

PERILAKU PENGGUNA SISTEM DOMPET DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19

Richo Diana Aviyanti

Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

E-mail: rdiana@unipma.ac.id

Abstract

The Covid-19 pandemic forces people to adapt to changes in behavior, one of which is payment behavior. Transactions with digital wallets can be considered as a physical distancing mechanism that can minimize the risk of spreading viruses. Therefore, this study aims to obtain empirical evidence on the effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived trust, and facilitating conditions for intention in using the digital wallet system during the Covid-19 pandemic. The research was conducted in Malang City, Indonesia. Data was collected through an online questionnaire which 262 active users of the OVO digital wallet filled in directly. This research is quantitative research with a positive paradigm. The analysis method used is a structural equation regression model (Structural Equation Modeling / SEM) with a Partial Least Square/PLS test tool. Empirical evidence shows that performance expectancy, social influence, and perceived trust positive affect intention in using digital wallets. Meanwhile, effort expectancy and facilitating conditions do not have that impact. Digital wallets can be used as a safer payment alternative during the Covid-19 pandemic. Therefore, digital wallet platform can increase consumer trust by providing a safe and useful system to meet their needs. Digital wallet platform can also take advantage of the social environment and social media to share information to form positive perceptions.

Keywords: Digital Wallet, intention, information system, UTAUT, Covid-19.

1. PENDAHULUAN

Financial Technology (Fintech) merupakan inovasi dalam bidang keuangan yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi (Dorfleitner et al., 2016). Salah satu produk *fintech* segmen pembayaran adalah dompet digital (*e-wallet*). Dompet digital adalah aplikasi ponsel pintar (*smartphone*) yang berisi uang digital berbasis server yang dapat digunakan untuk transaksi ekonomi (Madan & Yadav, 2016; Patel, 2016).

Potensi pertumbuhan penggunaan dompet digital di Indonesia diyakini cukup baik seiring dengan meningkatnya perbaikan jaringan internet dan harga *smartphone* yang semakin murah. Himbauan transaksi ekonomi secara non tunai saat pandemi Covid, kampanye *Work From Home* (WFH), dan diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota di Indonesia juga diyakini berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan dompet digital. Kondisi tersebut seolah-olah memaksa

masyarakat untuk beradaptasi terhadap perubahan perilaku transaksi ekonomi.

Transaksi ekonomi secara non tunai seringkali dilakukan secara online dengan dompet digital. Keamanan siber merupakan ancaman yang sering dialami oleh pengguna dompet digital (Madan & Yadav, 2016b). Kasus keamanan siber terjadi pada pengguna dompet digital di Indonesia seperti penipuan bermodus OTP, *phishing*, dan modus *forward call*. Pelanggan mengaku kehilangan saldo 11 juta setelah memberikan kode OTP kepada oknum pengemudi ojek online (Thomas, 2019). Modus *forward call* yakni pelanggan diminta meng-call kode tertentu saat melakukan order melalui aplikasi, kemudian penipu dapat mengakses akun pelanggan dan memanfaatkan untuk mencuri informasi (Kumparan.com, 2019). Kasus dengan modus *phishing* terjadi pada 91 juta akun Tokopedia, meliputi nama, email, dan nomor telepon diketahui telah dicuri dan diperjualbelikan (Kumparan, 2020).

Kasus-kasus tersebut menunjukkan bahwa sistem dompet digital tidak sepenuhnya aman, namun

hal tersebut tidak membuat transaksi uang digital mengalami penurunan. Data menunjukkan bahwa nominal transaksi elektronik meningkat 16,7% di awal pandemi Covid-19 yakni bulan maret hingga april 2020 (Bank Indonesia, 2020) dan 90% volume transaksi dilakukan dengan menggunakan dompet digital (CNN Indonesia, 2020). Hal tersebut menandakan bahwa implementasi dompet digital telah mendapat kepercayaan.

Sistem yang aman akan menambah tingkat kepercayaan pengguna untuk menggunakannya dan akhirnya akan berdampak pada keberhasilan implementasi sistem. Pengembangan sistem tidak akan maksimal apabila manusia sebagai pengguna tidak mampu atau enggan menggunakannya. Kegagalan implementasi sistem juga seringkali disebabkan oleh keraguan *user*, keraguan tersebut berdampak pada ditolaknya implementasi sistem (Abouzahra, 2011). Kegagalan implementasi sistem tentu akan berdampak pada kerugian perusahaan penerbit sistem (*platform*). Platform seringkali telah mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk merancang dan memproduksi sebuah produk. Oleh karena itu, perilaku individu terhadap penerimaan sistem merupakan langkah awal dalam menentukan apakah implementasi sistem berhasil (diterima) atau tidak (ditolak). Perilaku negatif (penolakan sistem) tidak dapat dirubah secara langsung melalui perilakunya, namun harus dirubah dengan persepsi terhadap hal-hal yang menjadi penentu perilaku.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) menjelaskan bahwa terdapat empat faktor utama penentu minat perilaku, diantaranya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* (Venkatesh et al., 2003). Peneliti akan melengkapi konstruk UTAUT dengan konstruk kepercayaan (Chauhan, 2015). Konstruk tersebut diyakini dapat mewakili konteks penggunaan sistem informasi berbasis teknologi yang sesuai fenomena yang terjadi. Kepercayaan dapat mempengaruhi minat penggunaan dompet digital karena kepercayaan umumnya terkait dengan masalah keamanan dan privasi (Madan & Yadav, 2016). Hasil studi sebelumnya menunjukkan bahwa menciptakan sistem yang aman dan menjaga data konsumen akan berdampak pada minat penggunaan sistem informasi (Chawla & Joshi, 2019). Penelitian ini juga akan memperluas cakupan responden penelitian karena berdasarkan hasil studi yang dilakukan Tang et al. (2014) menyatakan bahwa cakupan responden yang sebatas golongan tertentu (seperti, mahasiswa) diyakini menjadi penyebab hasil yang tidak konsisten. Karena itu, penelitian ini akan memperluas cakupan

responden yakni responden yang diteliti tidak hanya berasal dari golongan mahasiswa saja, melainkan semua individu yang pernah menggunakan *e-wallet*. Diharapkan hasil akan lebih beragam karena terdapat data yang lebih beragam dari seluruh golongan pekerjaan.

Hasil studi dapat berkontribusi kepada pihak penyedia layanan dompet digital (*platform*) atau analis sistem di industri sejenis agar (1) mengembangkan sistem bermanfaat dalam penyelesaian tugas, membantu mengerjakan sesuatu yang lebih cepat, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kinerja individu pengguna sistem; (2) Sistem harus jelas dan mudah dipahami, mudah cara penggunaannya, serta mudah dipelajari oleh individu pengguna sistem; (3) Sistem harus aman untuk transaksi, aman untuk menyimpan uang/saldo, dan menjaga data privasi pengguna; serta (4) Sistem harus bisa dioperasikan di berbagai jenis *operating system smartphone* dengan fungsi yang maksimal. Pemanfaatan peran lingkungan sosial dan media sosial sebagai ruang untuk mengembangkan pemasaran dan berbagi informasi. Penyedia layanan dompet digital dapat menambahkan tata cara penggunaan sistem aplikasi secara singkat dan jelas atau *call center* untuk memfasilitasi agar pengguna memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan dompet digital. Pemerintah juga disarankan menyediakan infrastruktur pendukung dan keamanan konsumen untuk mendukung implementasi sistem informasi berbasis dompet digital, seperti peraturan dan jaringan internet agar dompet digital mendapat penerimaan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Malang yang menggunakan dompet digital OVO. Jumlah angka populasi tidak diketahui dengan pasti karena keterbatasan peneliti untuk mengakses data tersebut. Selain itu, data bersifat sangat dinamis dan dapat berubah dalam hitungan detik sehingga sangat sulit untuk mendapatkan angka populasi secara pasti. Sampel dan unit analisis penelitian yang digunakan adalah individu yang pernah melakukan pembayaran dengan dompet digital OVO minimal satu kali. Kota Malang dipilih menjadi tempat penelitian karena sebagian besar (73%) penduduk Kota Malang berusia produktif (Badan Pusat Statistik, 2018). Kota Malang juga masuk ke dalam Kota Zona Merah Covid-19 dan telah melaksanakan PSBB (Aminudin, 2020), sehingga relevan ketika menggunakan data penerimaan sistem dompet digital di masa pandemi Covid-19 di Kota

Malang. OVO dipilih menjadi objek penelitian karena OVO memiliki nilai lebih dibandingkan dompet digital yang lainnya, seperti terjadi peningkatan transaksi lebih dari 70% dan telah memproses satu miliar transaksi secara *real time* di tahun 2019 (Kontan.co.id, 2019). Selain itu, dimasa pandemi Covid-19, OVO mengalami peningkatan transaksi *online commerce* lebih dari 100% (Annur, 2020). Transaksi yang terus meningkat menunjukkan bahwa pengguna semakin sering menggunakan dompet digital OVO yang dinilai memiliki kelebihan. Pengguna OVO yang sudah pernah melakukan transaksi minimal satu kali, dipilih menjadi sampel karena perilaku penggunaan merupakan penentu minat, sehingga dapat diartikan bahwa minat dapat diketahui ketika telah menjadi perilaku nyata.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik nonprobabilitas dengan jenis *convenience sampling*. *Convenience sampling* dipilih karena merupakan metoda yang cepat dan mudah untuk pemenuhan tujuan penelitian serta sampel tidak

berada dalam kelompok tertentu. Metoda untuk menentukan ukuran sampel minimal menggunakan teknik pengambilan sampel PLS yakni 10 kali jumlah jalur hubungan kausalitas antar variabel laten (Hartono & Abdillah, 2016). Hal ini dikarenakan terbatasnya informasi tentang jumlah populasi yang pasti sehingga sampel minimal yang harus diterima adalah $5 \times 10 = 50$ pengguna OVO di Kota Malang.

Metoda Pengumpulan Data dan Pengukuran Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui survei jaringan (*web survey*) dengan media angket/kuesioner *online google form* karena selama pandemi Covid-19 dianjurkan untuk mematuhi protokoler kesehatan *physical distancing* dan dihindari beraktivitas di rumah. Selain itu survei, jaringan dapat menghemat waktu, biaya, mencegah pengisian kuesioner ganda, dan waktu pengisian kuesioner lebih fleksibel. *Link* kuesioner *online* disebar melalui media sosial, seperti yang ditampilkan ditabel 1.

Tabel 1
Akun yang Menjadi Sebaran Kuesioner

No.	Tempat Posting (Sebaran)	Jumlah Pengikut (<i>Followers</i>)
1	Twitter @infomalang	396.000 akun per 19 Juni 2020
2	FB Komunitas Peduli Malang (ASLI Malang)	744.813 akun per 19 Juni 2020
3	IG Story @infomalangraya	101.000 akun per 19 Juni 2020
4	IG Story @malangdotcom	48.900 akun per 19 Juni 2020
5	Retweet twitter Andrea Gunawan dengan nama akun @catwomanizer	111.000 akun per 19 Juni 2020
6	Meminta bantuan teman-teman asli orang malang posting di IG/WA story masing-masing	

Peneliti juga menyediakan hadiah apresiasi berupa saldo OVO senilai Rp. 250.000 bagi Sembilan responden yang beruntung. Tingkat pengembalian yang diperoleh sebesar 100% (267 data), namun setelah dilakukan *data screening* terdapat 0,4% (2 data) data tidak sesuai kriteria dan 1% (3 data) pengisian ganda sehingga data yang dapat diolah sebanyak 99,86% (262 data).

Pengukuran

Seluruh variabel yang digunakan diukur dengan skala likert 1-7 dengan kriteria 1 poin untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), 2 poin untuk jawaban Tidak Setuju (TS), 3 poin untuk jawaban Agak Tidak Setuju (ATS), 4 poin untuk jawaban Netral (N), 5 poin untuk jawaban Agak Setuju (AS), 6 poin untuk jawaban Setuju (S), dan 7 poin untuk jawaban Sangat Setuju (SS). Skala likert tujuh poin dipilih karena pilihan jawaban lebih beragam.

Analisis Data yang Dilakukan

Peneliti melakukan *pilot test* terlebih dahulu terhadap seluruh pernyataan (indikator) yang akan digunakan penelitian sebenarnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi *Structural Equation Modelling* dengan alat uji SmartPLS versi 3. Tahapan pengujian,

diantaranya (1) pengujian model pengukuran (*outer model*) atau uji validitas dan reliabilitas. Standar nilai yang digunakan untuk uji validitas konvergen dan validitas diskriminan mengacu pada standar yang disebutkan Hartono & Abdillah (2016). Selanjutnya, (2) menguji reliabilitas dengan standar uji menggunakan nilai *Cronbach's alpha* dengan *rule of thumbs* harus $\geq 0,6$ dan nilai *composite reliability* dengan *rule of thumbs* harus $\geq 0,7$. Tahap selanjutnya (3) pengujian model struktural (*inner model*). Model struktural dievaluasi dengan menggunakan nilai R^2

untuk konstruk dependen. Sedangkan, evaluasi model struktural untuk konstruk independen menggunakan nilai koefisien pada *path* (β) yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai T-statistika pada setiap jalur (*path*). Penelitian ini menggunakan

hipotesis satu arah (*one-tailed*) dan menggunakan tingkat keyakinan 95% (*alpha* sebesar 5%), karena itu ketika nilai T-statistik yang muncul pada hasil alat analisis lebih tinggi dibandingkan T-tabel (1,64) maka hipotesis alternatif diterima, dan sebaliknya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Tingkat Penerimaan Kuesioner

Tabel 2
Penerimaan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang diterima	267	100%
Kuesioner dengan alamat email yang sama (pengisian ganda)	3	1%
Kuesioner tidak masuk kriteria (tidak tinggal di Kota Malang)	2	0,75%
Kuesioner yang dapat diolah	262	98,25%

Jumlah respon kuesioner yang diperoleh selama periode pengumpulan data sebanyak 267 respon. Kuesioner yang dapat diolah untuk penelitian sebanyak 262 sampel (98,25%). Perolehan tersebut didapat berdasarkan hasil *data screening* yang

dilakukan peneliti dengan melihat pengisian data ganda dengan alamat email yang sama dan mengeluarkan responden yang tidak tinggal di Kota Malang. Rincian penerimaan kuesioner disajikan dalam tabel 2.

Hasil Karakteristik Responden

Tabel 3
Karakteristik Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Usia per 2020		
Muda (16-30 tahun)	183	70%
Tua (Lebih dari 30 tahun)	79	30%
Jenis Kelamin		
Pria	104	40%
Wanita	158	60%
Pendidikan Terakhir/Saat Ini		
SMP/Sederajat	3	1%
SMA/Sederajat	55	21%
D1/D3	28	11%
S1/D4	151	57%
S2/Magister	23	9%
S3/Doktor	2	1%
Rata-rata Pendapatan		
$\leq 1.499.999$	84	32%
2.499.999 s/d 1.500.000	57	21%
3.499.999 s/d 2.500.000	50	19%
$\geq 3.500.000$	73	28%
Pekerjaan Saat Ini		
Belum Bekerja	17	6%
Pelajar/Mahasiswa	46	18%
ASN/TNI/POLRI/BUMN	13	5%
Ibu Rumah Tangga/Pensiunan	21	8%

Karyawan Swasta/Non PNS	110	42%
Wiraswasta	42	16%
Lain-Lain	13	5%
Kecamatan Tinggal di Malang		
Blimbing	47	18%
Kedungkandang	46	17%
Klojen	33	13%
Lowokwaru	83	32%
Sukun	53	20%
Jangka waktu penggunaan aplikasi dompet digital		
Kurang dari 1 Tahun	26	10%
1 Sampai 2 Tahun	159	60%
3 Sampai 4 Tahun	63	24%
Lebih dari 4 Tahun	14	5%
Waktu penggunaan aplikasi dompet digital dalam sebulan		
Kurang dari 3 kali	36	14%
3 sampai 5 kali	95	36%
6 sampai 8 kali	44	17%
Lebih dari 8 kali	87	33%

Tabel 3 menunjukkan komposisi responden (pengguna OVO) yang terlibat dalam penelitian. Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar masyarakat Kota Malang yang menggunakan dompet digital OVO dan terlibat dalam penelitian ini tergolong usia muda. Pengguna OVO di Kota Malang dan terlibat sebagai responden penelitian lebih banyak (60%) bergender wanita. Tingkat pendidikan pengguna dompet digital OVO di Kota Malang dan terlibat dalam penelitian sebagian besar berpendidikan S1 atau D4. Sebagian besar masyarakat Kota Malang yang menggunakan dompet digital OVO dan terlibat

sebagai responden rata-rata berpenghasilan kurang dari atau sama dengan 1.499.999 per bulan. Responden sebagian besar bekerja sebagai karyawan swasta/non PNS. Masyarakat di Kota Malang yang menggunakan OVO dan menjadi responden penelitian sebagian besar sudah menggunakan dompet digital OVO selama selama 1 sampai 2 tahun. Sebagian besar masyarakat Kota Malang yang menggunakan dompet digital OVO dan terlibat dalam penelitian ini menggunakan dompet digital OVO 3 sampai 5 kali dalam 1 bulan.

Persepsi Responden

Tabel 4
Distribusi Frekuensi Indikator

Konstruk/Variabel	Rata-Rata	Standar Deviasi
Harapan Kinerja/HK	5,979	0,0842
Harapan Usaha/HU	6,314	0,0265
Pengaruh Sosial/PS	5,153	0,1639
Persepsi Kepercayaan/PK	5,617	0,1152
Kondisi yang Memfasilitasi/KM	6,173	0,2102
Minat Perilaku/MP	5,524	0,0862

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan bahwa rata-rata jawaban responden lebih dari 5 poin dari skala 7. Dapat dinyatakan bahwa responden cenderung setuju bahwa sistem dompet digital bermanfaat (HK), mudah digunakan (HU), membutuhkan peran sosial (PS), membutuhkan

dukungan ketersediaan sumberdaya, fasilitas ,dan pengetahuan (KM) dalam implementasinya, serta perlu mendapatkan anggapan bahwa sistem dompet digital aman (PK). Responden juga setuju bahwa sampel memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan sistem dompet digital.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)
Uji Validitas Konvergen

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Konstruk	Indikator	Loading Factor	AVE
Harapan Kinerja/HK	HK.1	0,879	0,763
	HK.2	0,873	
	HK.3	0,899	
	HK.4	0,844	
Harapan Usaha/HU	HU.1	0,925	0,863
	HU.2	0,944	
	HU.3	0,918	
	HU.4	0,930	
Pengaruh Sosial/PS	PS.1	0,751	0,695
	PS.2	0,754	
	PS.3	0,866	
	PS.4	0,760	
Persepsi Kepercayaan/PK	PK.1	0,841	0,799
	PK.2	0,863	
	PK.3	0,853	
	PK.4	0,844	
Kondisi yang Memfasilitasi/KM	KM.1	0,860	0,615
	KM.2	0,871	
	KM.3	0,907	
	KM.4	0,677	
Minat Perilaku/MP	MP.1	0,901	0,723
	MP.2	0,860	
	MP.3	0,917	
	MP.4	0,895	

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa seluruh indikator variabel HK, HU, PS, PK, KM dan MP mempunyai nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7 maka dapat disimpulkan seluruh indikator telah valid dalam mengukur variabel HK, HU, PS, PK, KM dan MP. Seluruh Konstruk juga memiliki nilai $AVE \geq 0,5$ sehingga dapat dinyatakan seluruh indikator yang

mengukur variabel HK, HU, PS, PK, KM dan MP telah valid. Dapat dinyatakan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi syarat uji validitas konvergen

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 6
Akar Average Variance Extract (AVE)

	HK	HU	KM	MP	PS	PK
HK	0,874					
HU	0,668	0,929				
KM	0,624	0,771	0,834			

MP	0,624	0,500	0,563	0,894		
PS	0,495	0,359	0,489	0,520	0,784	
PK	0,645	0,572	0,604	0,725	0,464	0,850

Keterangan: Harapan Kinerja/HK; Harapan Usaha/HU; Pengaruh Sosial/PS; Persepsi Kepercayaan/PK; Kondisi yang Memfasilitasi/KM; dan Minat Perilaku/MP.

Nilai *Loading* tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator yang mengukur variabel HK, HU, PS, PK, KM dan MP menghasilkan *loading factor* yang lebih besar dari 0,7 dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel lainnya. Hanya indikator KM4 yang memiliki nilai dibawah 0,7, namun indikator KM4 tidak dihapus karena jika angka dibulatkan angka masih berada di 0,7. Dengan demikian indikator

yang mengukur HK, HU, PS, PK, KM dan MP dapat dinyatakan valid. Tabel 5 juga menunjukkan bahwa seluruh indikator HK, HU, KM, MP, PS, dan PK memperoleh nilai Akar AVE $\geq$ korelasi variabel laten sehingga dapat dinyatakan indikator seluruh konstruk telah valid. Dengan demikian, seluruh konstruk telah memenuhi standar uji diskriminan.

Uji Reliabilitas

Tabel 7
Hasil Cronbachs Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	Keputusan
HK	0,897	0,928	Reliabel
HU	0,947	0,962	Reliabel
KM	0,849	0,900	Reliabel
MP	0,916	0,941	Reliabel
PS	0,795	0,864	Reliabel
PK	0,872	0,913	Reliabel

Keterangan: Harapan Kinerja/HK; Harapan Usaha/HU; Pengaruh Sosial/PS; Persepsi Kepercayaan/PK; Kondisi yang Memfasilitasi/KM; dan Minat Perilaku/MP.

Hasil uji *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh variabel mendapatkan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai *cronbach's*

alpha lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang mengukur variabel HK, HU, PS, PK, KM dan MP dinyatakan reliabel.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Uji R²

Tabel 8
Hasil R²

	R Square	R Square Adjusted
MP	0,595	0,587

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa *R Square* bernilai 0,595. Dapat diartikan bahwa minat perilaku dapat dijelaskan oleh HK, HU, KM, MP, PS,

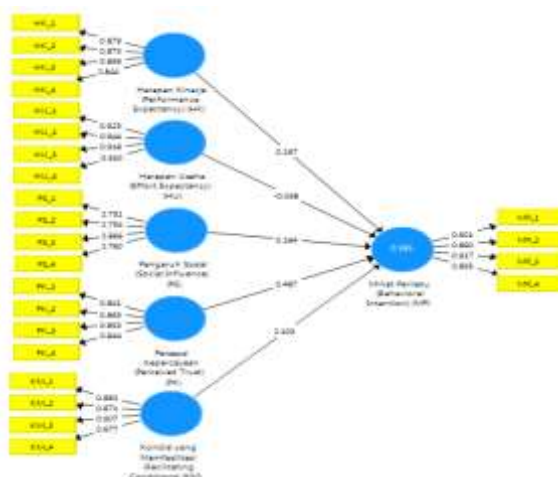
dan PK sebesar 59,5%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian.

Uji Path Coefficient (Koefisien Jalur)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

		Path Coefficient (a)	T Statistics	P Value	Keputusan
H1	HK -> MP	0,197	2,681***	0,008	Didukung
H2	HU -> MP	-0,048	0,725	0,469	Tidak Didukung
H3	PS -> MP	0,164	2,806***	0,005	Didukung
H4	PK -> MP	0,487	6,619***	0,000	Didukung
H5	KM -> MP	0,103	1,497	0,136	Tidak Didukung

Keterangan: Harapan Kinerja/HK; Harapan Usaha/HU; Pengaruh Sosial/PS; Persepsi Kepercayaan/PK; Kondisi yang Memfasilitasi/KM; dan Minat Perilaku/MP.



Gambar 2: Hasil Regresi Model Penelitian

Hasil pengujian hipotesis satu menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,197 dan memperoleh nilai statistik-T lebih dari 1,64. Dapat disimpulkan bahwa HK berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (H1 didukung). Pengujian hipotesis dua diperoleh nilai koefisien regresi -0,048 dan memperoleh nilai statistik-T kurang dari 0,164. Artinya, HK berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat (H2 tidak didukung). Pengujian hipotesis tiga memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,164 dan nilai statistik-T lebih dari 1,64. Hasil tersebut menunjukkan bahwa PS berpengaruh positif signifikan terhadap minat (H3 didukung). Hasil pengujian hipotesis empat menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,487 dan nilai statistik-T lebih dari 1,64. Dapat diinterpretasikan bahwa PK berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (H4 didukung). Pengujian hipotesis lima menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,103 dan nilai statistik-T kurang dari 1,64. Artinya, KM

berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (H5 didukung).

3.2. Pembahasan

Harapan Kinerja Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Harapan kinerja terbukti sebagai faktor penentu minat. Hasil penelitian sesuai dengan model UTAUT (Venkatesh, 2003) dan konsisten dengan penelitian Gupta & Arora (2020) yang membuktikan bahwa minat masyarakat mengadopsi sistem dompet digital dipengaruhi oleh harapan kinerja serta harapan kinerja merupakan prediktor terkuat dalam mempengaruhi minat. Oleh karena itu, penyedia layanan sistem dompet digital harus menyediakan layanan dompet digital yang bermanfaat, proses transaksi yang cepat, dan meningkatkan produktivitas agar dapat membentuk persepsi masyarakat bahwa transaksi menggunakan sistem dompet digital lebih efisien dibandingkan dengan transaksi menggunakan uang tunai. Hal tersebut juga sesuai dengan studi yang dilakukan Alalwan et al. (2017) dan Karjaluoto et al. (2020).

Hasil survei membuktikan bahwa sebagian besar (92,4%) masyarakat pengguna OVO di Kota

Malang menganggap bahwa menggunakan sistem dompet digital bermanfaat untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Sebagian besar (88,2%) pengguna cenderung setuju bahwa dompet digital dapat memperkecil *opportunity cost*. Sebagian besar (92,3%) pengguna setuju bahwa menggunakan dompet digital dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat serta sebagian besar (84%) juga cenderung setuju bahwa dompet digital dapat lebih meningkatkan produktivitas. Manfaat yang didapatkan dari penggunaan sistem dompet digital diantaranya, lebih praktis dibawa, dapat melacak *cashflow* dengan fitur *history*, terhindar dari utang piutang karena uang tidak tampak secara fisik, terhindar dari perampokan dan pencurian, dan dapat membayar dengan transaksi dengan nominal yang seharusnya (Wartaekonomi.co.id, 2019). Sistem dompet digital juga merupakan alternatif pembayaran yang aman selama pandemi Covid-19. Dompet digital memungkinkan transaksi tanpa melakukan kontak fisik dengan benda (uang kertas/logam) atau orang lain, sehingga meminimalisir risiko penyebaran Covid-19. Selain itu, dompet digital juga memungkinkan transaksi kapan saja dan dimana saja, sehingga selama beraktivitas dirumah kebutuhan tetap dapat terpenuhi.

Harapan Usaha Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Harapan usaha terbukti bukan merupakan penentu minat. Kemudahan pengoperasian sistem dompet digital tidak menentukan minat adopsi. Hasil penelitian konsisten dengan studi Slade et al. (2015) dan Tarhini et al. (2016) yang menyatakan bahwa harapan usaha tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem. Pengoperasian sistem bukan menjadi hambatan dalam keputusan adopsi karena saat ini, sistem dompet digital didesain *user-friendly* (Tarhini et al., 2016) serta pengguna telah terbiasa dengan pengoperasian sistem dompet digital yang digunakannya (Slade et al., 2015).

Alasan lainnya adalah meskipun sistem dompet digital merupakan suatu inovasi yang baru namun, pengguna tidak mengalami kesulitan dalam pengoperasiannya karena *platform* telah memberikan tata cara penggunaan secara jelas sehingga mudah untuk menjadi terampil dalam mengoperasikan sistem. Pengoperasian sistem bukan menjadi masalah karena pandemi Covid-19 memaksa konsumen untuk mempelajari dan menggunakan dompet digital untuk alasan kesehatan. Transaksi dengan uang digital dianggap lebih aman karena uang kertas dapat berpotensi menyebarkan virus korona karena adanya

kontak fisik dengan benda atau orang lain. Selain itu, pencairan dana bantuan Kartu Prakerja hanya tersedia pada bank BNI dan dompet digital OVO, LinkAja atau GoPay (Debora, 2020), sehingga secara tidak langsung masyarakat yang mendapat bantuan tersebut dipaksa menggunakan dompet digital.

Hasil survei juga diyakini mendukung argumen-argumen tersebut. Hal tersebut dikarenakan hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 96,2% masyarakat pengguna OVO di Kota Malang menyatakan setuju bahwa dompet digital mudah dioperasikan. Sebanyak 96,2% pengguna menyatakan setuju bahwa cara dompet digital mudah dipelajari. Sebanyak 94,3% responden menyatakan setuju bahwa mempelajari pengoperasian dompet digital membutuhkan waktu yang singkat. Dapat disimpulkan bahwa, manfaat yang didapatkan dari penggunaan sistem dompet digital lebih besar dibandingkan pengoperasiannya, sehingga pengoperasian sistem bukan menjadi hambatan untuk menggunakannya.

Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Pengaruh sosial terbukti sebagai penentu minat. Meningkatnya minat dipengaruhi dengan lingkungan sosial. Semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin berminat. Hasil tersebut mendukung model UTAUT (Venkatesh, 2003). Pendapat orang terdekat, seperti teman, keluarga, dan kolega yang positif akan mempengaruhi persepsi pengguna tentang kredibilitas sistem pembayaran bank (Gupta et al., 2019). Selain orang terdekat, media sosial seperti FB, Twitter, Blog, SMS, TV, Surat Kabar, radio, dan email juga dapat membentuk persepsi karena saat ini banyak digunakan masyarakat (Tarhini et al., 2016). Studi yang dilakukan (Megadewandanu et al. (2016) membuktikan bahwa masyarakat Indonesia adalah masyarakat dengan budaya kolektifis sehingga cenderung lebih suka mencari rekomendasi dari orang lain terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan penggunaan media sosial tertinggi, sehingga informasi yang berasal dari media sosial sangat berpengaruh terhadap keputusan adopsi.

Saat ini, Indonesia sedang berada di masa bonus demografi (Ipsos.com, 2020) dan sampel penelitian (70%) didominasi usia muda sehingga media sosial berperan penting dalam keputusan adopsi. Data menunjukkan pengguna aktif media sosial didominasi usia muda berumur 18-34 tahun (Kompas.com, 2019). Media sosial diketahui dapat membentuk persepsi yang akhirnya berdampak pada peningkatan minat adopsi. Selain itu, opini kolega dan

teman dilingkungan kerja juga berpengaruh terhadap keputusan adopsi. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 66,4% masyarakat pengguna OVO di Kota Malang dan menjadi sampel penelitian setuju bahwa rekan di tempat kerja atau universitas mempengaruhi mereka untuk menggunakan dompet digital. Sebanyak 59,6% pengguna setuju bahwa teman dan keluarga akan mempengaruhi minat menggunakan dompet digital. Sebagian besar (61,1%) setuju bahwa pemimpin mempengaruhi untuk keputusan adopsi serta sebagian besar responden (82,4%) setuju bahwa media sosial mempengaruhi keputusan adopsi dompet digital. Oleh karena itu, penyedia layanan sistem dompet digital disarankan memaksimalkan pengalaman penggunaan dompet digital pada konsumen sebelumnya dan memaksimalkan media sosial untuk media berbagi informasi.

Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Studi ini berhasil membuktikan bahwa persepsi kepercayaan merupakan salah satu prediktor penentu minat. Hasil penelitian mendukung studi yang dilakukan Alalwan et al. (2017 dan Chauhan (2015). Membentuk kepercayaan merupakan hal penting, karena uang merupakan hal yang sensitif, terlebih jika transaksinya dilakukan secara *online* (Alalwan et al., 2017; Chauhan, 2015).

Masyarakat mempercayai dompet digital karena dompet digital dapat dipercaya dalam menjaga saldo dan menyediakan transaksi yang aman. Hasil survei menunjukkan bahwa 85,1% responden setuju bahwa sistem dompet digital dapat dipercaya, sebanyak 79,4% responden setuju bahwa sistem dompet digital dapat menjaga saldo, sebesar 88,9% responden setuju bahwa sistem dompet digital aman untuk transaksi, serta sebagian besar (73,3%) responden cenderung setuju bahwa platform dompet digital tidak melakukan wanprestasi kepada pengguna.

Saat ini, penyedia layanan dompet digital juga telah melakukan upaya untuk membentuk kepercayaan konsumen, seperti aplikasi yang dilengkapi PIN dan verifikasi dengan kode OTP (CNN Indonesia, 2019). Penyedia layanan dompet digital juga melakukan sosialisasi mengenai macam-macam modus penipuan dan memberi saran agar terhindar dari modus penipuan melalui media sosial atau websitenya. Oleh karena itu, penyedia layanan dompet digital harus membentuk kepercayaan konsumen karena uang merupakan hal yang sensitif.

Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Kondisi yang memfasilitasi bukan prediktor penentu minat. Hasil penelitian berlawanan dengan studi yang dilakukan Chawla & Joshi (2019) dan Gupta & Arora (2020) yang membuktikan bahwa ketika tersedia dukungan sumberdaya untuk mengakses dompet digital, seperti *smartphone*, internet, uang, dan regulasi akan meningkatkan minat penggunaan. Hasil penelitian mendukung studi yang dilakukan Oliveira et al. (2016) yang menyatakan bahwa meskipun terdapat akses untuk menggunakan dompet digital cenderung tidak mempengaruhi minat atau penggunaannya. Penggunaan dompet digital dapat membuat individu lebih *impulsive* dalam membelanjakan uangnya (Chan, 2017). Pembayaran *cashless* lebih *less painful*, karena tidak adanya aktivitas penyerahan uang secara fisik akan membuat individu lebih mudah untuk merelakan uangnya (Raghubir & Srivastava, 2008).

Perilaku konsumtif belanja *online* dapat menjadi ancaman di masa pandemi Covid-19 karena berbagai kebutuhan hidup selama masa “berdiam di rumah” tetap dapat terpenuhi melalui *e-commerce* atau *marketplace*. Individu juga memiliki waktu yang lebih banyak selama di rumah, bahkan tidak sedikit *e-commerce* ataupun *marketplace* yang menawarkan promosi menarik seperti diskon dan *cashback*. Diskon ataupun *cashback* dapat berpotensi pada perilaku konsumtif karena konsumen dapat mudah mengeluarkan uang untuk barang atau jasa yang sebetulnya tidak dibutuhkan karena ingin mendapat diskon atau *cashback*. Oleh karena itu, individu kurang berminat menggunakan sistem dompet digital karena membuat semakin boros.

4. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian, studi ini berhasil membuktikan kepercayaan (Persepsi Kepercayaan/PK), lingkungan sosial (Pengaruh Sosial/PS), dan kebergunaan sistem (Harapan Kinerja/HK) berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Sedangkan, kemudahan pengoperasian (Harapan Usaha/HU) dan ketersediaan dukungan sumberdaya, fasilitas, dan pengetahuan (Kondisi yang Memfasilitasi/KM) tidak berpengaruh terhadap minat. Kemudahan penggunaan (Harapan Usaha/HU) tidak berpengaruh terhadap minat karena saat ini aplikasi sistem dompet digital telah didesain *user friendly*, terdapat tata cara penggunaan sistem yang jelas, dan manfaat yang didapatkan dari penggunaan sistem dompet digital lebih besar dibandingkan cara pengoperasiannya. Ketersediaan

dukungan sumberdaya, fasilitas, dan pengetahuan (Kondisi yang Memfasilitasi/KM) tidak berpengaruh terhadap minat karena menggunakan dompet digital dianggap lebih boros karena tidak melihat uang secara fisik sehingga lebih mudah merelakan uang.

Implikasi Penelitian

Penyedia layanan dompet digital atau analisis sistem harus mengembangkan sistem layanan dompet digital sebagai alternatif pembayaran yang lebih aman selama pandemi Covid-19 dari sisi konsumen. Hasil studi menunjukkan bahwa konsumen akan berminat menggunakan dompet digital ketika dompet digital dapat memberikan keamanan transaksi dan menjaga saldo, terlebih terdapat isu keamanan siber yang meningkat selama pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 diperkirakan akan berlangsung lama dan merubah perilaku konsumen sehingga manajemen atau penyedia layanan dompet digital disarankan menyediakan menambah fitur atau layanan yang berguna bagi konsumen. Hasil studi menunjukkan bahwa konsumen akan berminat menggunakan dompet digital ketika dompet digital dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menyelesaikan transaksi lebih cepat sehingga dapat mendukung produktivitas. Manajemen atau penyedia layanan sistem dompet digital juga disarankan dapat memaksimalkan lingkungan sosial serta media sosial untuk berbagi informasi. Studi menunjukkan bahwa konsumen akan berminat menggunakan dompet digital ketika lingkungan terdekatnya juga menggunakannya serta adanya informasi yang diperoleh dari media sosial. Informasi yang diberikan disarankan untuk fokus pada hal-hal yang diminati konsumen, seperti informasi kebermanfaatan sistem dan informasi keamanan sistem.

Keterbatasan

Keterbatasan studi ini adalah tingkat pengembalian angket yang diyakini kurang maksimal. Hal tersebut dikarenakan penyebaran angket hanya dapat dilakukan secara *online* karena penelitian dilakukan saat pandemi korona serta peneliti tidak mengetahui jumlah populasi pengguna dompet digital OVO di Kota Malang secara pasti, sehingga metoda penentuan jumlah sampel minimal hanya ditentukan berdasarkan prinsip SEM-PLS, yakni sepuluh kali dari jumlah variabel laten. Meskipun jumlah sampel yang diperoleh sudah tiga kali lipat lebih banyak dari sampel pengembalian minimal, namun besaran sampel hanya mewakili 0,0304% dari total jumlah penduduk (866,118 jiwa) Kota Malang tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2018), dengan asumsi seluruh

masyarakat Kota Malang menggunakan dompet digital OVO.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada maka peneliti selanjutnya disarankan dapat memaksimalkan tingkat pengembalian angket dengan menyebar angket secara *online* dan *offline* dan dilakukan di waktu dan kondisi yang berbeda. Penelitian selanjutnya disarankan dilakukan pada era normal baru (*new normal*) karena bisnis dompet digital di era normal baru diyakini dapat terus meningkat dan berkembang karena pandemi korona berpengaruh terhadap perilaku konsumen menggunakan alat dan aplikasi digital serta dapat melakukan penyebaran angket secara *offline* maupun *online*. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengetahui jumlah pasti populasi dompet digital di suatu wilayah. Informasi mungkin akan didapatkan jika peneliti melakukan upaya perijinan penelitian kepada penyedia layanan dompet digital di Indonesia agar memperoleh data populasi secara akurat. Hal tersebut dibutuhkan upaya yang lebih besar terkait waktu dan biaya, sehingga peneliti harus merencanakan penelitian secara jelas dan tepat.

5. REFERENSI

- Abouzahra, M. (2011). Causes of failure in Healthcare IT projects. *2011 3rd International Conference on Advanced Management Science*, 19, 46–50.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Aminudin, M. (2020). *Disetujui Kemenkes, PSBB Malang Raya Segera Diterapkan*. News.Detik.Com.
- Annur, C. M. (2020). *Transaksi OVO dan GoPay Melonjak Selama Pandemi Covid-19*. Katadata.Co.Id.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Jumlah Penduduk di Kota Malang Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2011-2020*.
- Bank Indonesia. (2020). *Statistik Sistem Pembayaran 2020*. WwW.Bi.Go.Id.
- Chan, A. (2017). *Why Going Cashless Makes You Spend More*. Singsaver.Com.

- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India : integrating trust into the technology acceptance model. *Info*, 17(3), 58–68. <https://doi.org/10.1108/info-02-2015-0018>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- CNN Indonesia. (2019). *Pakar Siber: Dompot Digital Lebih Aman dari Uang Tunai*. Www.Cnnindonesia.Com.
- CNN Indonesia. (2020). *Transaksi Uang Elektronik Naik Selama Pandemi Corona*. Www.Cnnindonesia.Com.
- Debora, Y. (2020). *Cara Cairkan Dana Prakerja Via BNI, OVO, LinkAja dan GoPay*. Tirto.Id.
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2016). *The FinTech Market in Germany*. <https://doi.org/10.24198/JF.V14I1.10740>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114.
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). *Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility*. 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2016). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris* (Edisi Pert). BPFE-Yogyakarta.
- Ipsos.com. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*.
- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Leppäniemi, M., & Luomala, R. (2020). Examining consumers' usage intention of contactless payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 332–351.
- Kompas.com. (2019). *Sepuluh Penduduk Indonesia Sudah "Melek" Media Sosial*. Tekno.Kompas.Com.
- Kontan.co.id. (2019). *Sepanjang 2019 OVO catat 1 miliar transaksi*. Keuangan.Kontan.Co.Id.
- Kumparan.com. (2019). *Waspada Modus Call Forward *21* untuk Curi Akun Gojek dan Kartu Kredit*. Kumparan.Com.
- Kumparan. (2020). *91 Juta Data Pengguna Tokopedia Dilaporkan Dijual Rp 73 Juta di Dark Web*. KumparanTECH.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective. *Proceedings - 2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer, ICST 2016*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2016.7877340>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment : Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Patel, V. (2016). Use of Mobile Wallet Service by the Youth : A Study based in Ahmedabad. *ASBM Journal of Management*, 9(2), 50–61.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>
- Raghubir, P., & Srivastava, J. (2008). Monopoly Money: The Effect of Payment Coupling and Form on Spending Behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 14(3), 213–225. <https://doi.org/10.1037/1076->

898X.14.3.213

- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Sobti, N. (2019). Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India: Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model. *Journal of Advances in Management Research*, 16(4), 472–497. <https://doi.org/10.1108/JAMR-09-2018-0086>
- Tang, C. Y., Lai, C. C., Law, C. W., Liew, M. C., & Phua, V. V. (2014). Examining key determinants of mobile wallet adoption intention in Malaysia: an empirical study using the unified theory of acceptance and use of technology 2 model. *International Journal of Modelling in Operations Management*, 4(3–4), 248–265.
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon. *Information Technology & People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/itp-02-2014-0034>
- Thomas, V. F. (2019). Kasus Pembobolan Saldo GoPay Tak Cuma Terjadi pada Maia Estianty. Tirto.Id.
- Venkatesh, V. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003b). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. https://pdfs.semanticscholar.org/6256/0e2001480fd1f22558ce4d34ac93776af3e6.pdf?_ga=2.124539978.1994179764.1540339706-2125081534.1540339706
- Wartaekonomi.co.id. (2019). 6 Manfaat Dompet Digital bagi Keuangan Anda. www.Wartaekonomi.Co.Id.

6. Lampiran

Instrumen Penelitian

Konstruk/ Variabel	Indikator/Pertanyaan	Sumber Acuan
Harapan Kinerja/HK	HK1: Saya merasa <i>e-wallet</i> berguna dalam kehidupan sehari-hari saya. HK2: Menggunakan <i>e-wallet</i> meningkatkan kesempatan saya untuk menyelesaikan hal lain yang menurut saya penting. HK3: Menggunakan <i>e-wallet</i> membantu saya untuk menyelesaikan sesuatu dengan lebih cepat. HK4: Menggunakan <i>e-wallet</i> meningkatkan produktivitas saya.	Venkatesh et al. (2003); Sobti (2019); dan Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams (2015)
Harapan Usaha/HU	HU1: Mempelajari cara menggunakan <i>e-wallet</i> itu mudah bagi saya. HU2: Bagi saya, menggunakan / mengoperasikan <i>e-wallet</i> itu jelas dan dapat dipahami. HU3: Saya menganggap <i>e-wallet</i> itu mudah digunakan. HU4: Mudah bagi saya untuk menjadi mahir dalam menggunakan <i>e-wallet</i> .	Venkatesh et al. (2003); Sobti (2019); dan Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams (2015)
Pengaruh Sosial/PS	PS1: Rekan saya di tempat kerja atau universitas saya berpikir saya harus menggunakan <i>e-wallet</i> . PS2: Orang terdekat (seperti: teman dan keluarga) memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> . PS3: Orang-orang yang opininya saya hargai lebih menyukai saya menggunakan <i>e-wallet</i> . PS4: Media sosial memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> .	Venkatesh et al. (2003); Sobti (2019); dan Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams (2015)
Persepsi Kepercayaan/PK	PK1: <i>E-wallet</i> adalah layanan yang dapat dipercaya. PK2: Saya bisa mengandalkan <i>e-wallet</i> dalam menjaga nominal saldo. PK3: Saya bisa mengandalkan <i>e-wallet</i> dalam mengirim uang konsumen dengan aman. PK4: <i>E-wallet</i> dapat diandalkan untuk menepati janji-janjinya.	Chauhan (2015); Madan & Yadav (2016); dan Phonthanukititha worn, Sellitto, & Fong (2016)
Kondisi yang Memfasilitasi/KM	KM1: Saya mempunyai sarana (seperti: perangkat <i>mobile/smartphone</i> , koneksi internet, uang dsb) yang diperlukan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> . KM2: Saya mempunyai pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> . KM3: <i>E-wallet</i> sesuai dengan teknologi lain yang saya gunakan. KM4: Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya memiliki kesulitan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> .	Venkatesh et al. (2003); Sobti (2019); Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams (2015)
Minat Perilaku/MP	MP1: Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> lebih rutin hingga 12 bulan kedepan. MP2: Saya berencana menggunakan <i>e-wallet</i> lebih rutin untuk membayar tagihan hingga 12 bulan kedepan. MP3: Saya akan terus mencoba untuk menggunakan <i>e-wallet</i> di dalam kehidupan sehari-hari hingga 12 bulan	Venkatesh et al. (2003), Venkatesh, Thong, & Xu (2012); dan Sobti (2019)

kedepan.

MP4: Saya berminat menggunakan *e-wallet* lebih rutin
untuk mengirim dan merima uang hingga 12 bulan
kedepan.
