memiliki KTP

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini, yang dimaksud data primer adalah data hasil temuan lapangan yang mendukung jawaban atas

rumusan masalah serta tujuan penelitian melalui kuisioner berisi daftar pertanyaan dan pernyataan terstruktur mengenai Sikap Pengguna, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan dan Intensitas Penggunaan.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2020:131) Data Sekunder merupakan suatu data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain yang bukan oleh periset itu sendiri untuk tujuan yang lain, artinya data yang diperoleh oleh pihak kedua. Yang digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian ini adalah Jurnal – Jurnal terkait dengan penelitian serta data lain yang berasal dari buku dan website resmi sebagai teori pendukung.

3.3.2 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2015). Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, kuisioner, studi kepustakaan (*Library Research*) dan riset internet (Sugiyono, 2017:137). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik kuisioner. Menurut Sugiyono (2017:142) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti memperoleh data dengan mengirimkan secara langsung kuisioner kepada nasabah dan masyarakat umum di Pegadaian Cabang Pedurungan.

Sedangkan alat ukur atau instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono

(2017:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Hasil dari kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 4 alternatif yang memiliki bobot jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.1
Skala Likert**

Pernyataan Skor	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2019)

3.5 Variabel dan Indikator

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam indikator variabel penelitian:

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sikap Pengguna (Z)	Sikap pengguna merupakan suatu perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan suatu tindakan terhadap suatu sistem (Davis, 1989).	1. Penggunaan sistem terasa menyenangkan (<i>pleasant to use</i>) 2. Menggunakan sistem adalah ide yang baik (<i>a good idea</i>)	Skala <i>Likert</i>

		3. Merasa puas menggunakan sistem (<i>satisfaction</i>)	
Persepsi Kemudahan (X ₁)	Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Widjana, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) 2. Dapat dikontrol (<i>controllable</i>) 3. Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>) 	Skala <i>Likert</i>
Persepsi Kebermanfaatan (X ₂)	Persepsi kebermanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya (Jogiyanto, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat pekerjaan (<i>work more quickly</i>) 2. Efektifitas (<i>effectiveness</i>) 3. Mempermudah pekerjaan (<i>make job easier</i>) 	Skala <i>Likert</i>
Intensitas Penggunaan (Y)	Intensitas penggunaan sistem informasi mencerminkan seberapa sering dan dalam kondisi apa sistem digunakan (Jogiyanto, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa sering pengguna mengakses sistem (frekuensi) 2. Berapa lama pengguna menggunakan sistem dalam sekali waktu (durasi) 3. Jenis layanan/fungsi yang sering digunakan (cakupan penggunaan) 	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Data Diolah (2025)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan PLS (*Partial Least Square*) sebagai alat dalam menganalisis data. Analisis diawali dengan membuat kerangka konseptual di aplikasi SmartPLS dan menggabungkannya dengan indikator – indikator di setiap variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya data yang terkumpul dilakukan analisis *outer model*, *inner model* dan uji hipotesis.

3.6.1 Pengujian Hipotesis

3.6.1.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *Outer Model* PLS mendefinisikan hubungan antara variabel laten dengan variabel manifesnya (indikator-indikator), atau dapat dikatakan bahwa analisis *outer model* PLS menguji hubungan setiap indikator dengan variabel latennya. Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan telah layak. Penelitian ini menggunakan uji untuk indikator reflektif, antara lain:

- 1) *Convergent Validity*, yang merupakan *loading factor* atau yang menunjukkan besarnya korelasi antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan dasar asumsi:
 - a) Jika nilai *convergent validity* $> 0,7$, maka variabel-variabel indikator memiliki korelasi yang tinggi dengan variabel latennya.
 - b) Jika nilai *convergent validity* $\leq 0,7$, maka variabel-variabel indikator memiliki korelasi yang rendah dengan variabel latennya.

- 2) *Discriminant Validity*, merupakan nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk mengetahui apakah model struktural yang dibuat telah memiliki diskriminan yang memadai. Dengan dasar asumsi:
- Jika nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap variabel latennya sendiri lebih besar dari pada nilai *loading factor* dengan variabel laten yang lain, maka masing-masing indikator adalah valid, dan merupakan cerminan dari variabelnya sendiri.
 - Jika nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap variabel latennya sendiri lebih kecil dari pada nilai *loading factor* dengan variabel laten yang lain, maka indikator dinyatakan tidak valid, dan bukan merupakan cerminan dari variabelnya sendiri.
- 3) *Composite Reliability*, merupakan nilai *internal consistency* yang digunakan untuk mengetahui nilai reliabilitas masing-masing indikator dalam mengukur variabel latennya. Dengan dasar asumsi:
- Jika nilai *composite reliability* $> 0,7$, maka indikator dinyatakan reliabel untuk mengukur konstruknya.
 - Jika nilai *composite reliability* $\leq 0,7$, maka indikator dinyatakan tidak reliabel untuk mengukur konstruknya.
- 4) *Average Variance Extracted (AVE)*, merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur jumlah varians yang dapat ditangkap oleh konstruk (variabel laten dan indikator-indikatornya) dibandingkan dengan jumlah varians yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran. Dengan dasar asumsi:
- Jika nilai AVE $> 0,5$, maka indikator dinyatakan reliabel untuk mengukur konstruknya.
 - Jika nilai AVE $\leq 0,5$, maka indikator dinyatakan tidak reliabel untuk mengukur konstruknya.
- 5) *Cronbach Alpha*, merupakan nilai yang digunakan untuk memperkuat uji reliabilitas masing-masing konstruk. Dengan dasar asumsi:
- Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, maka indikator dinyatakan reliabel untuk mengukur konstruknya.

- b) Jika nilai *Cronbach Alpha* $\leq 0,6$, maka indikator dinyatakan tidak reliabel untuk mengukur konstruknya (Hussein 2015)

3.6.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model PLS menggambarkan hubungan satu variabel laten dengan variabel laten lainnya (Ferial, Suhadak and Handayani 2016). Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun telah *robust* dan akurat. Evaluasi *inner model* terdiri dari beberapa indikator, antara lain *goodness of fit* (GoF), koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R²*), dan *predictive relevance* (*Q²*) (Hussein 2015).

Goodness of Fit Model diukur menggunakan akar kuadrat dari nilai rata-rata *average variance extracted* (AVE) dikalikan dengan nilai rata-rata koefisien determinasi (R^2) variabel laten dependen. *Adjusted R²* menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel indikator dapat menjelaskan variabel latennya. *Predictive relevance* (*Q²*) untuk model struktural digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q²* dihitung menggunakan formula:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Dimana:

$$Q^2$$

$$R_1^2, R_2^2, \dots R_p^2$$

= *Predictive relevance*

= R^2 variabel endogen dalam model persamaan

Besaran *Q²* memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dengan dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai $Q^2 \leq 0$, menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.
- Jika nilai $Q^2 > 0$, menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*.
- Jika nilai Q^2 semakin mendekati angka 1, menunjukkan bahwa model semakin baik (Jaya and Sumertajaya 2008)

3.6.3 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima atau tidak. Uji t dapat dilihat dari nilai probabilitas dan nilai t-statistik, dengan dasar pengambilan keputusan:

- 1) Untuk alpha (α) 5%, jika $p\text{-value} < 0,05$ maka hipotesis diterima. Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka hipotesis ditolak.
- 2) Untuk alpha (α) 5%, nilai t-tabel adalah 1,96. Jika nilai t-tabel $<$ t-statistik, maka hipotesis diterima. Jika nilai t-tabel $>$ t-statistik, maka hipotesis ditolak (Hussein 2015)

3.6.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tak langsung dari variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen dengan cara menganalisis pola hubungan antarvariabel. Analisis jalur pada dasarnya adalah melakukan analisis terhadap model jalur dari suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas/independen, variabel *intervening*, dan variabel terikat/dependen. Analisis jalur dilakukan dengan cara menghitung nilai dari pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), dan pengaruh total (*total effect*) (Hermawan 2017).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan Kota Semarang tepatnya di Kabupaten Pedurungan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa penyebaran kuesioner selama 1 (Satu) bulan dengan menggunakan metode purposive sampling. Dimana teknik pengambilan sampel ini dilakukan secara sengaja dan berdasarkan dengan kriteria - kriteria tertentu yang digunakan oleh peneliti namun saat penyebaran kuesioner akan digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut bersedia dan cocok dijadikan sebagai sumber data.

Pada penelitian ini memperoleh sampel sebanyak 85 responden. Berdasarkan dari 85 sampel ini dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan dan juga jenis pekerjaan. Dalam kuesioner yang kembali tidak ada satupun kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap. Hal tersebut dikarenakan pada saat pengisian kuesioner, responden didampingi oleh peneliti.

4.1.1 Demografi Responden

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran umum responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin yaitu:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Frekuensi	Persen
Laki – laki	43	50,5
Perempuan	42	49,5

Sumber: Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data dapat diketahui bahwa penelitian ini terdiri dari 85 sampel yang diambil dari nasabah Pegadaian daerah Kabupaten Pedurungan Kota Semarang. Dari 85 responden terdapat 43 responden atau setara dengan 50,5% berjenis kelamin laki – laki dan 42 responden atau setara dengan 49,5% berjenis kelamin perempuan. Dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden dari penelitian ini terdiri dari responden laki – laki.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambaran umum responden berdasarkan dari karakteristik usia yaitu:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik	Frekuensi	Persen
18 – 25 Tahun	9	10,6
26 – 30 Tahun	38	44,7
31 – 40 Tahun	19	22,3
41 – 50 Tahun	14	16,5
>50 Tahun	5	5,9

Sumber: Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data dapat diketahui bahwa penelitian ini terdiri dari 85 sampel yang diambil dari nasabah Pegadaian daerah Kabupaten Pedurungan Kota Semarang. Dari 85 sampel terdapat responden yang berusia 18 – 25 tahun sebanyak 9 responden atau setara dengan 10,6% dari nilai keseluruhan, responden usia 26 – 30 tahun sebanyak 38 responden atau setara dengan 44,7%, responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 19 responden atau setara dengan 22,3%, responden berusia 41 – 50 tahun sebanyak 14 responden atau setara dengan 16,5% dari nilai keseluruhan dan responden yang berusia >50 tahun sebanyak 5 responden atau setara dengan 5,9%. Dapat disimpulkan bahwa rata – rata responden terbanyak pada karakteristik usia 26 – 30 tahun.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran umum responden berdasarkan dari karakteristik Pendidikan terakhir yaitu:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik	Frekuensi	Persen
SMA	32	37,7
Diploma	9	10,6
S1	31	36,4
S2	13	15,3

Sumber: Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data dapat diketahui bahwa penelitian ini terdiri dari 85 sampel yang diambil dari nasabah Pegadaian daerah Kabupaten Pedurungan Kota

Semarang. Dari 85 responden terdapat 32 responden atau setara dengan 37,7% yang memiliki Pendidikan terakhir SMA, sebanyak 9 responden atau 10,6% yang memiliki Pendidikan terakhir Diploma, sebanyak 31 responden atau 36,4% yang memiliki Pendidikan terakhir S1 dan sebanyak 13 responden atau 15,3% yang memiliki Pendidikan terakhir S2. Dapat disimpulkan jika responden dalam penelitian ini terdiri dari responden dengan karakteristik Pendidikan terakhir SMA.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran umum responden berdasarkan dari karakteristik jenis kelamin yaitu:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik	Frekuensi	Persen
Mahasiswa	5	5,9
Pegawai Swasta	61	71,8
PNS	5	5,9
Wiraswasta	14	16,4

Sumber: Data Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data dapat diketahui bahwa penelitian ini terdiri dari 85 sampel yang diambil dari nasabah Pegadaian daerah Kabupaten Pedurungan Kota Semarang. Dari 85 responden terdapat 5 responden atau 5,9% sebagai Mahasiswa, sebanyak 61 responden atau 71,8% yang bekerja sebagai Pegawai Swasta, sebanyak 5 responden atau 5,9% yang bekerja sebagai PNS dan sebanyak 14 responden atau 16,4% yang bekerja sebagai Wiraswasta. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden terbanyak pada pekerjaan Pegawai Swasta.

4.2 Deskripsi Variabel

Deskriptif variabel dimaksudkan untuk menganalisis dan menerjemahkan tanggapan responden berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari jawaban 85 responden terhadap indikator pengukur tiap variabel apakah berada pada kategori rendah, sedang atau tinggi. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Indeks tanggapan responden diambil dari skala Likert.

Skala likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur tanggapan positif maupun tanggapan negative terhadap suatu pertanyaan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan skala likert 4 poin yang terdiri dari :

Sangat Tidak Setuju (STS) 1

Tidak Setuju (TS) 2

Netral (N) 3

Setuju (S) 4

Sangat Setuju (SS) 5

Rentang skala responden didapat dengan menggunakan rumus Ghazali (2018) sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{k}$$
$$RS = \frac{5 - 1}{5}$$

$$RS = 1,33$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Angka Tertinggi

n = Angka Terendah

k = Total Kategori

Rentang skala indeks membagi tiga kelompok dengan nilai rentang skala sebesar 1,33. Yang akan difungsikan sebagai pedoman tafsiran angka indikator sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016):

1. Angka indikator 1,00 – 1,79 = Sangat rendah/ sangat buruk
2. Angka indikator 1,80 – 2,59 = Rendah/ buruk
3. Angka indikator 2,60 – 3,39 = Cukup/ sedang
4. Angka indikator 3,40 – 4,19 = Tinggi/ baik
5. Angka indikator 4,20 – 5,00 = Sangat tinggi/sangat baik

4.2.1 Persepsi Kemudahan

Berikut hasil skor dari jawaban responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kemudahan (X1)

Indikator	Tanggapan Responden										Total Skor	Mean		
	STS		TS		N		S		SS					
	F	a1	F	a2	F	a3	F	A4	F	a5				
1	0	0	1	2	7	21	59	236	18	90	349	4,10		
2	0	0	2	4	13	39	61	244	9	45	332	3,91		
3	0	0	0	0	15	45	64	256	16	80	381	4,48		
4	0	0	0	0	15	45	53	213	17	85	343	4,03		
5	0	0	3	6	8	24	60	240	14	70	340	4		
6	0	0	1	2	7	21	45	180	32	160	363	4,27		
Rata – Rata Variabel X1												4,13		

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan skor, maka variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai 4,13. Mengacu pada kategori nilai dari Sekaran & Bougie (2016) maka hasil nilai tersebut dapat dikategorikan pada indeks tinggi atau baik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa nilai Persepsi Kemudahan responden dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service pada intensitas yang tinggi.

4.2.2 Persepsi Kebermanfaatan

Berikut hasil skor dari jawaban responden terhadap variabel Persepsi Kebermanfaatan yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kebermanfaatan (X2)

Indikator	Tanggapan Responden										Total Skor	Mean		
	STS		TS		N		S		SS					
	F	a1	F	a2	F	a3	F	A4	F	a5				
1	0	0	0	0	19	57	21	84	45	225	366	4,3		
2	0	0	0	0	21	63	46	184	18	90	337	3,96		
3	0	0	0	0	14	42	50	200	21	105	347	4,08		
4	0	0	0	0	19	57	51	204	15	75	336	3,95		
5	0	0	0	0	10	30	35	140	40	200	370	4,35		
6	0	0	0	0	18	54	42	168	25	125	347	4,08		
Rata – Rata Variabel X2												4,12		

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan skor, maka variabel Persepsi Kebermanfaatan memiliki nilai skor 4,12 dimana dapat dikategorikan pada indeks tinggi atau baik. Maka nilai Persepsi Kebermanfaatan responden dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service pada intensitas yang tinggi.

4.2.3 Sikap Pengguna

Berikut hasil skor dari jawaban responden terhadap variabel Sikap Pengguna yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Sikap Pengguna (Z)

Indikator	Tanggapan Responden										Total Skor	Mean		
	STS		TS		N		S		SS					
	F	a1	F	a2	F	a3	F	A4	F	a5				
1	0	0	2	4	10	30	60	240	13	65	339	3,98		
2	0	0	0	0	13	39	58	232	14	70	341	4,01		
3	0	0	1	2	13	39	54	220	17	85	346	4,07		
4	0	0	1	2	10	30	51	204	23	115	351	4,13		
5	0	0	0	0	12	36	53	212	20	100	348	4,09		
6	0	0	1	2	13	39	46	184	25	125	350	4,12		
Rata – Rata Variabel Z												4,06		

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan skor, maka variabel Sikap Pengguna memiliki nilai 4,06. Mengacu pada indeks kategori nilai dari Sekaran & Bougie (2016) maka hasil nilai tersebut dapat dikategorikan pada indeks tinggi atau baik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa nilai Sikap Penggunaan dari responden dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service pada intensitas yang tinggi.

4.2.4 Intensitas Penggunaan

Berikut hasil skor dari jawaban responden terhadap variabel Intensitas Penggunaan yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Intensitas Penggunaan (Y)

Indikator	Tanggapan Responden										Total Skor	Mean		
	STS		TS		N		S		SS					
	F	a1	F	a2	F	a3	F	A4	F	a5				

1	0	0	1	2	20	60	25	100	39	195	357	4,2
2	0	0	1	2	20	60	46	184	18	90	336	3,95
3	0	0	0	0	15	45	48	192	22	110	347	4,08
4	0	0	1	2	19	57	22	88	43	215	362	4,26
5	0	0	1	2	12	36	51	204	21	105	347	4,08
6	0	0	0	0	12	36	46	184	27	135	355	4,17
Rata – Rata Variabel Y												4,12

Sumber: Data primer diolah (2025)

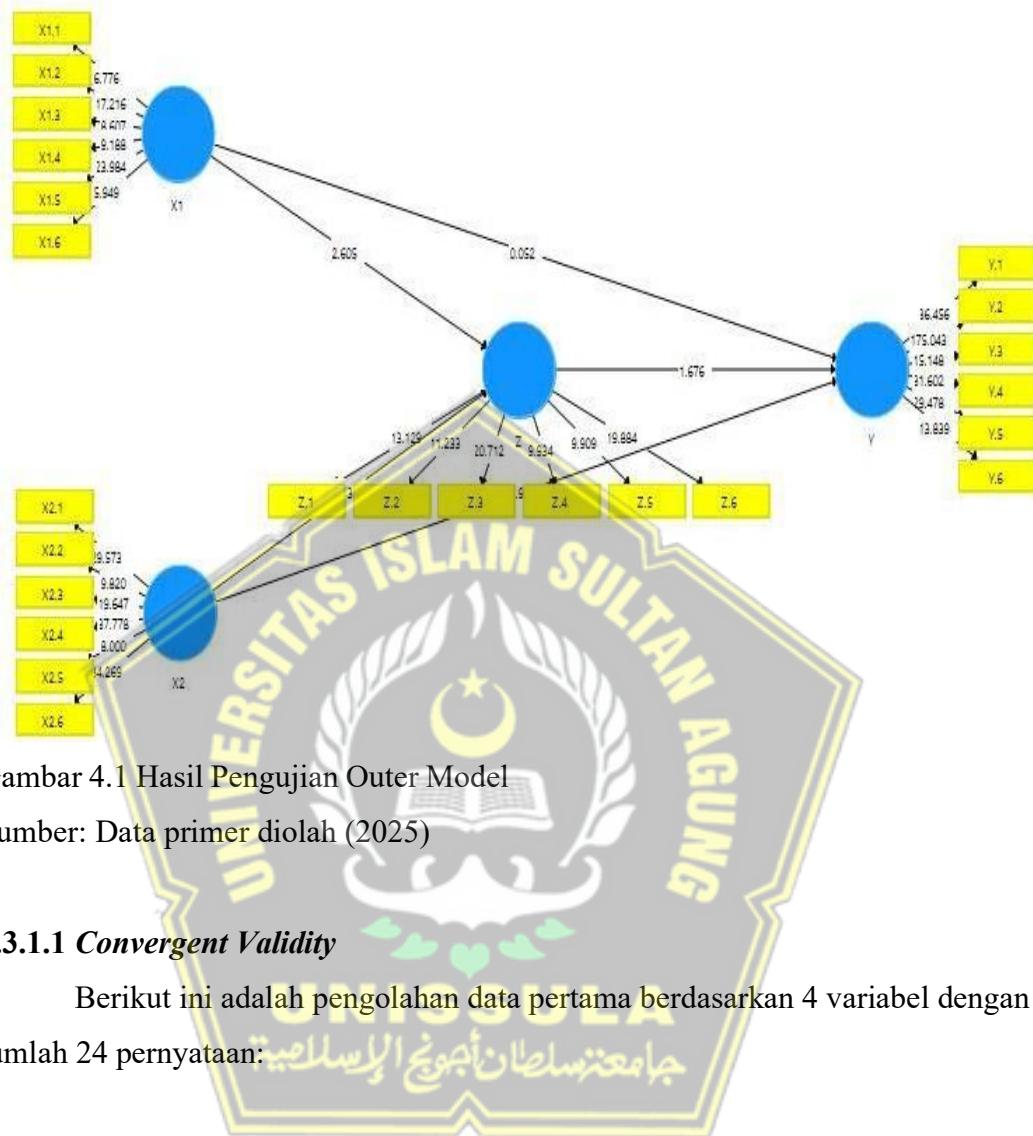
Berdasarkan hasil perhitungan skor, maka variabel Intensitas Penggunaan memiliki nilai 4,12. Mengacu pada kategori nilai dari Sekaran & Bougie (2016) maka hasil nilai tersebut dapat dikategorikan pada indeks tinggi atau baik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa Intensitas Penggunaan responden dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service pada intensitas yang tinggi.

4.3 Analisis Data

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis memakai program *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEMPLS) versi 3.0. Berikut adalah hasil pengujian dengan tahapan analisis kuisioner penelitian.

4.3.1 Measurement Model (Outer Model)

Berdasarkan hasil analisis PLS didalam PLS Argorithm untuk uji validitas dan reliabilitas, koefisien determinasi model dan koefisien jalur untuk model persamaan, telah ditunjukkan berdasarkan hasil output PLS Argorithm Smart PLS, yang dapat diamati pada Gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Hasil Pengujian Outer Model

Sumber: Data primer diolah (2025)

4.3.1.1 *Convergent Validity*

Berikut ini adalah pengolahan data pertama berdasarkan 4 variabel dengan jumlah 24 pernyataan:

Tabel 4.8 *Loading Factor*

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,628	0,700	Rendah
	X1.2	0,830	0,700	Tinggi
	X1.3	0,682	0,700	Rendah
	X1.4	0,700	0,700	Tinggi
	X1.5	0,809	0,700	Tinggi
	X1.6	0,656	0,700	Rendah
	X2.1	0,864	0,700	Tinggi

Persepsi Kebermanfaatan	X2.2	0,743	0,700	Tinggi
	X2.3	0,819	0,700	Tinggi
	X2.4	0,911	0,700	Tinggi
	X2.5	0,694	0,700	Rendah
	X2.6	0,897	0,700	Tinggi
Sikap Pengguna	Z1	0,749	0,700	Tinggi
	Z2	0,756	0,700	Tinggi
	Z3	0,843	0,700	Tinggi
	Z4	0,682	0,700	Rendah
	Z5	0,728	0,700	Tinggi
	Z6	0,829	0,700	Tinggi
Intensitas Penggunaan	Y1	0,879	0,700	Tinggi
	Y2	0,975	0,700	Tinggi
	Y3	0,784	0,700	Tinggi
	Y4	0,855	0,700	Tinggi
	Y5	0,897	0,700	Tinggi
	Y6	0,800	0,700	Tinggi

Sumber: Data primer diolah (2025)

Convergent validity dari model pengukuran dapat dari korelasi antara skor item/instrumen dengan skor konstruknya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap instrument $> 0,7$. Berdasarkan pengolahan data pertama dengan variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki 3 indikator dengan nilai rendah dan 3 indikator dengan nilai tinggi. Pada variabel Persepsi Kebermanfaatan (X2) memiliki 2 indikator dengan nilai rendah dan 4 indikator dengan nilai tinggi. Pada variabel Sikap Pengguna (Z) hanya terdapat 1 indikator dengan nilai rendah dan 5 indikator dengan nilai tinggi. Sedangkan pada variabel Intensitas Penggunaan (Y) secara keseluruhan indikator yaitu 6 indikator memiliki nilai yang tinggi.

4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) dari model pengukuran indikator bisa diamati pada cross loading antara indikator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk

laten memprediksi indikator pada blok lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Tabel 4.9 di bawah menunjukkan nilai *cross loading* dari setiap indikator

Tabel 4.9 *Cross Loadings Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)*

	Intensitas Penggunaan	Persepsi Kebermanfaatan	Persepsi Kemudahan	Sikap Pengguna
X1.1	0,280	0,351	0,628	0,376
X1.2	0,443	0,593	0,830	0,574
X1.3	0,318	0,515	0,682	0,357
X1.4	0,308	0,556	0,700	0,440
X1.5	0,577	0,637	0,809	0,662
X1.6	0,319	0,500	0,656	0,442
X2.1	0,482	0,864	0,603	0,543
X2.2	0,887	0,743	0,522	0,630
X2.3	0,531	0,819	0,679	0,633
X2.4	0,525	0,911	0,688	0,691
X2.5	0,315	0,694	0,559	0,474
X2.6	0,503	0,897	0,609	0,689
Y.1	0,879	0,594	0,415	0,545
Y.2	0,975	0,650	0,512	0,617
Y.3	0,784	0,708	0,579	0,712
Y.4	0,855	0,614	0,483	0,495
Y.5	0,897	0,496	0,423	0,485
Y.6	0,800	0,456	0,352	0,391
Z.1	0,499	0,593	0,718	0,749
Z.2	0,451	0,587	0,465	0,756
Z.3	0,586	0,628	0,508	0,843
Z.4	0,463	0,492	0,525	0,682
Z.5	0,388	0,546	0,416	0,728
Z.6	0,541	0,601	0,474	0,829

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tampilan data Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa setiap indikator variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang didapat, bisa dikatakan bahwa indikator-indikator yang dipakai pada penelitian berikut sudah mempunyai nilai *Cross Loading Uji Validitas Diskriminan (Discriminant validity)* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing. Data di atas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai cross loading-nya di bawah 0,5, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selain mengamati dari nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode yang lain yakni mengamati nilai *Average Variant Extracted (AVE)* (Ghozali, 2018). Dalam Ghozali & Latan (2015) memberikan penjelasan bahwa pengujian yang lain dilakukan guna mengetahui penilaian akan validitas dari konstruk melalui pengamatan nilai *average variant extracted*. Model dinyatakan baik jika *average variant extracted (AVE)* setiap konstruk memiliki nilai lebih besar dari 0,50.

Tabel 4.10 Nilai *Average Variant Extracted (AVE)*

Variabel	Average Variant Extracted (AVE)
Persepsi Kemudahan	0,753
Persepsi Kebermanfaatan	0,681
Sikap Pengguna	0,521
Intensitas Penggunaan	0,588

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tampilan data dalam Tabel 4.10, dapat diamati bahwasannya setiap variabel penelitian mempunyai nilai *Average Variant Extracted (AVE)* lebih besar dari 0,5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel sudah memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

4.3.1.3 Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*) merupakan bagian yang dipakai guna melakukan pengujian akan nilai reliabilitas beberapa indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dikatakan memenuhi composite reliability jika mempunyai nilai composite reliability $> 0,6$. Dibawah ini disampaikan nilai *composite reliability* dari setiap variabel yang dipakai pada penelitian seperti berikut

Tabel 4.11 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Persepsi Kemudahan	0,948
Persepsi Kebermanfaatan	0,927
Sikap Pengguna	0,866
Intensitas Penggunaan	0,895

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tampilan data dalam Tabel 4.11 dapat diketahui bahwasannya nilai *composite reliability* seluruh variabel penelitian $> 0,7$. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai composite reliability di atas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil tersebut dapat memperlihatkan bahwa setiap variabel sudah memenuhi *composite reliability* dan pada akhirnya dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa seluruh variabel mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.3.1.4 Uji *Cronbach's Alpha*

Pengujian reliabilitas selain menggunakan *Composite Reliability* tersebut, juga bisa dikuatkan melalui penggunaan uji dari hasil nilai Cronbach Alpha. Sebuah variabel bisa dikatakan reliabel bila hasil nilai cronbach alpha sebesar $> 0,7$. Tabel dibawah menunjukkan nilai cronbach alpha dari setiap variabel:

Tabel 4.12 *Cronbach's Alpha*

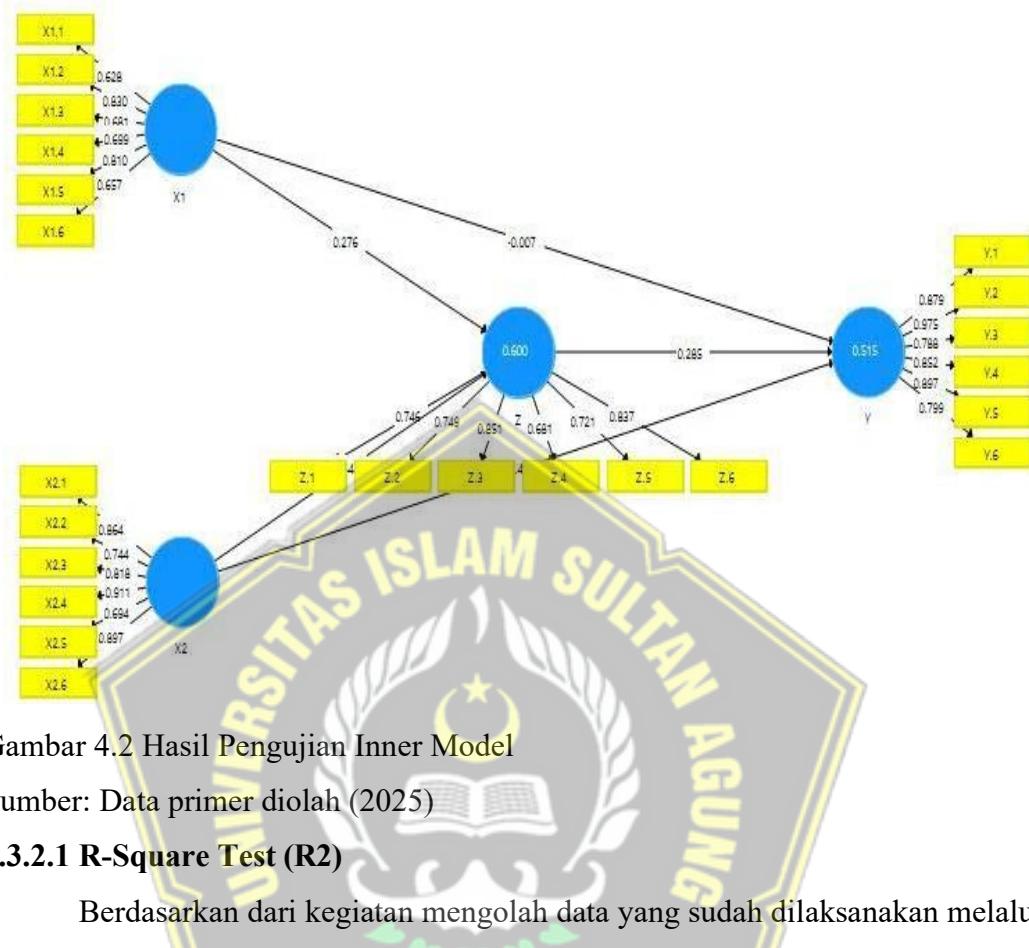
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Persepsi Kemudahan	0,933
Persepsi Kebermanfaatan	0,905
Sikap Pengguna	0,816
Intensitas Penggunaan	0,858

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasar dari tampilan data dalam Tabel 4.12, dapat diketahui bahwasanya nilai cronbach alpha dari setiap variabel penelitian $> 0,7$. Maka berdasar dari hal tersebut, hasil penelitian berikut memperlihatkan bahwa setiap variabel penelitian sudah memenuhi syarat nilai *cronbach's alpha*, maka dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa keseluruhan variabel mempunyai tingkatan reliabilitas yang tinggi.

4.3.2 Uji Model Struktural atau Inner Model

Pelaksanaan pengujian pada inner model atau model struktural digunakan untuk menguji kemungkinan hubungan antar konstruk laten. Inner model terdiri dari structural model, *inner relation* dan *substantive theory* yang dapat menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori *substantive*. Inner model dapat diuji dengan melihat atau mempertimbangkan nilai R- square, Q-square dan *path coefficient* (koefisien jalur) untuk mendapatkan beberapa informasi penting seberapa besar variabel laten dependen dapat dipengaruhi oleh variabel laten independen, serta hasil uji signifikansi untuk menguji nilai signifikansi pengaruh atau hubungan antar variabel (Ghozali & Latan, 2015). Hasil analisa Smart Pls dapat diperlihatkan pada gambar 4.2 berikut. Pada Evaluasi Inner Model pengujian ini akan dijelaskan mengenai hasil uji R-Square Test (R2), Q-Square Test (Q2) dan Uji Koefisien Jalur (*Path Coefficient Test*) Uji Pengaruh Langsung Dan Uji Pengaruh Tidak Langsung. Berikut adalah masing masing pengujian dalam penjelasan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Pengujian Inner Model

Sumber: Data primer diolah (2025)

4.3.2.1 R-Square Test (R²)

Berdasarkan dari kegiatan mengolah data yang sudah dilaksanakan melalui penggunaan software smart PLS 3.0. Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai R-Square atau koefisien determinasi dapat menunjukkan keragaman konstruk-konstruk eksogen yang mampu menunjukkan hasil konstruk endogen secara serentak. Hasil R² sebesar 0.67 termasuk model baik, 0.33 termasuk moderat dan 0.19 termasuk lemah, untuk variabel endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah, hal tersebut digunakan untuk menilai atau melihat pengaruh nyata variabel independen tertentu terhadap variabel laten dependen secara substantive (Ghozali & Latan, 2015). Berikut adalah hasil pengujian R-Square:

Tabel 4.13 R-Square

Variabel	R-Square
Sikap Pengguna (Z)	0,515
Intensitas Penggunaan (Y)	0,600

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan dari penyajian data di Tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* untuk variabel Perspektif Kemudahan dan Perspektif Kebermanfaatan adalah 0,515. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa prosentase besarnya Perspektif Kemudahan dan Perspektif Kebermanfaatan dapat dijelaskan oleh Sikap Pengguna sebesar 51,5% yang artinya variabel tersebut mengindikasi kategori moderat. Pada nilai *R-Square* yang diperoleh dari Intensitas Penggunaan sebesar 0,600. Nilai tersebut menjelaskan bahwa Perspektif Kemudahan dan Perspektif Kebermanfaatan melalui Sikap Pengguna dapat dijelaskan oleh Intensitas Pengguna sebesar 60% artinya variabel tersebut mengindikasi kategori moderat.

4.3.2.2 Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Nilai *Q-square* test dalam PLS digunakan untuk melihat predictive relevancy dalam suatu model konstruktif. Pada penilaian goodness of fit dapat diketahui berdasarkan nilai *Q²*. Nilai *Q²* memiliki makna tersendiri yang sama dengan koefisien determinasi (*R-Square*) pada analisis regresi linear, yang mana semakin tinggi *R-Square*, maka model dapat dinyatakan semakin fit dengan data. *Q-Square* mengukur seberapa baik nilai suatu observasi yang dapat dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai *Q-Square*. Nilai *Q-Square* memiliki arti yang sama dengan *coefficient determination* (*R-Square*) pada analisis regresi, dimana semakin tinggi *Q-Square*, maka model dapat dikatakan semakin baik / semakin fit dengan data. Hasil perhitungan nilai *Q-Square* adalah pendekatan yang telah digunakan rumus sebagai berikut (Hengky dan Ghazali, 2012):

$$\begin{aligned} \text{Q-Square} &= 1 - [(1 - R21) \times (1 - R22)] \\ &= 1 - [(1 - 0,515) \times (1 - 0,600)] \\ &= 1 - (0,485 \times 0,400) \\ &= 1 - 0,194 \\ &= 0,806 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,806. Hal ini memperlihatkan besarnya keragaman dari data penelitian

yang dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan oleh faktor lain yang terdapat diluar model penelitian ini. Kemudian peneliti melakukan pengujian lain menggunakan SRMR (*Standardized Root Mean Residual*) Diharapkan nilai SRMR $< 0,10$ dan model dinyatakan tidak layak jika nilai SRMR $> 0,15$. (Ghozali, & Latan, 2015), berikut hasil perhitungan dari *goodness of fit* dengan menggunakan SRMR:

Tabel 4.14 SRMR Mode

Mode	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,119	0,121

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai SRMR $< 0,10$ yakni sebesar $0,119 < 0,10$ terhadap hasil perhitungan diatas maka demikian hasil pengujian model dalam penelitian ini dapat dinyatakan sudah memiliki *goodness of fit* yang baik atau Model Fit.

4.3.2.3 Uji Koefisien Jalur (*Path Coefficient Test*) / Uji Pengaruh Langsung

Dalam uji koefisien jalur dapat menunjukkan seberapa besar hubungan atau pengaruh konstruk laten yang dihasilkan dengan menggunakan pola prosedur boot strapping. Antar konstruk tersebut memiliki hubungan yang erat dan kuat bila nilai path koefisien lebih dari 0,01. Juga hubungan antara variabel laten dikatakan signifikan jika path coefficient pada level 0,050 (Urbach & Ahleman, 2010).

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$. Berikut ini adalah hasil dari pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) berdasarkan hipotesis yang di ujikan:

Tabel 4.15 T-Statistics dan P-Values, Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values

Persepsi Kemudahan -> Intensitas Penggunaan	-0,007	0,000	0,126	0,052	0,958
Persepsi Kebermanfaatan -> Intensitas Penggunaan	0,484	0,475	0,162	2,988	0,003
Sikap Pengguna -> Intensitas Penggunaan	0,285	0,280	0,106	2,605	0,009

Sumber: Data primer diolah (2025)

Hipotesis Pengaruh T-Statistics dan P-Values Hasil Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat di rumuskan, Berikut ini adalah rincian pengaruh antar variabel:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) -> H1

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik di atas untuk pengujian variabel Persepsi Kemudahan (X) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) diperoleh nilai T-statistics sebesar 0,052 dengan p-value sebesar 0,958 dengan nilai *coefficient* -0,007 yang menunjukan arah negatif. nilai T statistics sebesar 0,052 masih berada dibawah dari angka kristis 1,96 dan nilai p-value yang lebih besar dari pada α ($0,958 < 0,05$) maka kesimpulan dalam penelitian ini H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga penelitian ini menunjukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Persepsi Kemudahan (X) terhadap Intensitas Penggunaan (Y).

2. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) -> H2

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik di atas untuk pengujian variabel Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) diperoleh nilai T statistics sebesar 2,988 dengan p-value sebesar 0,003 dengan nilai *coefficient* 0,484 yang menunjukan arah positif. nilai T statistics sebesar 2,988 masih berada jauh dari angka kristis 1,96 dan masih berada di atas dan nilai p-value yang lebih kecil dari pada α ($0,003 < 0,05$) maka kesimpulan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_1 di terima, sehingga penelitian ini menunjukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel Persepsi Kebermanfaatan (X) terhadap Intensitas Penggunaan (Y).

3. Pengaruh Sikap Pengguna (Z) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) -> H5

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik di atas untuk pengujian variabel Sikap Pengguna (Z) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) diperoleh nilai T statistics sebesar 2,605 dengan p-value sebesar 0,009 dengan nilai coefficient 0,285 yang menunjukkan arah positif. nilai T statistics sebesar 2,605 masih berada jauh dari angka kristis 1,96 dan masih berada di atas dan nilai p-value yang lebih kecil dari pada α ($0,009 < 0,05$) maka kesimpulan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_5 di terima, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel Sikap Pengguna (Z) terhadap Intensitas Penggunaan (Y).

4.3.3 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Pendekatan alternatif untuk menguji signifikansi mediasi dengan menggunakan teknik bootstrapping (Bollen dan Stine, 1990, dalam Ghazali & Latan, 2015). Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan dengan melihat hasil pengujian jalur yang dilalui, jika semua jalur yang dilalui signifikan maka pengaruh tidak langsungnya juga signifikan, dan jika terdapat jalur yang non signifikan maka pengaruh tidak langsungnya dikatakan non signifikan. Koefisien jalur pengaruh tidak langsung disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16 T-Statistics dan P-Values, Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ($ O/STDEV $)	P Values
Persepsi Kemudahan -> Sikap Pengguna -> Intensitas Penggunaan	0,156	0,161	0,101	1,543	0,124
Persepsi Kebermanfaatan ->	0,280	0,270	0,108	2,168	0,024

Sikap Pengguna -> Intensitas Penggunaan					
--	--	--	--	--	--

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat di rumuskan, Berikut ini adalah rincian pengaruh antar variabel:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna -> H3

Berdasarkan Tabel di atas untuk pengujian pengaruh tidak langsung dalam pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui mediasi Sikap Pengguna (Z) diperoleh nilai T statistics sebesar 1,543 dengan p-value sebesar 0,124 dengan nilai coefficient 0,156 menandakan arah positif. Karena nilai T statistics sebesar 1,543 berada dibawah 1,96 dan nilai p-value lebih besar dari pada α ($0,124 < 0,05$) maka H0 dalam penelitian ini diterima sementara H3 maka dengan demikian adanya pengaruh positif namun tidak signifikan variabel Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui mediasi Sikap Pengguna (Z), dari pengujian mediasi di atas menunjukan bahwa variabel mediasi Sikap Pengguna (Z) dalam penelitian ini adalah terkategori *partial mediation* yakni secara langsung atau tidak langsung variabel yang di ujikan memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap Intensitas Pengguna (Y).

2. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna -> H4

Berdasarkan Tabel di atas untuk pengujian pengaruh tidak langsung dalam pengaruh Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui mediasi Sikap Pengguna (Z) diperoleh nilai T statistics sebesar 2,168 dengan p-value sebesar 0,024 dengan nilai coefficient 2,168 menandakan arah positif. Karena nilai T statistics sebesar 2,168 berada diatas 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari pada α ($0,024 < 0,05$) maka H0 dalam penelitian ini ditolak dengan menerima H4, dengan demikian adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui mediasi

Sikap Pengguna (Z), dari pengujian mediasi di atas menunjukkan bahwa variabel mediasi Sikap Pengguna (Z). Dalam penelitian ini adalah terkategori *full mediation* yakni secara langsung atau tidak langsung variabel yang diujikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensitas Pengguna (Y).

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan

Pengujian dalam penelitian ini tentang variabel Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) diperoleh nilai T statistics sebesar 0,052 dengan p-value sebesar 0,958 dengan nilai *coefficient* -0,007 yang menunjukkan arah negatif. Nilai T statistics sebesar 0,052 masih berada jauh dibawah dari angka kristis 1,96 dan nilai p-value lebih besar dari pada α ($0,958 < 0,05$) maka kesimpulan dalam penelitian ini H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan variabel Perspektif Kemudahan (X) terhadap Intensitas Penggunaan (Y).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dari Pegadaian *Digital Service* tidak berpengaruh dari seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan tidak terbukti menjadi penyebab atau pendorong intensitas penggunaan. Meskipun nasabah merasakan suatu teknologi mudah digunakan, hal ini tidak secara otomatis membuat mereka menggunakan lebih sering. Meskipun aplikasi Pegadaian *Digital Service* dinilai mudah digunakan, kenyataannya hal tersebut tidak cukup untuk mendorong nasabah agar rutin memanfaatkannya. Temuan ini dapat dijelaskan melalui kondisi lapangan di mana mayoritas nasabah, khususnya yang berusia lebih tua, masih memiliki keterbatasan literasi digital. Sebagian nasabah merasa aplikasi ini tidak membingungkan, namun tetap enggan menggunakan karena belum terbiasa dengan transaksi berbasis digital atau merasa lebih nyaman berinteraksi langsung dengan petugas di outlet Pegadaian. Hal ini juga menjadi salah satu faktor penghambat dari PT. Pegadian cabang Pedurungan untuk

memaksimalkan nasabah mereka dalam bertransaksi digital melalui aplikasi Pegadaian *Digital Service*.

Temuan ini memberikan gambaran bahwa kemudahan dalam penggunaan aplikasi tidak selalu berhubungan langsung dengan frekuensi penggunaan aplikasi tersebut. Meskipun secara teori, kemudahan penggunaan dapat menjadi faktor yang mendorong seseorang untuk lebih sering menggunakan suatu aplikasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor lain mungkin lebih berpengaruh dalam memengaruhi intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Salah satu kemungkinan adalah bahwa meskipun aplikasi dirancang untuk mudah digunakan, pengguna mungkin tidak merasa perlu untuk menggunakannya lebih sering jika aplikasi tersebut tidak memberikan nilai tambah yang signifikan atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, faktor eksternal seperti kebiasaan, kebutuhan transaksi, atau preferensi pribadi nasabah juga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi lebih sering, walaupun penilaian nasabah pada aplikasi tersebut mudah digunakan.

4.4.2 Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan

Pengujian dalam penelitian ini tentang variabel Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) diperoleh nilai T statistics sebesar 2,988 dengan p-value sebesar 0,003 dengan nilai coefficient 0,484 yang menunjukkan arah positif. Nilai T statistics sebesar 2,988 masih berada jauh diatas dari angka kritis 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari pada α ($0,003 < 0,05$) maka kesimpulan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan variabel Perspektif Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y). Artinya, setiap peningkatan Persepsi Kebermanfaatan akan meningkatkan Intensitas Penggunaan teknologi.

Davis (1993) menjelaskan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan suatu teknologi, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Niat penggunaan (*Behavioral Intention*) kemudian berpengaruh pada perilaku aktual (*Actual Use*). Dalam konteks penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service*, persepsi kebermanfaatan dapat diartikan sebagai keyakinan

nasabah bahwa penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* akan mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan efisiensi transaksi keuangan, dibandingkan metode konvensional seperti datang ke kantor langsung. Hasil dalam penelitian ini ditemukan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan, dengan nilai T-statistik sebesar 3,213 dan p-value 0,001. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap manfaat aplikasi, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaannya. Hal ini sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana nasabah yang sudah memahami fitur-fitur seperti cek saldo, simulasi kredit, dan transaksi online, cenderung menggunakan aplikasi secara berkala. Dengan kata lain, manfaat nyata yang dirasakan dari aplikasi menjadi pendorong utama penggunaan, terutama bagi pengguna yang aktif secara digital dan memiliki pengalaman positif sebelumnya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Indriyani et al. (2022) yang juga meneliti pengaruh Persepsi Kebermanfaatan pada minat penggunaan mobile banking dan menemukan pengaruh signifikan. Selain itu, temuan ini mendukung model Technology Acceptance Model (TAM) yang menekankan bahwa persepsi akan manfaat (*perceived usefulness*) menjadi faktor penentu keputusan adopsi teknologi, termasuk di sektor perbankan digital.

4.4.3 Persepsi Kemudahan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna

Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh tidak langsung yang ditampilkan pada Tabel 4.17, diketahui bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki pengaruh terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui variabel mediasi Sikap Pengguna (Z). Pada acuan hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai T-statistic sebesar 1,543 dengan nilai p-value sebesar 0,124 dan koefisien jalur sebesar 1,543. Nilai T-statistic yang lebih besar dari 1,96 serta p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis H4 ditolak, sedangkan H0 diterima. Artinya, tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui Sikap Pengguna (Z).

Hasil ini tidak mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan seharusnya memengaruhi sikap pengguna, yang kemudian berdampak pada intensitas penggunaan teknologi. Ketidaksesuaian ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya responden sudah terbiasa menggunakan teknologi tersebut sehingga kemudahan bukan lagi faktor penentu dominan, atau ada variabel lain yang lebih kuat memengaruhi sikap pengguna, seperti persepsi kegunaan atau pengaruh sosial. Pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan tidak secara langsung memengaruhi intensitas penggunaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap pengguna dengan nilai T-statistik sebesar 4,043 dan p-value 0,000. Artinya, nasabah yang menganggap aplikasi mudah digunakan cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap aplikasi tersebut. Dalam konteks Pegadaian Cabang Pedurungan, hal ini mencerminkan bahwa nasabah secara umum tidak mengalami kesulitan teknis saat mencoba aplikasi. Namun, sikap positif ini belum sepenuhnya berkembang menjadi kebiasaan penggunaan karena masih ada hambatan lain, seperti kurangnya dorongan lingkungan atau tidak adanya kebutuhan mendesak untuk menggunakan aplikasi secara rutin.

Penemuan ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Simeru & Tanamal (2020), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan persepsi kemudahan melalui sikap pengguna terhadap intensitas penggunaan sistem. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden, konteks penelitian, atau perbedaan teknologi yang diteliti. Dengan demikian, hasil ini memberikan implikasi praktis bagi pengembang atau penyedia layanan teknologi, yaitu penting untuk tidak hanya fokus pada kemudahan penggunaan, tetapi juga meningkatkan persepsi kegunaan, kualitas layanan, atau fitur lain yang dapat membentuk sikap positif pengguna agar intensitas penggunaan meningkat.

4.4.4 Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan melalui Sikap Pengguna

Pengujian dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh tidak langsung yang ditampilkan pada Tabel 4.17, diketahui bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan (X2) memiliki pengaruh terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui variabel

mediasi Sikap Pengguna (Z). Pada acuan hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai T-statistic sebesar 2,168 dengan nilai p-value sebesar 0,024 dan koefisien jalur sebesar 2,168. Nilai T-statistic yang lebih besar dari 1,96 serta p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima, sedangkan H0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kebermanfaatan (X2) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui Sikap Pengguna (Z).

Hasil uji menunjukkan pengaruh yang signifikan, di mana persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap sikap pengguna dengan nilai T-statistik 4,189 dan p-value 0,000. Ini berarti bahwa persepsi akan manfaat aplikasi mampu membentuk sikap positif nasabah terhadap penggunaannya. Di lapangan, hal ini terlihat dari nasabah yang merasa aplikasi dapat mempercepat proses layanan, menghemat waktu, dan memberi kontrol atas informasi gadai mereka. Sikap positif yang terbentuk ini menjadi fondasi penting untuk mendorong adopsi digital lebih lanjut. Namun demikian, agar sikap ini berkembang menjadi kebiasaan, perlu didukung oleh pengalaman nyata, promosi manfaat, dan kemudahan akses layanan digital yang lebih masif.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Sikap Pengguna (Z) mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) hubungan antara Persepsi Kebermanfaatan (X2) dengan Intensitas Penggunaan (Y). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan yang dirasakan pengguna, maka akan membentuk sikap positif terhadap penggunaan, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas penggunaan secara signifikan. Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan mempengaruhi sikap pengguna, dan sikap tersebut akan berdampak pada niat atau intensitas penggunaan teknologi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berkontribusi besar dalam pembentukan sikap positif, sehingga dapat meningkatkan perilaku penggunaan.

Salah satu penelitian yang mendukung temuan ini adalah studi oleh Simeru & Tanamal (2020) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap niat dan intensitas penggunaan

aplikasi digital melalui sikap pengguna sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan studi internasional oleh Huang & Liu (2024) yang menegaskan bahwa persepsi kemanfaatan meningkatkan sikap positif dan intensitas penggunaan teknologi pembelajaran daring di kalangan mahasiswa di Asia.

Dengan demikian, penelitian ini relevan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya, dan dapat memperkuat pentingnya membangun persepsi kebermanfaatan agar dapat meningkatkan sikap positif yang berdampak pada intensitas penggunaan.

4.4.5 Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara statistik persepsi kemudahan maupun kebermanfaatan dinilai cukup tinggi oleh responden, namun rendahnya tingkat intensitas penggunaan aplikasi di Pegadaian Cabang Pedurungan dapat dijelaskan melalui kondisi kontekstual seperti rendahnya literasi digital sebagian nasabah, kecenderungan masih kuatnya budaya transaksi langsung, serta kurangnya sosialisasi fitur aplikasi secara interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif belum tentu langsung mendorong tindakan, jika tidak didukung oleh ekosistem yang mendorong penggunaan secara aktif.

Secara hasil survey lapangan menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kemudahan dan kebermanfaatan aplikasi Pegadaian Digital Service tergolong tinggi, hal tersebut tidak serta-merta berbanding lurus dengan intensitas penggunaan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif tidak selalu menghasilkan tindakan penggunaan yang aktif dan berkelanjutan. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat literasi digital sebagian nasabah, khususnya pada kelompok usia tertentu yang belum terbiasa dengan teknologi finansial berbasis aplikasi. Selain itu, budaya transaksi secara langsung di outlet masih sangat melekat, terutama karena faktor kepercayaan dan kebiasaan lama yang sulit ditinggalkan. Responden mungkin menyadari manfaat aplikasi, namun tetap lebih memilih interaksi tatap muka karena merasa lebih aman dan yakin dengan layanan langsung dari petugas. Kurangnya sosialisasi secara intensif mengenai fitur-fitur aplikasi juga menjadi kendala lain. Tanpa edukasi atau insentif konkret yang mendorong penggunaan, nasabah cenderung hanya berhenti pada penilaian positif

tanpa adanya dorongan nyata untuk menggunakan aplikasi secara rutin. Hal ini menegaskan bahwa persepsi yang tinggi tidak selalu cukup untuk meningkatkan intensitas penggunaan tanpa adanya dukungan lingkungan, edukasi, dan penguatan pengalaman pengguna.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap pengguna, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaannya. Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen, yang menyatakan bahwa sikap positif seseorang akan memengaruhi keinginan dan tindakan untuk menggunakan suatu produk atau layanan secara berkelanjutan. Selain itu, hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Putri et al. (2022) yang menemukan bahwa sikap positif pengguna berkontribusi signifikan terhadap perilaku penggunaan. Faktor – faktor yang dapat memengaruhi sikap ini antara lain kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan (T-statistik = 1.42, $p > 0.05$). Sementara itu, persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan (T-statistik = 3.21, koefisien = 0.415). Sikap pengguna juga terbukti menjadi mediator penuh, khususnya antara persepsi kebermanfaatan dan intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service. Meskipun kemudahan penggunaan dapat menjadi faktor penting dalam desain aplikasi, faktor lain selain persepsi kemudahan perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan intensitas penggunaan. Penelitian ini membuka peluang bagi pengembang untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi penggunaan aplikasi secara lebih mendalam.
3. Persepsi Kebbermanfaatan (X2) memiliki pengaruh terhadap Intensitas Penggunaan (Y) pada aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Dimana semakin besar manfaat yang diberikan dari aplikasi tersebut maka akan semakin besar juga nasabah menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service* setiap hari.
4. Persepsi Kemudahan (X1) secara langsung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui variabel mediasi Sikap Pengguna (Z). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun persepsi kemudahan dianggap penting, faktor ini tidak secara langsung memengaruhi intensitas penggunaan melalui sikap pengguna pada konteks

- penelitian ini. Dengan kata lain, sikap pengguna tidak memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dengan intensitas penggunaan secara signifikan.
5. Persepsi Kebermanfaatan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan (Y) melalui Sikap Pengguna (Z) sebagai variabel mediasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai T-statistic sebesar 2,168 yang lebih besar dari 1,96 dan p-value sebesar 0,024 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis H4 diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Sikap Pengguna (Z) berperan sebagai mediator penuh (*full mediation*), artinya pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan terjadi sepenuhnya melalui pembentukan Sikap Pengguna. Tanpa adanya sikap positif, pengaruh persepsi kebermanfaatan tidak akan secara langsung meningkatkan intensitas penggunaan secara signifikan.
 6. Sikap Pengguna dan Intensitas Penggunaan menunjukkan arah hubungan yang positif. Hal ini berarti semakin positif sikap pengguna, maka semakin tinggi intensitas penggunaan yang dilakukan. Kesimpulan ini mendukung hipotesis H yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Sikap Pengguna terhadap Intensitas Penggunaan. Temuan ini juga sejalan dengan teori perilaku yang menyebutkan bahwa sikap berperan penting dalam memengaruhi keputusan dan perilaku penggunaan suatu produk atau layanan.

5.2 Implikasi Penelitian

Pegadaian sebaiknya menambahkan fitur helpdesk digital interaktif pada aplikasi PDS untuk membantu pengguna menyelesaikan kendala teknis secara cepat. Selain itu, perlu dilakukan kampanye literasi digital melalui media sosial, webinar, atau kolaborasi dengan komunitas lokal agar nasabah lebih teredukasi dalam memanfaatkan fitur-fitur PDS. Fitur notifikasi atau reminder transaksi otomatis juga dapat meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi. Sebaiknya pegadaian juga menambahkan fitur pembayaran melalui *scan Qris*, dimana nantinya saldo emas yang ada di dalam rekening tabungan emas nasabah bisa terkonversikan menjadi nominal uang secara *real time*, sehingga bisa dijadikan alat

pembayarn digital, supaya dapat meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi, dimana saat ini pembayaran digital juga sering digunakan.

Selain itu para petugas di outlet juga harus selalu memberi edukasi kepada nasabah untuk menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service* dalam melakukan transaksi mereka, karena bagaimanapun juga para nasabah sudah terbiasa dengan transaksi manual yang telah dilakukan selama berpuluh – puluh tahun, maka para petugas harus membangun kebiasaan (*habbit*) baru kepada para nasabah yang sebelumnya selalu melakukan transaksi secara manual dialihkan menjadi transaksi *digital*.

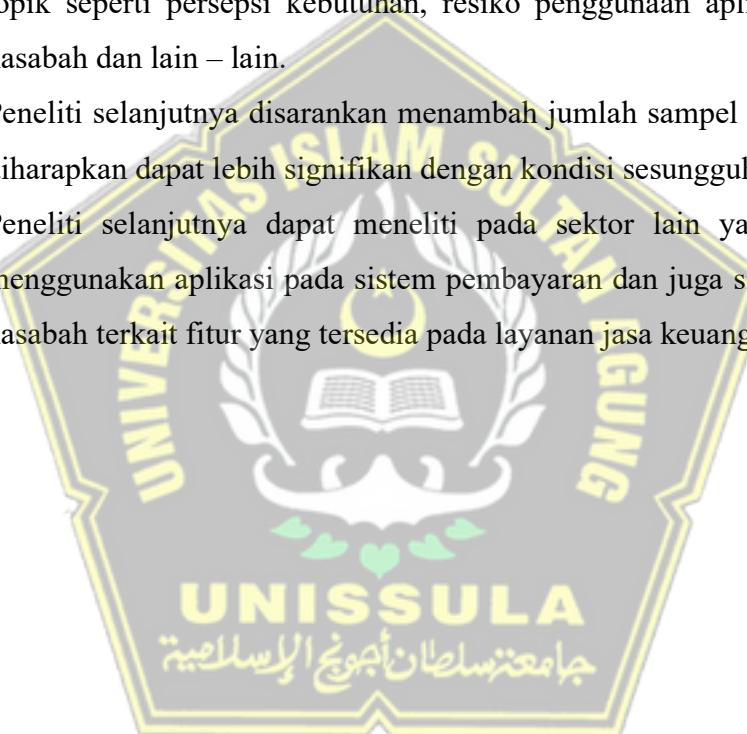
5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada metode *sampling* yang digunakan, yaitu *purposive sampling*, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Selain itu, penggunaan kuesioner rentan terhadap bias jawaban (response bias). Variabel kontrol seperti literasi digital, pengalaman teknologi, dan tingkat kepercayaan terhadap aplikasi tidak dimasukkan dalam model, yang mungkin berkontribusi terhadap rendahnya intensitas penggunaan meski persepsi positif sudah terbentuk.
1. Responden yang diambil hanya 85 responden sehingga tidak dapat mencerminkan kondisi yang sesungguhnya.
2. Data yang diperoleh adalah data berdasarkan persepsi responden sehingga tidak dapat dijadikan acuan kesesuaian dengan keadaan di lapangan karena adanya keterbatasan persepsi dari sampel.

5.4 Saran

1. Peneliti menyarankan agar studi selanjutnya dapat memasukkan variabel seperti literasi digital, pengalaman teknologi, serta fitur aplikasi yang digunakan secara dominan. Penelitian lanjutan juga disarankan menggunakan metode campuran (mix-method) untuk menggali pemahaman kualitatif terhadap perilaku pengguna aplikasi digital.

2. Saran bagi pihak Pegadaian untuk dapat lebih memperhatikan kebutuhan dan juga kemudahan nasabah dalam penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service.
3. Berdasarkan hasil penelitian Pegadaian dapat melakukan peningkatan persepsi kebermanfaatan harus menjadi fokus utama bagi pengembang dan penyedia layanan teknologi, agar sikap pengguna tetap positif dan mendorong intensitas penggunaan yang berkelanjutan.
4. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang relevan dengan topik seperti persepsi kebutuhan, resiko penggunaan aplikasi, kepuasan nasabah dan lain – lain.
5. Peneliti selanjutnya disarankan menambah jumlah sampel agar hasil yang diharapkan dapat lebih signifikan dengan kondisi sesungguhnya.
6. Peneliti selanjutnya dapat meneliti pada sektor lain yang juga mulai menggunakan aplikasi pada sistem pembayaran dan juga sistem informasi nasabah terkait fitur yang tersedia pada layanan jasa keuangan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *FORUM EKONOMI*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Agung, H., Christian, M., & Loisa, J. (2020). Perilaku Pengguna Shopee Terhadap Pembelian Multiproduk dengan Pendekatan Theory of Reasoned Action. *Go-Integratif : Jurnal Teknik Sistem Dan Industri*, 1(01), 11–23. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4005>
- Anugerah Ilahi, A. A., Putra, P., & Haidir, H. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pinrang. *JURNAL MANAJEMEN & ORGANISASI REVIEW (MANOR)*, 6(2), 355–362. <https://doi.org/10.47354/mjo.v6i2.991>
- Arini Putri Astuti, Abd. Hafid, & Andi Ika Fahrika. (2024). Pengaruh Kemudahan Produk Pegadaian Service Terhadap Minat Nasabah di Watampone. *Journal Transformation of Mandalika*, e-ISSN: 2745-5882, p-ISSN: 2962-2956, 5(12), 674–682. <https://doi.org/10.36312/jtm.v5i12.4022>
- Chairani, H., & Farina, K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Serta Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Penggunaan E-Filing Wajib Pajak UMKM. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 7(2), 71–84. <https://doi.org/10.38204/jrak.v7i2.545>
- Dewi, Made. A. . C. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Kerahasiaan, Tingkat Kesiapan Teknologi Informasi Dan Kepuasan Pengguna Wajib Pajak Terhadap Intensitas Perilaku Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-Filing. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3).
- Ferinaldy, F., Muslih, M., & Huda, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1531>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25* (Vol. 2). Universitas Diponegoro.
- Huang, F., & Liu, S. (2024). If I Enjoy, I Continue: The Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment in Continuance of Asynchronous Online English Learning. *Education Sciences*, 14(8), 880. <https://doi.org/10.3390/educsci14080880>
- Indriyani, D., Sartika, S. H., & Artikel, I. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74.
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Suprapti, I. A. P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(1), 20–28.
- Khaulia, S. (2021). The Effect of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Purchase Intention of Halal Cosmetic Products with Country Of Origin and Brand Equity as Moderating (Survey on Muslim Women in Semarang District). *Social Science Studies*, 1(3), 145–161. <https://doi.org/10.47153/ssss13.2352021>
- Nasih, A. M. N., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 302–316. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n3.p302-316>
- Nugroho, H., Suhud, U., & Rochyati, R. (2019). Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa di Jakarta untuk Menggunakan Tablet. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.37535/101005120184>
- Nurfadilah, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sebenarnya Aplikasi Pegadaian Digital Melalui Minat Perilaku. *Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.

- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-Money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–158.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.235>
- Prayustika, P. A., Suryadi, I., Arsawan, I., & Widiantara, I. (2020). *Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Mahasiswa*.
- Putri, Ghafur, A., & Arifin, M. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku PT. Adira Finance Service Satellite Balung. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 91–99.
- Putri, T. A., Nurbaiti, N., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Norma Subjektif dan Persepsi Manfaat Terhadap Intensitas Menggunakan Fintech Payment dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 1046–1066.
- Razak, M., Hidayat, M., & Arwien, R. A. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Sebagai E-Service Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model 2 (Tam 2). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(3), 92-108.
- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Md. Ali, A., & Abu Bakar, S. (2023). Factors Determining the Acceptance of E-Wallet among Gen Z from the Lens of the Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability*, 15(7), 5752. <https://doi.org/10.3390/su15075752>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.

- Simatele, M. (2024). Trust as a Mediator for Continued Mobile Financial Service Use: A Case of the Eastern Cape Province of South Africa. *Journal of African Business*, 25(2), 330–348. <https://doi.org/10.1080/15228916.2023.2213158>
- Simeru, O. A. I., & Tanamal, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Intensi Penggunaan Aplikasi UC Student. *Business Management Journal*, 16(2), 97. <https://doi.org/10.30813/bmj.v16i2.2361>
- Solarz, M., & Adamek, J. (2023). Trust and Personal Innovativeness as the Prerequisites for Using Digital Lending Services Offered by FinTech Lenders. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio H – Oeconomia*, 57(1), 197–218. <https://doi.org/10.17951/h.2023.57.1.197-218>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alphabeta.
- Wijayanti, M. T. (2020). Implementasi Manajemen Service Pegadaian Dalam Gadai Emas. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 101. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2345>

