

**INTEGRASI TAM DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG
ELEKTRONIK**

(Studi Kasus UMKM di Solo Raya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Persyaratan Guna

**Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah**



Oleh :

SRI SETIYANINGSIH

NIM. 19.52.21.238

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

TAHUN 2023

INTEGRASI TAM, TPB DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG
ELEKTRONIK

(Studi Kasus UMKM di Solo Raya)

SKRIPSI

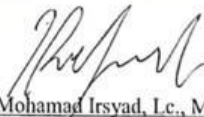
Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah

Oleh:

SRI SETIYANINGSIH
NIM. 19.52.21.238

Surakarta, 10 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Mohamad Irsyad, L.c., M.E.
NIP. 19900603 201903 1 005

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:
NAMA : SRI SETIYANINGSIH
NIM : 19.52.21.238
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "INTEGRASI TAM, TPB DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK (*Studi Kasus UMKM di Solo Raya*)". Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 10 Mei 2023



Sri Setiyaningsih

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : SRI SETIYANINGSIH
NIM : 19.52.21.238
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“INTEGRASI TAM, TPB DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus UMKM di SoloRaya)”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari Mahasiswa Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 10 Mei 2023



Sri Setiyaningsih

Mohamad Irsyad, Lc., M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Sri Setyaningsih

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.


Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahawa skripsi saudara Krisnia NIM : 19.52.21.238 yang berjudul:
INTEGRASI TAM, TPB DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK (*Studi Kasus UMKM di Solo Raya*)
Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Mei 2023


Mohamad Irsyad, Lc., M.E.
NIP. 19900603 201903 1
005

PENGESAHAN

**INTEGRITAS TAM DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN
UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus UMKM di Solo Raya)**

Oleh :

SRI SETIYANINGSIH
NIM. 19.52.21.238

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 17 Mei 2023 M / 26 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Frank Aligarh, S.Pd., M. Sc.
NIP. 19920912 201903 1 001



Penguji II
Ade Setiawan, M.Ak., CRA., CRP., CIAP.
NIP. 19800712 201403 1 003




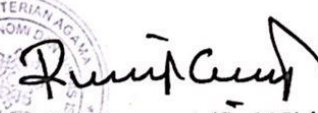
Penguji III
Aryani Intan Endah Rahmawati, S.E., M.Sc.
NIP. 19930521 201903 2 012



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah: 8)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka
mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra'd: 11)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(HR. Ahmad, Thabrani, dan Daruqutni)

“Bawa pikiran kita positive, enjoy and happy itu bakal jadi nyata di kehidupan
kita”

(Sri Setyaningsih)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini dengan segenap rasa cinta, doa dan keikhlasannya untuk:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdir yang Dia berikan saya bisa menjadi pribadi yang ceria, berpikir, berilmu, dan beriman. Semoga satu langkah kecil ini dapat menjadi pijakan langkah yang panjang untuk masa depan dalam mewujudkan mimpi-mimpi saya.
2. Kedua orang tua saya Bapak Tukino dan Ibu Harni yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya tanpa terputus.
3. Adek laki-laki saya Elo Agus Purnomo serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan ridhonya dalam semua kegiatan yang saya ikuti.
4. Bapak Mohamad Irsyad, L.C., M.E., selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Semua dosen pengampu yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Orang-orang yang selalu membantu dan menemani dalam menyelesaikan penelitian ini Vera, Rima, Intan, Putri, Hasna, dika, Rita, dan Tini.
7. Teman-teman Akuntansi Syariah kelas G angkatan 2019 yang menjadi teman berjuang selama masa kuliah.
8. Dan Almamater tercintaku UIN Raden Mas Said Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT selaku Sutradara dalam kehidupan dunia dan akhirat, tidak ada kuasa selain kuasa Allah SWT. *Allahuma Sholli 'ala Sayyidinna Muhammad Wa 'ala ali Sayyidinna Muhammad.* Sholawat serta salam senantiasa penulis lantunkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Hidayah serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “INTEGRASI TAM DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK

(Studi Kasus UMKM di Solo Raya)” sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Bidang Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari segi waktu, pikiran, dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd., selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Fitri Laela Wijayanti, S.E, M.S.i., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Samsul Rosadi, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Mohamad Irsyad, L.C., M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ayah, Ibu, dan adek tercinta yang telah banyak memberikan doa, cinta, kasih sayang, dan dukungan yang sangat luar biasa kepada penulis.
8. Adek laki-laki tercinta yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman akuntansi syariah kelas G angkatan 2019.
10. Seluruh pihak yang turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, teruntuk semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada kita semua. *Aamiin Aamiin Ya Robbal Alamin.*

Wassalamua'alaikum Wr.Wb

ABSTARCT

This study aims to determine the integrity of TAM and trust in the acceptance of electronic money in the MSME case study in Solo Raya. The dependent variable in this study is intention to use (Y). This study uses perceived ease of use, perceived usefulness and trust as independent variables (X). This study used a purposive sampling technique and data analysis techniques using Structural Equation Modeling-Partial Last Square (SEM-PLS). This study used a data collection technique using a questionnaire distributed by MSME players who used the shopeepay electronic money (e-wallet).

The results of this study prove that self-efficacy and perceived ease of use have no effect on intention to use. Perceived usefulness and trust have a positive and significant influence on intention to use.

Keywords: self efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, trust, intention to use

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui integritas TAM dan *trust* dalam keberterimaan uang elektronik studi kasus UMKM di Solo Raya. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *intention to use* (Y). Penelitian ini menggunakan *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* sebagai variabel independen (X). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar pelaku UMKM yang menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *self efficacy* dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. *Perceived usefulness* dan *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Kata Kunci: *self efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *intention to use*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	

2.1	Landasan Teori	14
2.1.1	TAM (<i>Theory Acceptance Model</i>)	14
2.1.2	TPB (<i>Theorry of Ploaned Behavior</i>).....	15
2.1.3	<i>E-Wallet</i> (Uang Elektronik)	16
2.1.4	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	18
2.1.5	<i>Self Efficacy</i>	19
2.1.6	<i>Perceived Ease of Use</i>	21
2.1.7	<i>Perceived Usefulness</i>	22
2.1.8	<i>Trust</i>	23
2.1.9	<i>Intention to use</i>	24
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Berpikir	32
2.4	Hipotesis	33
2.4.1	<i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	33
2.4.2	<i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	33
2.4.3	<i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	34
2.4.4	<i>Truat</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.	36
3.2	Jenis Penelitian.	36
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3.1	Populasi dan Sampel	36
3.3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	37

3.4	Data dan Sumber Data.....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Sampel.....	38
3.6	Variabel Penelitian	38
3.6.1	Variabel Dependen.....	38
3.6.2	Variabel Independen.	38
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.8	Teknik Analisis Data	42
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	42
3.8.2	<i>Structure Equation Modelling (SEM)-Partial Last Square</i>	42
3.8.3	Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	43
3.8.4	Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	44
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Penelitian.	45
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data	48
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.	48
4.2.2	Uji <i>Outer Model</i>	49
4.2.3	Uji <i>Inner Model</i>	54
4.3	Pembahasan dan Hasil Analisis Data	58
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Keterbatasan Penelitian	63
5.3	Saran-Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.		65

LAMPIRAN.....70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel .1	Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Aset	47
Tabeh 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Self efficacy</i>	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i>	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i>	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Trust</i>	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Intention to Use</i>	57
Tabel 4.12	<i>Factor Loading</i> dan AVE.....	57
Tabel 4.13	<i>Forell Lacker Criterion</i>	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi.....	61
Tabel 4.16	<i>Predictive Relevance</i>	62
Tabel 4.17	Model Fit.....	62
Tabel 4.18	Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Databook	4
Gambar 2.1	Model TAM Davis 1989.....	15
Gambar 2.2	Tampilan Awal Penghasilan System	17
Gambar 2.3	Tampilan Rincian Transaksi Penghasilan Sistem	17
Gambar 2.4	Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 4.1	Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian.....	70
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 3: Data Mentah Karakteristik Responden	77
Lampiran 4: Hasil Tabulasi Data	85
Lampiran 5: Hasil Analisis Deskriptif	89
Lampiran 6: Hasil <i>Output SmartPLS 3.0</i>	90
Lampiran 7: Surat Penelitian	93
Lampiran8: Daftar Riwayat.....	95
Lamiran9: Foto.....	96
Lampiran10: Hasil Uji Plagiasi.....	97

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada industri era revolusi 4.0 telah banyak terjadi perubahan pada setiap bidang kita harus siap atau tidak. Yang akan terkena dampak adalah salah satunya yakni pada sektor dunia usaha. Dalam dunia usaha ini akan terjadi banyak perubahan apalagi yang termasuk dalam sektor bisnis yang memiliki ukuran yang sebanding dengan semua usaha mikro kecil menengah (UMKM) akan berdampak besar pada dunia bisnis, terutama Internet of Things (IoT), di mana unit bisnis menggunakan internet. Berbagai jenis usaha mikro juga harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman sekarang, salah satunya adalah mulai menjalankan bisnis melalui internet. (Ayodya, 2019).

Implementasi dari teknologi dan informasi untuk sektor pertumbuhan ekonomi digital bisa dilihat dalam bentuk pembayaran digital atau pembayaran tanpa uang. Berkembangnya informasi dan teknologi memberikan suatu gebrakan yang baik dalam layanan keuangan yang bisa di sebut dengan *Financial Technology (Fintech)*. Baik inklusi keuangan maupun ekonomi digital semakin berkembang. Semakin mudah apabila adanya *fintech* dalam suatu Negara tersebut. Dalam bidang dunia usaha sektor pembayaran yang salah satu jenis pertumbuhan fintech tertinggi di Indonesia adalah berkembang. (Wijaya, 2019). Seperti yang di rencanakan Bank Indonesia yang akan mendukung Gerakan Nasional Non

Tunai (GNNT). Gerakan tersebut dibuat untuk mengikuti perkembangan ekonomi di era digital dan memberi sosialisasi masyarakat atau edukasi bahwa uang elektronik atau transaksi digital ini lebih akan memberikan manfaat yang sangat banyak antara lainnya lebih efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman.

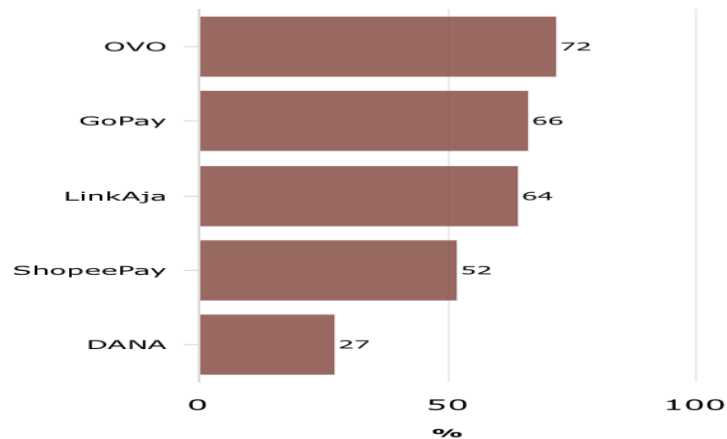
Usaha yang banyak di minati di Indonesia yakni usaha mikro kecil dan menengah karena hampir setiap orang di Indonesia memiliki usaha mikro kecil yang tersebar daerah-daerah. Karena pemerintah sangat mendukung penuh perkembangan UMKM yang dapat menyerap karyawan yang banyak dan itu dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan yang terlibat atau ikut dalam aktivitas UMKM tersebut dan yang dapat juga menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia saat ini (Suci, dkk, 2017). Uang elektronik atau dompet digital adalah suatu investasi atau aset digital bagi UMKM yang memudahkan dalam transaksi pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan. *E-wallet* adalah metode pembayaran teknologi alternatif dengan menggunakan kode QR. Pembayaran nontunai dapat digunakan untuk baik transaksi online maupun offline, masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan dompet digital (Saffanah & Amir, 2022).

Menurut data Bank Indonesia (BI), Dibandingkan dengan triwulan kedua tahun 2021, transaksi uang elektronik meningkat sebesar 128,7%. Tersedianya berbagai pilihan pembayaran tanpa uang seperti OVO, GoPay, ShopeePay, LinkAja, DANA, dan QRIS mendukung peningkatan

iniSelain itu, peningkatan dalam jumlah Munculnya komunitas baru yang disebut *cashless society* juga menyebabkan transaksi menggunakan uang elektronik. Penggunaan pembayaran non-tunai dalam kegiatan ekonomi dikenal sebagai masyarakat tanpa uang (Ocbcnisp, 2021).

Selama pandemi COVID-19, transaksi online terus meningkat. Menurut survei yang dilakukan oleh Institut Mandiri, Bisnis mikro kecil dan menengah (UMKM) biasanya melakukan transaksi online dengan OVO sebagai e-wallet. Rinciannya, OVO digunakan oleh 72% responden UMKM. GoPay berada di posisi kedua dengan presentase sebesar 66%, dan LinkAja berada di posisi ketiga dengan presentase sebesar 64%. Shopee dan DANA, masing-masing dengan presentase sebesar 52% dan 27%, masing-masing masuk dalam daftar juga. Meskipun demikian, pembayaran digital untuk UMKM masih tergolong rendah. Menurut penelitian yang dilakukan secara daring terhadap 505 perusahaan kecil dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Indonesia, 51% dari mereka tidak terlibat dalam transaksi yang tidak membutuhkan pembayaran tunai. Pemulihan UMKM dan penetrasi digitalnya adalah fokus survei yang dilakukan dari Maret hingga April 2021.

Gambar 1.1



Dkatadata.co.id

databoks

Sumber : Mandiri Institute, 30 Juni 2021

Tantangan baru bagi usaha mikro dan kecil adalah pergeseran pembayaran dari uang tunai ke uang tunai lainnya. UMKM karena perkembangan sistem pembayaran masyarakat. Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat berpartisipasi dalam penyediaan sistem pembayaran tanpa mengeluarkan uang tunai di toko mereka melalui mesin pengambilan elektronik (EDC) dan penginstalan aplikasi pembayaran pada perangkat seluler. Dengan menyediakan metode pembayaran yang tidak menggunakan tunai di toko mereka, pelaku UMKM dapat memperoleh banyak keuntungan, seperti membuat pelanggan lebih mudah bertransaksi dan membuat mereka tidak perlu menghasilkan uang kembali bagi pelanggan (Laywilla, dkk , 2020; Sihaloho, dkk, 2020). Penggunaan metode pembayaran tanpa tunai dapat bermanfaat bagi UMKM karena dapat menjadi alat penting untuk pemasaran. Untuk berkomunikasi dengan pelanggan, terutama saat pandemi COVID-19 sedang berlangsung (Barthakur & Rajkonwar, 2021; Hadi & Zakiah, 2021).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Model Pengakuan Teknologi (TAM), yang didasarkan pada teori yang disampaikan oleh Venkatesh dan Davis (2000). TAM dianggap sebagai konsep terbaik untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana pengguna menggunakan sistem TI baru; TAM dianggap sebagai sebagai konsep terbaik untuk menjelaskan bagaimana sistem diterima oleh pengguna (Sayekti & Putarta 2016) Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) dari teori TRA dan TPB sebelumnya. Model ini dimaksudkan untuk memprediksi penggunaan teknologi oleh pengguna dan manfaatnya bagi perusahaan.

Widyayanti (2019) mengklaim keuntungan dari pembayaran non-tunai untuk bisnis kecil dan menengah (UMKM), misalnya proses pembayaran yang lebih cepat, database permintaan pelanggan yang lebih akurat, dan pencatatan transaksi menjadi lebih sederhana dan terstruktur. Pelaku UMKM yang menggunakan dompet digital juga dapat membantu mereka mempromosikan produk mereka dengan mengadakan promosi teratur. Ini juga membantu mereka mendapatkan peluang investasi di sektor teknologi, yang mungkin meningkatkan ketahanan ekonomi Indonesia di masa mendatang (Romadhon & Fitri, 2020; Sihaloho, dkk , 2020). Tetapi jika aplikasi itu tidak tersedia di toko mereka, pelaku bisnis kecil dan menengah (UMKM) tidak akan dapat memanfaatkan keuntungan ini. Meskipun ada kendala dan tantangan, pelaku UMKM mendapatkan banyak keuntungan dari aplikasi fintech. Karena ketersediaan sumber daya yang terbatas, satu hal yang sulit adalah memastikan bahwa penggunaan

sistem berbasis TI seminimal mungkin (Romadhon & Fitri, 2020). Selain itu, juga karena pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan, keinginan, atau keinginan untuk menggunakan fintech (Laywilla, dkk , 2020).

Hasil wawancara dengan Ojisyahroji selaku pemilik UMKM burjo alim rugi dengan adanya uang elektronik atau *e-wallet ShopeePay* memudahkan beliau dalam bertransaksi dan menambah penghasilan lewat jalur *online* dan memudahkan dalam pencatatan transaksi karena di dalam *shopee* sendiri menjelaskan di mana tanggal transaksi yang masuk ke sistem dicatat serta detail produk, harga, promo, komisi dan pendapatan.

Peneliti memilih Kota Solo Raya karena menurut Ramses (2022) yang mengaku memegang wilayah Solo sejak tahun 2019 sampai sekarang perkembangan *digital payment* di Solo meningkat tajam, terutama di sektor kuliner. Banyak turis yang datang ingin menikmati kuliner Solo (SOLOPOS, 2022). Oleh karena itu, peneliti akan memeriksa komponen yang mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) dalam Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Solo Raya. Untuk mengidentifikasi keinginan untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) dalam Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) dapat diketahui dengan *perceived ease of use, perceived usefulness, self – efficacy* dan *trust*.

Menurut Aprilianti (2020) *Perceived ease of use* menunjukkan seberapa mudah suatu mekanisme sederhana ntuk digunakan dan tidak memerlukan upaya yang signifikan. Setiap teknologi dibuat untuk

mempermudah aktivitas orang. Semakin mudah teknologi, semakin banyak orang yang ingin menggunakannya. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2015), Priambodo & Prabawani (2016), dan Octavia & Hafizh (2019), faktor kemudahan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran elektronik.. Sedangkan dalam penelitian Meliza Awalina (2019) menurut hasil penelitian, kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi penggunaan uang elektronik secara positif atau signifikan.

Perceived usefulness didefinisikan sebagai tingkat atau kondisi di mana seseorang memiliki keyakinan bahwa penerapan tingkat kinerja sistem tertentu akan meningkat. Persepsi seberapa bermanfaat sebuah mekanisme dapat secara signifikan memengaruhi penerimaannya, keduanya langsung dan tidak langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) dan Yogananda & Dirgantara (2017) menunjukkan bahwa keuntungan meningkatkan penggunaan pembayaran elektronik. Namun, Marchelina dan Pratiwi (2018) mencatat bahwa faktor manfaat tidak berdampak positif pada penggunaan pembayaran elektronik.

Self-Efficacy dimaksudkan sebagai penilaian tentang kemampuan seseorang untuk membuat persiapan dan menerapkan langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Suryani,dkk (2020), Anindya (2020) dan Nensi & Lutfi (2018) mengenai *Self-efficacy* menyatakan bahwa faktor-faktor ini memengaruhi preferensi untuk menggunakan metode pembayaran mobile atau

pembayaran nontunai. *Self – efficacy* berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat yang dirasakan *perceived usefulness* (Candra, 2019). Widiyasari & Achadiyah, (2019) hasil penelitiannya menyatakan *IT self efficacy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention use*. Penelitian Triviedi (2016) *Self Efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intentions for using E Wallet*.

Trust diartikan sebagai keyakinan pelanggan terhadap layanan atau produk untuk memenuhi harapan pelanggan (Anh, 2018). Dalam konteks kepercayaan, keamanan memberikan pelanggan perasaan aman dan reabilitas layanan saat pembayaran melalui layanan pembayaran mobile. (Shao, 2018). Pada penelitian ini, *trust* mengacu pada kepercayaan seseorang terhadap layanan dari sisi keamanan dan kestabilan. Hasil penelitian Legi & Saerang (2020) menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* (PEOU) dan *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-money* di Manado. Sedangkan Priyono (2017) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* dalam hal ini Go-Pay.

Hasil penelitian Shankar & Datta (2018) tentang *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat adopsi *m-payment*. Hal ini juga didukung oleh Nur & Joviando (2021) mengenai *Determination of E-Wallet Usage Intention : Extending The TAM Model With Self Efficacy* menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

niat untuk menggunakannya. Selain itu penelitian Auhustine (2020) yang berjudul “ Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pemanfaatan Aplikasi *E-Wallet Ovo*” *perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Trust* secara serempak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Integrasi TAM dan Trust Dalam Keberterimaan Uang Elektronik Studi Kasus di Solo Raya**”

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang bisa ditarik sesuai dengan paparan latar belakang masalah penelitian yaitu:

1. Kekurangan sumber daya menyebabkan pengguna TI tidak optimal.
2. Kurangnya minat pelaku UMKM dalam menggunakan uang elektronik (*e-wallet*)
3. Ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini hanya memfokuskan untuk mengetahui faktor *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *self efficacy*, dan *trust* dalam minat menggunakan uang elektronik atau *e-wallet* dalam Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM)

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, secara spesifik permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *intention to use*?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use*?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use*?
4. Apakah *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model penelitian yang diharapkan mampu menjelaskan hubungan pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Self-Efficac*, dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention E-Wallet*

1. Menganalisis pengaruh *self-efficacy* terhadap *intention to use*
2. Menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*
3. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*

4. Menganalisis pengaruh *trust* terhadap terhadap *intention to use*

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai minat penggunaan *e-wallet*.

2. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi bagi pengembangan penelitian selanjutnya tentang minat menggunakan uang elektronik

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi yang berjudul “Integrasi TAM, TBP dan *Trust* Dalam Keberterimaan Uang Elektronik”.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjabarkan mengenai landasan teori yang dibutuhkan dalam penelitian ini, hasil penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan mengenai jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengukuran persepsi, dan teknik analisis data

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi deskripsi objek penelitian, deskripsi statistik masing-masing variabel pengukuran, pengujian hipotesis penelitian dan interpretasi hasil penelitian yang diperoleh dari argumen teoritis yang menguatkan hasil penelitian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan bagian akhir dari penelitian dengan kesimpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 TAM (*Technology Acceptance Model*)

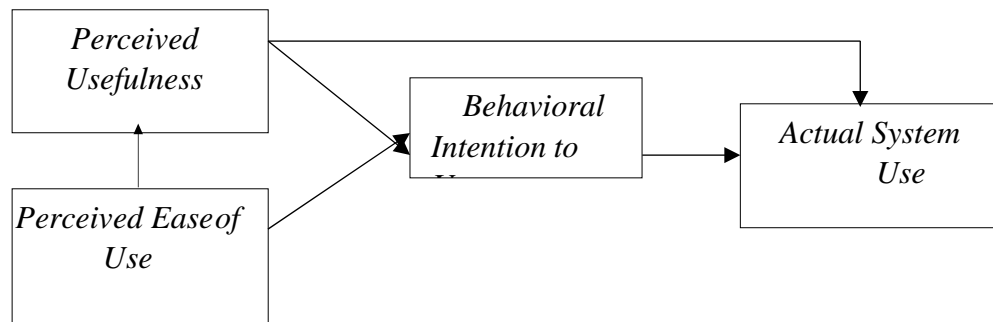
Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang diusulkan pertama kali oleh Davis et al. pada tahun 1989, didasarkan pada *Theory Reasoned Action* (TRA) dan *Theory Planning Behaviour* (TPB). Dengan menghubungkan hubungan antara perilaku aktual dan niat, kedua teori ini telah membantu menjelaskan lingkungan penelitian psikologis sosial. Selain itu, model ini dapat diterapkan pada berbagai jenis tindakan manusia (Nasri & Charfeddine, 2013).

Teori tindakan yang beralasan, model TAM, berasal dari model TRA, berpendapat bahwa persepsi dan reaksi seseorang terhadap sesuatu mempengaruhi pandangan mereka dan perilaku mereka. Misalnya, sikap pengguna TI dipengaruhi oleh reaksi dan persepsi mereka. Bagaimana pengguna melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya termasuk keuntungan dan kemudahan penggunaan TI sebagai tindakan yang logis. Dengan kata lain, alasan mengapa seseorang menggunakan TI berdasarkan tindakan dan perilaku mereka adalah faktor yang dapat mempengaruhinya (Wibowo, 2020).

Pada model TAM, lima konsep menentukan tingkat adopsi teknologi untuk sistem informasi: persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention*

to use), dan kondisi aktual penggunaan sistem (Dyah, 2019). Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis(1989)

Gambar 2. 1
Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Davis (1989)

2.1.2 *E-wallet*

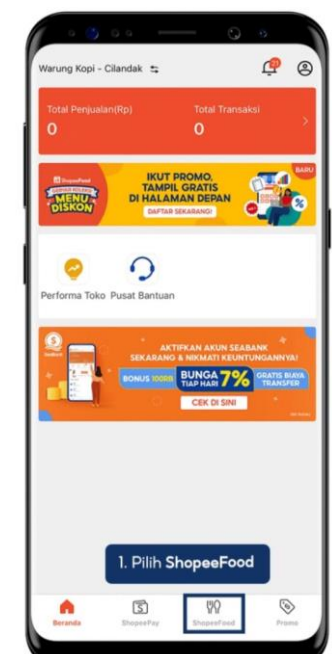
Istilah "dompet elektronik" mengacu pada aplikasi atau produk dompet elektronik yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi satu sama lain. Di Indonesia, penggunaan e-wallet terus berkembang setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk kemudahan bertransaksi, kenyamanan, kecepatan, kepercayaan, dan keamanan yang ditawarkan oleh E-Wallet, serta banyaknya inovasi yang ditawarkan oleh penggunaan E-Wallet. Selain itu, pertumbuhan e-Commerce di Indonesia telah mendorong penggunaan E-Wallet di negara tersebut (Desvronita, 2021).

Penyebaran *platform e-commerce* dan pasar *online* di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak mendorong perkembangan *elektronik wallet*. Pembayaran konsumen untuk barang dan jasa yang diinginkan dapat dilakukan dengan ponsel pintar mereka kapan saja dan di mana saja dengan menggunakan

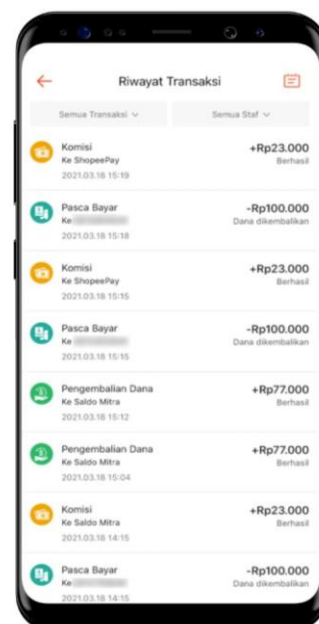
hanya menambah saldo ke dompet elektronik. Setiap toko online memiliki alat untuk menambah saldo, seperti ShopeePay dan Gopay. Selain itu, bank telah meluncurkan platform e-wallet mereka dan bekerja sama dengan beberapa e-commerce untuk memungkinkan transaksi pembayaran tanpa potongan biaya. Salah satu contohnya adalah pembayaran DANA, yang memungkinkan bank BCA, Mandiri, dan Bukopin untuk menggunakan TIX ID untuk membeli tiket bioskop (Silaen & Prabawani, 2019).

Konsumen biasanya membayar barang atau jasa secara tunai, tetapi banyak penjual *e-commerce* menggunakan pembayaran digital melalui aplikasi *e-banking*, kartu, dan *e-wallet* (Abushamleh dkk., 2021). Pengertian di atas menunjukkan bahwa uang elektronik ini dapat berfungsi sebagai pengganti dompet fisik, karena kehadiran e-wallet adalah bagian integral dari masyarakat. Akibatnya, pengguna mendapat manfaat dari kehadiran e-wallet karena mereka tidak membutuhkan banyak uang.

Gambar 2.2



Gambar 2.3



Gambar 2.2 merupakan contoh tampilan awal penghasilan system. Gambar 2.3 merupakan contoh tampilan rincian transaksi penghasilan sistem informasi berbasis uang elektronik dimana pembeli membelinya membayar menggunakan uang elektronik. Pada gambar tersebut menjelaskan oleh karena itu, kehadiran e-wallet membantu pengguna karena mereka tidak membutuhkan banyak uang dengan mereka. rincian produk, harga, promo, komisi dan pendapatan.

2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM didefinisikan sebagai ekonomi yang dijalankan oleh masyarakat dalam skala kecil dengan syarat yang telah dipenuhi. UMKM telah lama dipercaya sebagai sektor bisnis strategis, karena peran yang realistis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki peran sejak tahun 1997 sebagai bentuk penyelamatan perekonomian nasional serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga angka pengangguran dan kemiskinan menurun. Hampir semua orang berasumsi bahwa UMKM hanya memanfaatkan pihak yang berkepentingan saja, pada kenyataannya UMKM memiliki peran yang penting guna menurunkan frekuensi menganggur dalam bekerja. Hal ini memberikan berbagai manfaat seperti potensi sumber daya alam disuatu daerah yang belum diolah secara maksimal dan dijadikan sebuah pendapat.

Karakteristik UMKM yakni bentuk keadaan faktual yang menempel pada kegiatan dan perilaku yang berasal dari usaha untuk menjalankan kegiatan usaha oleh pelaku usaha. Karakteristik tersebut termasuk kedalam ciri yang membedakan antara pelaku usaha yang dapat disesuaikan melalui skala usaha yang dimilikinya. Terdapat tiga jenis UMKM menurut penjabaran dari bank dunia,

yakni usaha mikro yaitu yang memiliki tenaga sejumlah 10 orang, usaha kecil yaitu yang memiliki tenaga kerja jumlah 30 orang, dan usaha menengah yaitu memiliki tenaga sejumlah 300 orang.

Terdapat empat kelompok berdasarkan perspektif bisnis UMKM yakni UMKM adalah kawasan non-formal seperti pedagang yang menawarkan dagangannya di trotoar atau pinggir jalan, UMKM Mikro adalah UMKM yang mempunyai keahlian dalam meningkatkan kreatifita orang yang ada di UMKM, namun jiwa dalam berwirausahaan dalam pengembangan masih kurang, dan Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok usaha kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki bisnis mereka sendiri sudah kompeten dan siap bertransformasi serta berkembang menjadi bisnis yang besar. Pada pasal 1 ayat 1 UU nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia mendefinisikan UMKM sebagai perusahaan dalam skala kecil dengan jumlah karyawan dan pendapatan tertentu.

2.1.4 *Self Efficacy*

Self efficacy adalah kesediaan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu melalui perencanaan dan pelaksanaan. Pencapaian kinerja, pengalaman *proxy*, persuasi verbal, dan keterlibatan emosional adalah empat sumber informasi utama yang mempengaruhi efikasi diri. *Self efficacy* membantu dalam menentukan persepsi individu tentang kapasitasnya untuk melaksanakan tugas. Pengertian ini akan berkembang dan berkembang sejalan dengan usia dan pengalaman hidup seseorang (Nur & Joviando, 2021).

Penilaian kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan disebut keefektifan diri. Studi yang dilakukan oleh (Shiau et al., 2020), *self efficacy* tidak melihat apa yang pernah dilakukan seseorang, tetapi lebih pada apa yang mereka lakukan dapat bertindak di masa depan (Deborah R. Compeau, 1995). Selain itu, *self efficacy* didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas, bukan keahlian yang ada (Siau dkk, 2020). Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa *self efficacy* adalah salah satu elemen yang mempengaruhi pengguna secara langsung maupun tidak langsung.

Self-efficacy merupakan keyakinan pada kemampuan dirinya untuk mengatur dan menyelesaikan tugas dengan sukses (Bandura, 1997). *Self-efficacy* Ini dapat didefinisikan sebagai keyakinan seseorang saat mereka melakukan transaksi dengan e-wallet mereka.

Indikator variable *self-efficacy* menurut (Nur & Joviando, 2021) dapat diukur dengan :

1. *Level*
2. *Strength* dan
3. *Generality*

2.1.5 Perceived Ease of Use

Teknologi menarik pengguna karena mudah digunakan. Jika seseorang menganggap penggunaan teknologi dalam kehidupan mereka akan mudah tanpa usaha, kemudahan penggunaan akan lebih besar. (Latief & Dirwan, 2020)

Persepsi tentang kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya didefinisikan sebagai “*ease of use*” berhati-hati dengan tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi tertentu bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat memungkinkan mereka untuk menghindari pengeluaran yang berlebihan banyak upaya (Karim, 2017). Davis (1989) mendefinisikan kemudahan dipandang sebagai tingkat di mana pengguna mengira sistem atau teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa kesulitan. Kemudahan juga dapat dilihat dari intensitas interaksi pengguna dengan sistem.

Perceived ease of use ditandai dengan sejauh mana seseorang berpendapat bahwa kemudahan penggunaan sistem dapat memotivasi penggunaan dan pengajaran fitur pendukung (Japariato & Monica, 2022). Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan menunjukkan kredibilitas penyedia layanan melalui sistem berbasis web, e-wallet harus digunakan dengan mudah dan memiliki instruksi penggunaan yang jelas (Y.-S. Wang dkk., 2006).

Suatu teknologi dikatakan memiliki suatu kemudahan dalam penggunaannya apabila memiliki beberapa indikator (Nur & Joviando, 2021) sebagai berikut:

1. Mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi.
2. Teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk dipelajari.
3. Sangat mudah dalam pengoperasiannya

2.1.6 *Perceived Usfulness*

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan standar untuk penggunaan sistem teknologi yang diyakini akan menguntungkan pengguna (Davis, 1993). Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) termasuk faktor yang kuat dalam penerimaan teknologi dan persepsi pengguna (Desvronita, 2021). Menurut Jogiyanto (2008) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi akan meningkatkan dan menguntungkan pekerjaannya.

Perceived usefulness yakin dengan proses pengambilan keputusan (Budiartha, 2016). *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai daya guna teknologi sehingga jika daya gunanya diragukan, seseorang tidak akan ingin menggunakannya (Aditya & Wardhana, 2016).

Kegunaan teknologi yang dirasakan adalah keyakinan bahwa itu akan menguntungkan produktivitas pengguna. Ketika teknologi dapat mengoptimalkan kinerja, itu akan diadopsi. PU pada dasarnya mengacu pada melakukan pekerjaan lebih efisien dan efektif, serta meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan. Jumlah teknologi yang dapat mengoptimalkan kinerja pengguna menentukan jumlah orang yang berpartisipasi dalam menggunakan teknologi (Nur & Joviando, 2021).

Indikator pengukuran *perceived usefulness* (Nur & Joviando, 2021) meliputi:

1. Berguna
2. Meningkatkan efektifitas
3. Mempermudah pekerjaan
4. Meningkatkan produktifitas

5. Mengembangkan kinerja

2.1.7 *Trust*

Trust (kepercayaan) dalam sistem pembayaran elektronik, yang digambarkan sebagai keyakinan pelanggan bahwa transaksi pembayaran elektronik akan berjalan sesuai harapan mereka. Dalam interaksi dengan orang lain, sebuah organisasi atau individu memiliki kepercayaan bahwa mereka tidak akan memperoleh keuntungan yang tidak masuk akal dari ketergantungan pada orang itu (Fakhrisyad & Rikumahu, 2019).

Kepercayaan telah menjadi komponen penting dalam memengaruhi perilaku pengguna dan telah ditemukan memiliki kekuatan besar dalam situasi yang tidak pasti, seperti dalam transaksi internet. Dalam interaksi sosial dan ekonomis di mana ketidakpastian sering muncul, kepercayaan dianggap sebagai hal yang paling penting. Kepercayaan pada teknologi mirip dengan kepercayaan pada manusia: orang ingin bergantung pada teknologi dengan segala konsekuensi yang mungkin terjadi (Faridhal, 2019).

Menurut Mowen dan Minor dalam Adji (2014) dalam interaksi dengan orang lain, sebuah organisasi atau individu memiliki kepercayaan bahwa mereka tidak akan bergantung pada orang tersebut untuk keuntungan yang tidak masuk akal. Menurut Tjiptono dalam Siregar (2019) kepercayaan adalah kesediaan suatu pihak untuk mengontrol kemampuan, moral, dan keinginan suatu pihak lain untuk bertindak dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepentingan pihak lain yang

telah mencapai kesepakatan. Kepercayaan menunjukkan bagaimana pelanggan melihat perkiraan (Priyono, 2017).

Menurut (Priyono, 2017) *trust* memiliki tiga indikator sebagai berikut ini :

1. Kemampuan
2. Kebaikan hati
3. Integritas

2.1.8 *Intention to Use*

Minatnya untuk menggunakan (*Intention to Use*) adalah keinginan seseorang untuk berperilaku tertentu. Menurut Davis (2000) *intention to use* atau Menurut penelitian sebelumnya, niat penggunaan adalah keinginan seseorang untuk berperilaku tertentu.

Minat (*Intention to Use*) menggunakan didefinisikan sejauh mana individu ingin menggunakan layanan uang elektronik sebagai cara pembayaran. Ini bergantung pada niat seseorang untuk melakukan sesuatu. Minatnya dapat membantu Anda melakukan suatu hal. Minat membantu seseorang melakukan hal-hal tertentu.

Terdapat tiga indikator *intention to use* berdasarkan konsep Danuarta & Darma (2019) yaitu sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan
2. Selalu mencoba menggunakan
3. Terus menggunakan di masa yang akan datang

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Untuk mendukung materi penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, saya mencantumkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa pihak sebagai bahan rujukan dalam studi ini. Dari beberapa peneliti mendapatkan hasil yang sejalan maupun bertolak belakang, diantaranya yaitu :

Tabel 2.1

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Variable yang digunakan	Hasil Penelitian
1.	Determinant Of E-Wallet Usage Intention: Extending The Tam Model With Self Efficacy	Triasesiarta Nur, Joshua Joviando (2021)	Variabel X: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Self Efficacy Variabel Y: Penerimaan E-Wallet Variabel Mediasi : Attitude To Use	Hasil menunjukkan bahwa data mendukung keenam hipotesis yang diuji. Ini menunjukkan bahwa pengguna harus mempertimbangkan banyak hal saat memilih aplikasi baru, seperti aplikasi e-wallet.
2.	Factors Determining The Acceptance Of E-Wallet	Jay Trivedi (2016)	Variabel X: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Subjective nomrs, Perceived Trust and Self Efficacy Variabel Y: Penerimaan E-Wallet Variabel Mediasi : Attitude	Hasil menunjukkan bahwa keenam variable mempengaruhi minat menggunakan e-wallet. Penelitian ini juga mengeksekusi pengaruh pengaruh langsung PEOU, PU, SN, SE, PT pada BI yang dimediasi oleh AT Itu hasil regresi

			Toward Using	ditetapkan bahwa hanya PEOU dan PU yang memiliki pengaruh signifikan terhadap DUA. AT juga tidak mempengaruhi BI.
3.	The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet	Shaw, N. (2014)	Variabel X: Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, pembelajaran informasi, kepercayaan dan self efficacy Variabel Y: Minat menggunakan E-Money	Hasil menunjukkan bahwa keuntungan yang dirasakan adalah faktor yang mempengaruhi utama, dan bahwa pembelajaran informal yang dimediasi oleh kepercayaan berharga bagi para peneliti dan praktisi.
4.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Pratama, A. B., & Saputra, I. D. G. D. (2019).	Variabel X : Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan penggunaan, Tingakt kepercayaan Variabel Y: Minat penggunaan Emoney	Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berdampak positif dan signifikan pada keinginan mahasiswa reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik.
5.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-	Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2016).	Variabel X : Persepsi kemudahan , Persepsi manfaat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan menggunakan

	Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay)		Variabel Y : Minat menggunakan Emoney	aplikasi dan persepsi manfaat meningkatkan minat menggunakan aplikasi Go-pay.
6.	Determinants Of The Use Of E-Wallet For Transaction Payment Among College Students	Alwan Sri Kustono , Ardhya Yudistira Adi Nanggala , dan Imam Mas'ud (2020)	Variable X : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Variable Y : Minat menggunakan E-Wallet Variable Mediasi : Attitude Toward Using	Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat dari enam hipotesis yang diuji diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi baru perlu mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. ATU memainkan peran penting dalam keberhasilan penggunaan aplikasi e-wallet. Tingkat ATU mempengaruhi BUI. Demikian juga, PU memiliki efek positif pada ATU.
7.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)	Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015)	Variabel X: Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepercayaan Variabel Y : Minat penggunaan Emoney	Hasil penelitian baik secara parsial maupun simultan menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan memengaruhi minat menggunakan emoney card.
8.	Determinan minat penggunaan e	Putu Diah Sintha	Variable X : Persepsi	Hasil penelitian ini menunjukkan

	wallet OVO pada transportasi online grab	Saraswati (2020)	manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, reputasi, dan biaya Variable Y : Minat menggunakan e-wallet OVO pada pelanggan transportasi online Grab	bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, reputasi, dan biaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan OVO E-wallet pada pelanggan transportasi online Grab.
9.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan e wallet di Yogyakarta	Gabriella Belinda Wijaya (2020)	Variable X : persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan tingkat kepercayaan Variable Y : minat menggunakan e-wallet bagi mahasiswa	Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan e-wallet meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakannya.
10.	Determinan Minat Individu Menggunakan E-Wallet	Anggi Dewi Rahmawati (2021)	Variable X : Kemudahan, efisiensi, pengetahuan Variable Y : Minat Individu	Peneliti melakukan penelitian tentang determinan minat individu dalam menggunakan e-wallet dan menemukan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan e-wallet, dan variabel kemudahan memiliki hubungan yang positif dengan minat individu

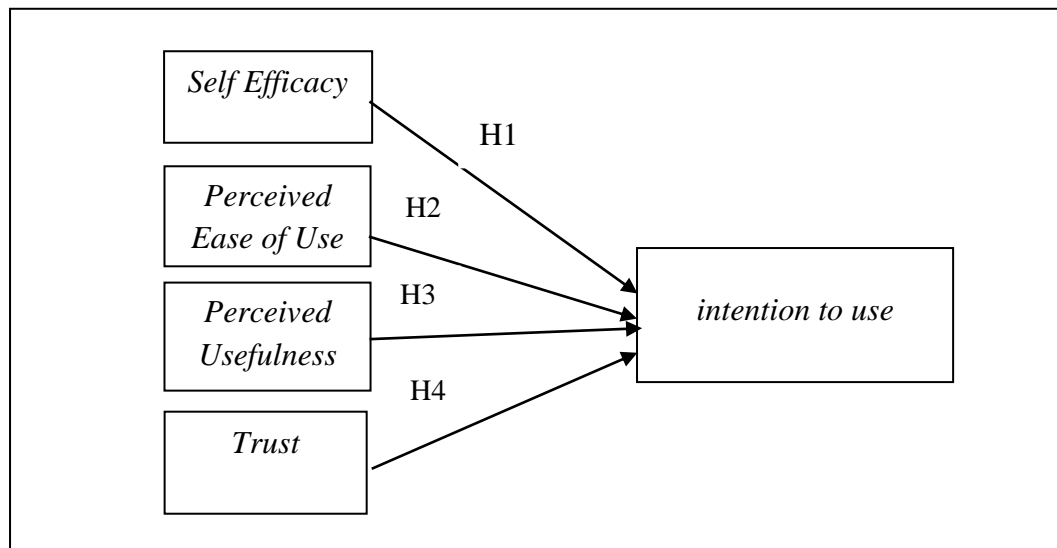
				dalam menggunakan e-wallet. Ini berarti bahwa peningkatan kemudahan akan sejalan dengan peningkatan minat individu dalam menggunakan e-wallet atau sebaliknya.
11.	FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model	Belakang (2021)	<p>Variable X : External variable, perceived ease of use, perceived usefulness</p> <p>Variable Y : behavioral intention</p> <p>Variable Mediasi: attitude toward</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived usefulness pada sistem pembayaran EWallet. Perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap trust sistem pembayaran EWallet. Perceived usefulness yang dirasakan berpengaruh positif terhadap trust sistem pembayaran EWallet. Trust berpengaruh positif terhadap attitude toward using yang dirasakan terhadap sistem pembayaran EWallet. Attitude toward using yang dirasakan juga berpengaruh positif terhadap behavioral intention sistem pembayaran Ewallet
12.	Pengaruh kemudahan	Siti Rodiah, Inaya Sari	Variable X : Kemudahan	Hasil penelitian menunjukkan

	Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang	Melati (2020)	penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan Variable Y : Minat Menggunakan E-Wallet	bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan E-Wallet; variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan E-Wallet; dan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan E-Wallet
13	Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan terhadap minat menggunakan system pembayaran E-Wallet gopay pada masyarakat di kecamatan alalak kabupaten barito kuala	Ruslinda Agustina, Rara Gustiana, Muhammad Rizky, Budiman (2022)	Variable X : Kepercayaan, kegunaan dan kemudahan Variable Y : Minat menggunakan system pembayaran E-Wallet gopay	Hasil penelitian ini menemukan bahwa beberapa faktor, yaitu kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan, memengaruhi keinginan masyarakat kecamatan Alalak untuk menggunakan E-Wallet gopay.
14.	Implementasi Fintech E-wallet dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku UMKM di Kota Medan	Nurina Saffanah, Wanda Amir (2022)	Variable X : Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna, pengaruh sosial dan persepsi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kegunaan, dan pengaruh eksternal memengaruhi keinginan perusahaan untuk

			hambatan Variable Y : Adopsi fintech e- wallet	membuat e-wallet.
15	Investing the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight from the Indonesia Small and Medium Enterprises	Mukhamad Najib, Farah Fahma (2020)	Variable X : Peceived ease of use, perceived usefulness, and trust Variable Y : Intention to use Variable Mediasi: Attitude Toward Using	Hasil penelitian ini menunjukkan peceived ease of use, perceived usefulness, and trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use UKM

2.3 Kerangka Berpikir

Gambar 2.4



2.4 Hipotesis

2.4.1 Self Efficacy Terhadap Intention to use

Salah satu komponen teori TAM yaitu *perceived behavioral control* dan *self efficacy* termasuk ke dalam dimensi *perceived behavioral control*. *Self-*

Efficacy didefinisikan sebagai keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa mereka dapat melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu dengan sukses (Shiau dkk., 2020). Studi sebelumnya telah menunjukkan hasil yang positif antara *self-efficacy* dengan *behavioral intention*. Seperti studi yang dilakukan oleh Luarn & Lin (2005) dimana *self-efficacy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *mobile banking*. Ini menunjukkan bahwa banyak niat dari orang-orang yang sukses yang yakin dirinya dapat menggunakan *mobile banking* dengan baik. Semakin tinggi *self efficacy* pelaku UMKM maka minat dalam menggunakan uang elektronik *shopeepay* akan meningkat.

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Daragmeh dkk., 2021) dan (Sripalawat dkk., 2011) *self efficacy* berpengaruh positif, hipotesis berikut dikembangkan :

H1: *Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap variabel *intention to use*

2.4.2 Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Use

Berdasarkan teori TAM terdapat 17 variable salah satu komponennya adalah *perceived ease of use* yang didefinisikan sebagai persepsi manusia bahwa sistem informasi yang dia lihat sederhana untuk digunakan (Prasetya, 2016). Berdasarkan definisi tersebut berarti *perceived ease of use* merupakan kemudahan dan kebebasan dari kesulitan dan kerja keras. Adapun keinginan seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan teknologi mempunyai efek positif terhadap *perceived ease of use*, hal tersebut dikarenakan adanya korela yang kuat antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention* (Abushamleh dkk., 2021).

Berdasarkan penelitian sebelumnya Abushamleh dkk (2021), hipotesis berikut dikembangkan :

H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *intention to use*

2.4.3 *Perceived Usfulness Terhadap Intention to Use*

Salah satu komponen teori TAM lainnya yaitu *perceived usefulness* yaitu komponen yang menunjukkan tingkatan seorang manusia percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan membantu dirinya untuk meningkatkan performa kerja (Prasetya, 2016). Menurut definisi tersebut, sebuah sistem dapat bermanfaat jika digunakan. Dengan adanya hubungan kinerja yang positif, sistem diyakini oleh individu karena pemahamannya yang baik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya Seetharaman, dkk (2017) dan Karim, dkk (2020), hipotesis berikut dikembangkan :

H3: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use*

2.4.4 *Trust Terhadap Intention to Use*

Salah satunya tambahannya adalah *trust* atau keyakinan di mana komponen ini sering digunakan untuk mengevaluasi keinginan individu untuk berbelanja secara online (Agang & El-Masry, 2016). Menurut Mowen dan Minor dalam Adji (2014) Kepercayaan terdiri dari semua informasi yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat tentang barang, fitur, dan keuntungan yang dimilikinya. Menurut Tjiptono dalam Siregar (2019) kepercayaan adalah kesediaan satu pihak untuk percaya pada kemampuan, moralitas, dan keinginan

pihak lain untuk bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Kepercayaan menunjukkan keyakinan pelanggan (Priyono, 2017). Semakin tinggi *trust* pelaku UMKM maka minat dalam menggunakan uang elektronik *shopeepay* akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan *e-wallet* (Yan & Pan, 2014; Sinha, 2016; Alexander, 2019; Sandjaja, 2018; Priyono, 2017) penelitian mereka juga menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh terhadap uang elektronik berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis berikut dikembangkan :

H4: *Trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use*

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Proses penyusunan proposal dimulai pada tanggal 11 Agustus 2022 sampai terselesaikannya penelitian ini. Wilayah penelitian ini adalah UMKM Se-Soloraya yang menggunakan aplikasi *E-wallet*.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif ini mencakup metode survei. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2017: 23) dibagi menjadi dua: metode eksperimen dan metode survei. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survei. Metode survei menurut Sugiyono (2017: 24) adalah jenis penelitian yang melibatkan sebagian populasi, atau sampel, untuk menemukan kejadian yang sebanding, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017) populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek dan subyek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat mencapai kesimpulan. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian.

Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus sampel Hair et al (1998). Rumus sampel hari dapat digunakan karena ukuran populasi yang masih belum diketahui. Sehingga perhitungannya dapat berdasarkan jumlah

indikator dikali 5 sampai 10. Dengan demikian, untuk jumlah sampel dalam penelitian ini paling sedikit 85 (17 indikator dikali 5) dan paling banyak 170 (17 indikator dikali 10). Penelitian ini menggunakan dasar rumus hair karena populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Se-Soloraya yang menggunakan aplikasi *E-wallet* yang belum jelas jumlahnya.

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dimana teknik *purposive sampling* adalah teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan kriteria sampel :

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Solo Raya
2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan pendapatan dibawah Rp 300.000.000 ataupun pendapatan Rp 300.000.000- Rp 2.500.000.000
3. Menggunakan digital payment atau uang eletronik *Shopee pay*

3.4 Data dan Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari jejak pendapat individu atau kelompok melalui wawancara atau pemeriksaan pada objek yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada UMKM Se-Soloraya yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner. Kuisoner akan diberikan skor dari 1 sampai 5 dengan keterangan sebagai berikut :

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

3.6 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel utama yaitu variabel *dependen* (terikat) dan variabel *independen* (bebas).

3.6.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas disebut dengan variabel dependen (Sugiyono,2017). Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Intention to use*.

3.6.2 Variabel Independen (X)

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas disebut dengan variabel dependen (Sugiyono,2017). Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Intention to use*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

No	Variable Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Self Efficacy</i>	Kesediaan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu melalui perencanaan dan pelaksanaan. (Nur & Joviando, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat. Memiliki keyakinan bahwa Anda dapat menyelesaikan tugas-tugas yang sangat sulit menunjukkan tingkat. 2. Kekuatan. Ketika Anda menetapkan dan memperkuat komitmen terhadap suatu tujuan yang ingin Anda capai dan memiliki keyakinan yang kuat bahwa Anda akan termotivasi untuk bertindak meskipun menghadapi kesulitan, Anda akan melihat kekuatan Anda. 3. Luas Rasa percaya diri akan kemampuannya untuk menyelesaikan banyak tugas atau kegiatan dan tetap tenang saat menghadapi 	Skala Likert 1-5

			tugas atau situasi yang sulit adalah tanda keluasaan (generality).	
2.	<i>Perceived usefulness</i>	Rasa percaya diri pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja. (Nur & Joviando, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berguna 2. Meningkatkan efektivitas 3. Mempermudah pekerjaan 4. Tingkatkan produktivitas dan meningkatkan produktivitas 5. Mengembangkan kinerja (Nur & Joviando, 2021)	Skala Likert 1-5
3.	<i>Perceived ease of use</i>	Individu yang menggunakan teknologi tertentu berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu akan memungkinkan mereka untuk menghindari penggunaan energi yang lebih besar (Nur & Joviando, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah terampil dalam menggunakan suatu teknologi informasi 2. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari 3. Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan (Nur & Joviando, 2021)	Skala Likert 1-5
4	<i>Trust</i>	Keyakinan pelanggan bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diselesaikan dengan cepat seperti yang diharapkan mereka dikenal sebagai	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Ability</i> mampu menyediakan barang dan jasa yang diperlukan. Bisa melayani pelanggan. Menghasilkan transaksi yang aman 2. <i>Integrity</i> Kualitas produk sesuai 	Skala Likert 1-5

		kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik. (Fakhrisyad & Rikumah, 2019)	dengan keinginan pengguna dengan memberikan informasi yang jelas kepada pengguna. 3. <i>Benevolence</i> (kebaikan hati), memberikan kepuasan yang menguntungkan, memiliki kemampuan untuk memberikan keuntungan, dan sangat memperhatikan kepuasan orang lain. (Priyono, 2017)	
5	<i>Behavioral intention to use</i>	Pengguna sering menggunakan teknologi dalam aktivitasnya	1. Keinginan untuk menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Berlanjut di masa yang akan datang (Priambodo & Prabawani, 2016)	Skala Likert 1-5

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan dalam analisis data untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat diterima secara universal atau generalisasi (Sugiyono, 2017 : 232). Statistik deskriptif mencakup penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, dan perhitungan modus,

median, mean, dan desil persentil. Ini juga mencakup pengukuran penyebaran data dengan menggunakan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan prosentase.

3.8.2 *Structure Equation Modeling (SEM) -Partial Last Square*

Penelitian ini menggunakan model sebab akibat atau kausalitas yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian. Software SmartPLS digunakan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini. PLS, yang dikombinasikan dengan Model Persamaan Struktur (SEM), memiliki kemampuan untuk membandingkan variabel independen berganda dan dependen berganda (Hamid & Anwar, 2019). PLS yang dinilai dapat menangani masalah data seperti ukuran sampel, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multikolinieritas. PLS memiliki kemampuan untuk merelaksasi asumsi-asumsi regresi OLS yang ketat serta menghilangkan multikolinieritas antar variabel independen, yang membuatnya sering dikenal sebagai *soft modeling*. (Hamid & Anwar, 2019).

Jika salah satu atau keduanya memiliki minimal satu indikator dan penelitian hanya mengukur variabel yang tidak memiliki indikator, PLS ini dapat digunakan untuk menentukan hubungan sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya variabel mediasi, yang menghubungkan variabel dependen dan independen, menunjukkan hubungan sebab akibat yang berlanjut dalam model yang digunakan (Ghozali & Latan, 2014).

3.8.3 Pengukuran *Inner Model* atau Model Struktural

Pada pengukuran *outer* model dalam SEM-PLS dikenal dengan uji validitas konstruk yang biasanya digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, seperti dibawah ini:

1. Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Dalam SEM-PLS berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Dimana validitas konvergen ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk masing-masing indikator konstruk (Hamid & Anwar, 2019). Nilai *loading factor* menjadi *rule of thumb* untuk menilai validitas konvergen yang mana syarat yang harus dipenuhi harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*. Sedangkan nilai *loading factor* antara 0,6-0,7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory* dan nilai average variance inflation factor (AVE) harus $>$ dari 0,5 agar bisa dikatakan valid (Ghozali & Latan, 2014).

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan pengukuran korelasi konstruk dengan konstruk itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan korelasi konstruk lainnya. Dengan melihat nilai *fornell larcker criterion* dan *cross loading*, dimana nilai ini disetiap variabel harus $> 0,7$ (Setiaman, 2021).

3.8.4 Pengukuran *Inner Model* atau Model Struktural

Tahap selanjutnya adalah *inner model*. Dalam model ini ada beberapa komponen untuk mengetahui tingkat hubungan pada masing-masing variabel. Kriteria dalam penilaian *inner model* dengan *R-Square* dan nilai koefisien *path*. Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Hamid & Anwar, 2019). Nilai *R-Square* $\leq 0,75$, $\leq 0,50$ dan $\leq 0,25$ masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, sedang, dan lemah. Sedangkan *inner model* dengan nilai koefisien *path* menggunakan *two-*

t-value atau *t*-value menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dengan nilai 1,65 $\alpha = 10\%$, signifikansi 1,96 untuk $\alpha = 5\%$, dan signifikansi 2,58 untuk $\alpha = 1\%$ (Ghozali & Latan, 2014).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat penggunaan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* pada UMKM di Solo Raya. Peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung di lapangan dengan mendatangi responden secara tatap muka. Kuesioner ini hanya dapat diisi oleh UMKM Solo Raya yang menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) yang menjadi responden dalam penelitian ini. Peneliti mendapatkan 100 responden. Sampel yang diambil merupakan UMKM Solo Raya yang menggunakan uang elektronik (*e-wallet*).

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.1
Data yang diolah

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	Klaten	32	32%
2	Boyolali	21	21%
3	Sukoharjo	22	22%
4	Surakarta	7	7%
5	Wonogiri	1	1%
6	Karanganyar	5	5%
7	Sragen	12	12%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dari pelaku penggunaan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* UMKM di Wilayah Solo Raya sebanyak 32% untuk yang berdomisili Klaten, 21% untuk yang berdomisili Boyolali, 22% untuk yang berdomisili Sukoharjo, 7% untuk Surakarta, 1% untuk

Wonogiri, dan untuk yang berdomisili Sragen 12%. Maka dapat disimpulkan bahwa Klaten menjadi responden yang mendominasi.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Tabel 4.2
Data yang diolah

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-Laki	58	58%
2	Peempuan	42	42%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah esponden dari pengguna uang elektronik (*e-wallet*) shopeepay UMKM di Wilayah Solo Raya sebanyak 58% berjenis kelamin laki-laki dan 42% berjenis kelamin perempuan yang telah mengisi kuesoner penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa laki-laki menjadi responden yang mendominasi.

4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Data Yang Diolah

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	18-20 tahun	4	4%
2	21-25 tahun	54	54%
3	26-30 tahun	22	22%
4	>31 tahun	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah responden dari pengguna uang elektronik (*e-wallet*) shopeepay UMKM di Wilayah Solo Raya sebanyak 4% untuk yang berumur 18-20, 54% untuk yang berumur 21-25, 22% untuk yang

berumur 26-30 dan untuk yang berumur >31 sebanyak 20% yang telah mengisi kuesoner penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa umur 21-25 menjadi responden yang mendominasi.

4.1.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Aset

Tabel 4.4

Data Yang Diolah

No	Kriteria	Jumlah	Presentase (%)
1	Mikro	75	75%
2	Kecil	25	25%
3	Menengah	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah responden dari pengguna uang elektronik (*e-wallet*) shopeepay UMKM di Wilayah Solo Raya sebanyak 75% untuk yang termasuk kedalam kriteria mikro, 25% untuk yang termasuk kedalam kriteria kecil dan untuk yang menengah 0% yang telah mengisi kuesoner penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa kriteria mikro menjadi responden yang mendominasi.

4.1.5 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha yang Dimiliki

Tabel 4.5

Data Yang Diolah

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase (%)
1	Makanan	42	42%
2	Minuman	34	34%
3	Makanan & Minuman	24	24%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah responden dari pengguna uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* UMKM di Wilayah Solo Raya sebanyak 42% untuk yang jenis usahanya makanan, 34% untuk yang jenis usahanya minuman dan untuk yang makanan & minuman sebanyak 24% yang telah mengisi kuesoner penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa jenis usaha makanan yang dimiliki responden yang mendominasi.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul dari responden yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji statistik deskriptif yang telah diolah menggunakan *software* SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistics					
	X1Total	X2Total	X3Total	X4Total	Y1Total
	100	100	100	100	100
	0	0	0	0	0
Mean	17,13	13,06	25,37	29,88	12,38
Std. Deviation	2,111	1,716	3,317	3,482	1,692
Minimum	8	3	9	14	9
Maximum	20	15	30	35	15
Sum	1713	1306	2537	2988	1238

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

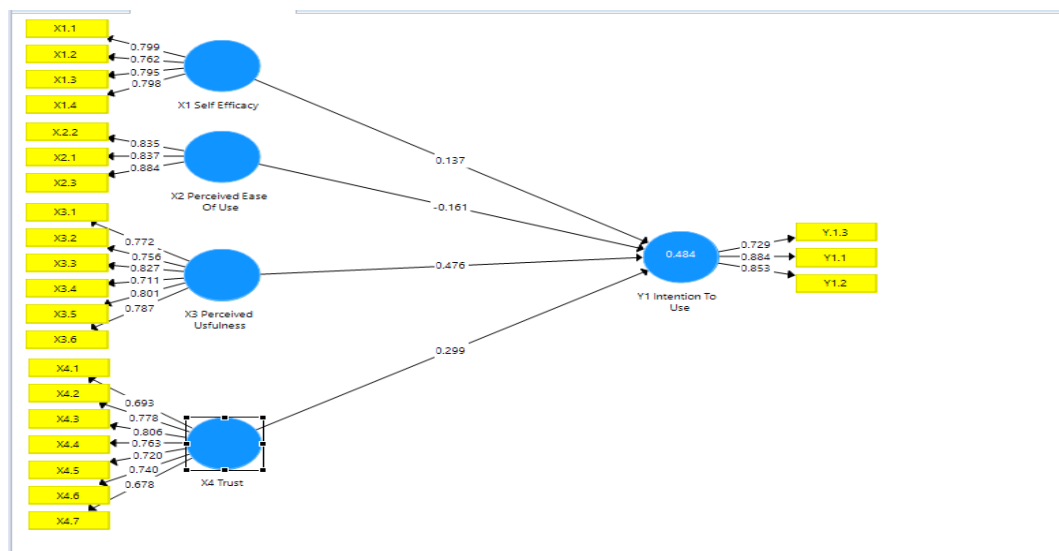
Berdasarkan table di atas diperoleh informasi bahwa variabel *self efficacy* memiliki total jawaban minimum 8 dan nilai maksimum 15 dengan rata-rata untuk variabel *self efficacy* sebesar 17,13 dan standar deviasinya sebesar 2,111. Variabel *perceived ease of use* memiliki total jawaban minimum 3 dan nilai maksimum 15 dengan rata-rata 13,06 dan standar deviasinya 1,716. Variabel *perceived usfullnes*

memiliki total jawaban minimum 9 dan maksimum 30 dengan rata-rata 25.37 dan standar deviasinya 3,317. Variabel *trust* memiliki total jawaban minimum 14 dan nilai maksimum 35 dengan rata-rata 29,88 dan standar deviasinya 3,482. Variabel *intention to use* dari 3 item pertanyaan yang ditujukan kepada responden yakni minat penggunaan uang elektronik *shopeepay* pada UMKM yang tersebar di Solo Raya. Dimana maasing-masing item wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum 9 dan nilai maksimum 15 dengan rata-rata 12,38 dan standar deviasinya 1,692.

4.2.2 Model Pengukuran (Uji *Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari suatu data yang diolah. Tahapan penting yakni *Convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *cronbach alpha*. Berikut adalah model pengukuran sebelum dan sesudah uji indikator:

Gambar 4.1
Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator



Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Gambar diatas menunjukkan hasil dari semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk memenuhi uji validitas harus diatas 0,7. Namun untuk penelitian yang belum berkembang 0,6-0,7 masih bisa digunakan untuk mengukur validitas suatu data, sehingga pada *outer loading* yang memiliki nilai dibawah 0,6-0,7 harus dihapus dari pengujian.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk sudah memenuhi untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Berikut tabel dari masing-masing pengujian validitas:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas *Self Efficacy*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X1.1	0,799	Valid
X1.2	0,762	Valid
X1.3	0,795	Valid
X1.4	0,798	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *self efficacy* yang terdiri dari 3 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* > 0,7. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,799; 0,762; 0,795; dan 0,798

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas *Perceived Ease of Use*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X2.1	0,837	Valid
X2.2	0,835	Valid
X2.3	0,884	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *perceived ease of use* yang terdiri dari 3 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* $> 0,7$. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,837; 0,835; dan 0,884.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas *Perceived Usefulness*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X3.1	0,772	Valid
X3.2	0,756	Valid
X3.3	0,827	Valid
X3.4	0,711	Valid
X3.5	0,801	Valid
X3.6	0,787	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *perceived usfullnes* yang terdiri dari 6 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* $> 0,7$. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,772; 0,756; 0,827; 0,711; 0,801 dan 0,787.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas *Trust*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
X4.1	0,693	Tidak Valid
X4.2	0,778	Valid
X4.3	0,806	Valid
X4.4	0,763	Valid
X4.5	0,720	Valid
X4.6	0,740	Valid
X4.7	0,678	Tidak Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *trust* yang terdiri dari 7 item pertanyaan 5 valid, dikarenakan nilai *outer loading* $> 0,7$ dan 2 tidak valid dikarenakan $< 0,7$. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,778; 0,806; 0,763; 0,720 dan 0,740. Indikator yang tidak valid di hapus yaitu 0,693 dan 0,678.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas *Intention to Use*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
Y1.1	0,884	Valid
Y1.2	0,853	Valid
Y1.3	0,729	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *intention to use* yang terdiri dari 3 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* > 0,7. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,884; 0,853; dan 0,729

4.2.2.1 Validitas Konvergen

Pengukuran validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan nilai *average inflation factor* (AVE). Berikut hasil pengujian dari uji validitas konvergen:

Tabel 4.12
Loading Factor dan AVE

	<i>Loading Factor</i>	AVE	Keterangan
<i>Self Efficacy</i> (SE)		0,622	Valid
X1.1	0,799		Valid
X1.2	0,762		Valid
X1.3	0,795		Valid
X1.4	0,798		Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)		0,727	Valid
X2.1	0,837		Valid
X2.2	0,835		Valid
X2.3	0,884		Valid
<i>Perceived Usfullnes</i> (PU)		0,603	
X3.1	0,772		Valid
X3.2	0,756		Valid
X3.3	0,827		Valid
X3.4	0,711		Valid
X3.5	0,801		Valid

X3.6	0,787		Valid
<i>Trust (T)</i>		0,681	Valid
X4.2	0,778		Valid
X4.3	0,806		Valid
X4.5	0,763		Valid
X4.5	0,720		Valid
X4.6	0,740		Valid
<i>Intention To Use (ITU)</i>		0,680	
Y1.1	0,884		Valid
Y1.2	0,853		Valid
Y1.3	0,729		Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Menurut tabel 4.11, indikator telah valid karena seluruh *factor loading* > 0,6 atau > 0,7 dan nilai AVE sudah diatas > 0,5.

4.2.2.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat diketahui dengan melihat nilai *fornell larcker criterion*. Pengukuran ini menunjukkan korealsi variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan korelasi variabel lainnya. Berikut tabel yang sudah memenuhi kriteria diatas:

Tabel 4.13
Fornell Larcker Criterion

	X1	X2	X3	X4	Y
<i>Self Efficacy</i>	0,788				
<i>Perceived ease of use</i>	0,655	0, 853			
<i>Perceived usfullnes</i>	0,728	0,802	0,777		
<i>Trust</i>	0,652	0,653	0,662	0,741	
<i>Intention to use</i>	0,573	0,506	0,645	0,599	0,825

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Dari hasil *loading factor*, *average inflation factor* (AVE), dan kriteria *fornell larcker* telah terpenuhi syarat, maka dapat diartikan bahwa semua variabel laten telah memenuhi uji validitas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Nilai *composite reliability* tersebut harus lebih dari 0,7 agar bisa dikatakan reliabel. Sedangkan nilai *cronbach alpha* digunakan untuk menguji konstruk yang lainnya harus lebih besar dari 0,7. Berikut hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Intention to use</i>	0.771	0.864	0.825
<i>Self Efficacy</i>	0.799	0.868	0.810
<i>Perceived ease of use</i>	0.812	0.889	0.820
<i>Perceived usfullnes</i>	0.868	0.901	0.876
<i>Trust</i>	0.863	0.895	0.866

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil pengujian diatas telah menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi nilai $> 0,7$ baik dari *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Maka, dapat disimpulkan bahwa pengukur yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas.

4.2.3 Model Struktural atau Uji *Inner Model*

Inner model digunakan untuk menguji hipotesis dengan melakukan pengujian determinasi atau *R-Square* untuk konstruk dependen. Selain pengujian determinasi juga dilakukan uji hipotesis, *predictive relevance* dan model fit.

4.2.3.1 Uji Determinasi

Hasil dari pengujian determinasi atau *R-Square* sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Intention to use</i>	0,484	0,462

Sumber: *Ouput SmarPLS 3.0, 2023*

Hasil uji determinasi dapat diketahui nilai *R-Square* dari variabel *intention to use* sebesar 0,484. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *self efficacy*, *perveived ease of use*, *perceived usfullnes* dan *trust* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap *intention to use* sebesar 48,4%. Sisanya sebesar 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini

4.2.3.2 Predictive Relevance dan Model Fit

Predictive relevance bertujuan untuk mengetahui seberapa baik observasi yang dilakukan. Jika pada nilai *predictive relevance* > 0 maka observasi dilakukan sudah baik. Sedangkan untuk nilai < 0 menunjukkan kurang baik. Nilai *predictive relevance* dapat ditemukan pada uji *blinfoling*, penelitian ini memiliki nilai *predictive relevance* 0,291 pada variable *intention to use*. Variabel tersebut memiliki nilai tersebut > 0 , sehingga dapat dikatakan penelitian ini telah masuk kategori baik.

Model fit bertujuan untuk mengetahui seberapa baik model penelitian yang digunakan. Model fit dapat dilihat pada nilai NFI sebesar 0,607 yang berarti bahwa model penelitian ini sudah 60,7% fit, dengan tabel sebagai beriku:

Tabel 4.16
Predictive Relevance

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
<i>Intention to use</i>	300,000	211,878	0,294
<i>Self Efficacy</i>	400,000	400,000	
<i>Perceived Ease Of Use</i>	300,000	300,000	
<i>Perceived Usfullnes</i>	600,000	600,000	
<i>Trust</i>	700,000	700,000	

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Tabel 4.17
Model Fit

	<i>Model Saturated</i>	Model Estimasi
SRMR	0,102	0,102
d_ULS	2,853	2,853
d_G	1,271	1,271
Chi-Square	691,544	691,544
NFI	0,596	0,596

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

4.2.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* dan *t-statistic*. Dengan *software* SmartPLS 3.0 nilai tersebut akan ditemukan pada pengujian *bootstrapping*. *Rule of thumb* yang digunakan yaitu $t\text{-statistic} > 1,96$ dan $p\text{-values} < 0,05$. Hasil dari pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Hipotesis

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
<i>Self Efficacy -> Intention to use</i>	0,137	0,138	0,102	1,349	0,178
<i>Perceived Ease Of Use -> Intention to use</i>	-0,161	-0,137	0,147	1,092	0,276
<i>Perceived Usfulness -> Intention to use</i>	0,476	0,468	0,135	3,526	0,000
<i>Trust -> Intention to use</i>	0,299	0,301	0,130	2,301	0,022

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

a. Variabel *Self Efficacy*

Dari tabel tersebut dapat diketahui melalui uji *resampling bootstrapping* dimana variabel *self efficacy* sebesar 0,137 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 1,349 untuk *t-statistic* variabel *self efficacy* terhadap *intention to use*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *e self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap

intention to use karena *t-statistic* $<1,96$ dan *p-values* $0,178 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H1 tidak terdukung karena *self efficacy* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.

b. Variabel *Perceived Ease of Use*

Dari tabel tersebut dapat diketahui melalui uji *resampling bootstrapping* dimana variabel *perceived ease of use* sebesar $-0,161$ untuk nilai koefisien jalur dan nilai $1,092$ untuk *t-statistic* variabel *perceived ease of use* terhadap *intention to use*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *e perceived ease of use* tidak signifikan terhadap *intention to use* karena *t-statistic* $< 1,96$ dan *p-values* $0,276 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H2 tidak terdukung karena *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.

c. Variabel *Perceived Usfulness*

Dari tabel tersebut dapat diketahui melalui uji *resampling bootstrapping* dimana variabel *perceived usfullnes* sebesar $0,476$ untuk nilai koefisien jalur dan nilai $3,526$ untuk *t-statistic* variabel *perceived usfullnes* terhadap *intention to use*.. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *perceived usfullnes* signifikan terhadap *intention to use* karena *t-statistic* $>1,96$ dan *p-values* $0,000 < 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H3 tidak terdukung karena *perceived usfullnes* berpengaruh terhadap *intention to use* .

d. Variabel *Trust*

Dari tabel tersebut dapat diketahui melalui uji *resampling bootstrapping* dimana variabel *trust* sebesar $0,299$ untuk nilai koefisien jalur dan nilai $2,301$ untuk *t-statistic* variabel *trust* terhadap *intention to use*.. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa variabel *trust* signifikan terhadap *intention to use* karena *t-statistic* $>1,96$ dan *p-values* $0,022 < 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H4 tidak terdukung karena *trust* berpengaruh terhadap *intention to use*.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1 Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap *Intention to Use*

Variabel *self efficacy* memiliki *t-statistic* 0,137 dan *p-values* 0,178 sehingga *self efficacy* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini sejalan dengan penelitian Trivedi (2016) yang menjelaskan *self efficacy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intentions for using e-wallet*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Daliana & Mahendra (2018) yang menunjukkan bahwa *self efficacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *behaviora intention use*.

Menurut Daliana & Mahendra (2018) *self efficacy* dengan *intention to use* tidak berpengaruh diduga bahwa bisnis kecil dan menengah (UMKM) tidak yakin dengan kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi baru karena perkembangan e-wallet untuk pembayaran shopeepay. Jika dilihat dari jawaban kuesoner yang ada pelaku UMKM belum merasa yakin dengan kemampuan mereka dalam menggunakan sistem uang elektronik baru. Semakin tinggi efikasi diri pelaku UMKM terhadap teknologi baru maka minat untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) shopeepay akan meningkat.

4.3.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use*

Variabel *perceived ease of use* memiliki nilai *t-statistic* 1,092 dan *p-values* 0,270 dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,161 yang menunjukkan bahwa

perceived ease of use tidak berpengaruh. Hal tersebut menunjukkan bahwa H2 tidak diterima, karena *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini sama dengan yang dilakukan Kinanti & Mukhlis (2022) yang menjelaskan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet shopeepay*. Penelitian itu juga sejalan dengan penelitian Ahmad & Pambudi (2014) yang mengungkapkan adanya *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap minat ulang menggunakan internet m banking.

Berdasarkan teori TAM yang dimana *perceived ease of use* menjadi salah satu komponennya ternyata *perceived ease of use* pada penelitian yang dilakukan tidak ditemukan adanya pengaruh terhadap *intention to use*, hasil itu dirasa pengguna UMKM uang elektronik (*e-wallet shopeepay*) sulit memahami aplikasi pada *shopeepay*, atau pengguna merasa sulit dalam mengoperasikanya (Kinanti & Mukhlis, 2022). Bahwa dari segi persepsi kemudahan pelaku UMKM masih menganggap bahwa sistem uang elektronik (*e-wallet*) karena *shopeepay* gagal memenuhi harapan, mereka harus segera melakukan evaluasi dan perbaikan. Perbaikan seperti mempercepat jaringan dan membuat tampilan aplikasi yang menarik dan jelas tentang fitur dan manfaatnya, serta tata cara bertransaksi diharapkan akan membuat lebih mudah bagi UMKM untuk menggunakan uang elektronik mereka (*e-wallet*). Semakin tinggi *perceived ease of use* pelaku UMKM terhadap teknologi baru maka minat untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet shopeepay*) akan meningkat.

4.3.3 Pengaruh *Perceived usefulness* Terhadap *Intention to Use*

Variabel *perceived usefulness* memiliki nilai *t-statistic* 3,526 dan *p-values* 0,000, dengan *path coefficient* 0,476 yang menunjukkan arah positif. Hal tersebut menunjukkan H3 diterima, karena *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Sarasati & Purnawati (2020) yang menjelaskan minat penggunaan *e-wallet* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*. Hasil yang sama pada penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2020) yang menjelaskan bahwa faktor *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS.

Hasil ini mendukung teori TAM yang dimana *perceived usefulness* merupakan salah satu komponennya, *perceived usefulness* dalam penelitian ini berpengaruh besar terhadap minat karena dianggap paling dapat menjelaskan manfaat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*. Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa pelaku UMKM merasa dengan menggunakan perkembangan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* transaksi pembayaran memberikan keuntungan bagi mereka yang dapat meningkatkan efisiensi dan efisiensi, dan dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk menggunakan uang elektronik. (*e-wallet*) *shopeepay*. Semakin dirasa banyak manfaat yang diperoleh, maka minat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* pun juga akan meningkat.

4.3.4 Pengaruh *Trust* Terhadap *Intention to Use*

Pada variabel *trust* memiliki nilai *path coefficient* 0,299 yang menunjukkan nilai positif. Selain itu, nilai *t-statistic* dan *p-values* pada variabel *trust* sebesar 2,301 dan 0,022. Hal tersebut menunjukkan bahwa H4 diterima karena adanya pengaruh positif *trust* terhadap *intention to use*. Hasil penelitian

tersebut mendukung penelitian Maharani, dkk (2023) yang menyatakan bahwa sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Mamuju melihat peningkatan kepercayaan pengguna uang elektronik sebagai alat transaksi keuangan. Sejalan juga dengan penelitian Ambarwati (2019) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *gopay*.

Dengan adanya *trust*, Karena kepercayaan sangat membantu mengurangi kecemasan yang dialami pelaku, pelaku akan mengetahui pilihan yang dianggap tepat. Kepercayaan juga meningkatkan keinginan pelaku untuk menggunakan teknologi Cahyo, dkk (2022). Kepercayaan dianggap faktor penting dan merupakan salah satu faktor kritis dalam minat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* saat kepercayaan yang sangat tinggi tentu akan dapat dijadikan ukuran untuk menumbuhkan minat pelaku UMKM untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*, jadi semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi minat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. *Self efficacy* tidak berpengaruh signifikan bahwasanya pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) merasa sulit untuk menggunakan uang elektronik *shopeepay* . Semakin tinggi efikasi diri pelaku UMKM terhadap teknologi baru maka minat untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* akan meningkat.
2. *Perceived Ease Of Use* juga tidak berpengaruh terhadap *intention to use* uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* UMKM pelaku UMKM masih menganggap bahwa sistem uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* masih jauh dari harapan, oleh karena itu *shopee* harus segera melakukan evaluasi dan perbaikan, seperti meningkatkan kecepatan jaringan dan kemudahan akses, tampilan aplikasi yang menarik tetapi jelas tentang fitur, dan manfaatnya, dan tata cara bertransaksi. Ini diharapkan akan membuat lebih mudah bagi UMKM untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*. Semakin tinggi *perceived ease of use* pelaku UMKM terhadap teknologi baru maka minat untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* akan meningkat.
3. *Perceived usefulness* memiliki nilai *t-statistic* 3,526 dan *p-values* 0,000, dengan *path coefficient* 0,476 yang menunjukkan arah positif. Hal tersebut menunjukkan H3 diterima, karena *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa

bisnis kecil dan menengah (UMKM) percaya bahwa menggunakan pengembangan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* dalam transaksi pembayaran membantu mereka meningkatkan kinerja dan membantu mereka meningkatkan kinerja produktivitasnya, yang mungkin berdampak pada minat pengguna untuk menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*. Semakin dirasa banyak manfaat yang diperoleh, maka minat menggunakan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* pun juga akan meningkat.

4. *Trust* memiliki nilai *path coefficient* 0,299 yang menunjukkan nilai positif. Selain itu, nilai *t-statistic* dan *p-values* pada variabel *trust* sebesar 2,301 dan 0,022. Hal tersebut menunjukkan bahwa H4 diterima karena adanya pengaruh positif *trust* terhadap *intention to use*. Semakin tinggi *trust* pelaku UMKM terhadap uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay* maka semakin tinggi minat penggunaan uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam penelitian ini terdapat dari R-Square yang rendah nilainya, sehingga ada variabel lain yang memungkinkan mempengaruhi variabel *intention to use*.

5.3 Saran-Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain, kecuali variabel yang diajukan pada penelitian ini yang dianggap mampu mempengaruhi *intention to use* uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*.

2. Responden yang digunakan pada penelitian ini sangat terbatas karena faktor ruang lingkup yang luas, namun peneliti tidak menguasai ruang lingkup penelitian ini. Penelitian berikutnya dapat menambah jumlah sampel atau responden agar hasil dari penelitian lebih akurat dan dapat menjelaskan kondisi sesungguhnya mengenai *intention to use* uang elektronik (*e-wallet*) *shopeepay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-pay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Amelia, W. R., Lubis, A. H., & Sabrina, H. (2019). Penggunaan Theory Of Planned Behavior untuk Menganalisis Penggunaan Theory Of Planned Behavior untuk Daring melalui Aplikasi Instagram. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Informatika*, 16(2). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2>
- Agag, G., & El-Masry, A. A. (2016). Understanding consumer intention to participate in online travel community and effects on consumer intention to purchase travel online and WOM: An integration of innovation diffusion theory and TAM with trust. *Computers in Human Behavior*, 60, 97–111.
- Anggraini, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna E-Wallet (Studi Kasus pada E-Wallet OVO). In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62000%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62000/1/WIWIN-ANGGRAINI-FEB.pdf>
- Barthakur, G., & Rajkonwar, A. B. (2021). Seller's Perception: Preference and Significance of Payment Platforms. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(12), 3666–3674.
- B.U., D., B.O., O., N.N., S., & S.O., U. (2021). Integrating Trust into Technology Acceptance Model (TAM), the Conceptual Framework for E-Payment Platform Acceptance. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 34–56. <https://doi.org/10.52589/bjmms-tb3xtkpi>
- C. Abraham, T., Nasa, F., P. P. Mursid, H., B. Hotmaduma, A., & Fajar, H. (2022). Peran Green Trust dan Theory Planned Behavior pada Konsumerisme Produk Hijau. *Indonesian Business Review*, 5(1), 42–57. <https://doi.org/10.21632/ibr.5.1.42-57>
- Daliani, A., & Mahendra, I. (2018). Minat Individu terhadap Penggunaan Mandiri E-Cash : Pendekatan Technology Acceptance Model. *Edik Informatika*, 4(2), 30–39.
- Ekonomi, J., Vol, V., Juli, A., Mahasiswa, K., Kustono, A. S., Yudistira, A., Nanggala, A., & Mas, I. (n.d.). *Gudang Digital Universitas Jember Faktor Penentu Penggunaan E-Wallet Untuk Transaksi*.

- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Abiratno, S. Nurdianti, & A. D. Raksanagara (eds.)). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0* (2nd ed.).
- Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Study of “Dana” E-Wallet Users. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 181. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.11274>
- Jihad, F. S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Wallet*.
- Joviando, J. (n.d.). *Determinant of E-Wallet Usage Intention : Extending the Tam Model*.
- Maharani, P. A., Haq, A., & Dsa, J. (2023). *Preferensi Konsumen dalam Penggunaan Uang Elektronik pada Transaksi Ekonomi*. 8(1), 596–603.
- MIFTAHUL RESKI PUTRA NASJUM. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950068720300001>
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.29244/jcs.3.1.15-27>

- Nurina Saffanah, & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.4322>
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Azhar, F. A. (2022). Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya. *Among Makarti*, 15(2), 110–125. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.333>
- Ocbnisp. (2021). Apa itu Fintech: Pengertian, Manfaat, Jenis & Dasar Hukumnya.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2021). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (S. Y.Suryani (Ed.)). ALFABETA, cv.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rivaldi, S., & Dinaroe, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Pada Umkm Di Kota Banda Aceh Menggunakan

- Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i1.20309>
- Said. (2017). Mitigating asset misappropriation through integrity and fraud risk elements: evidence emerging economies. *Journal of Financial Crime*, Vol. 24 Is.
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. In *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR* (Vol. 7, Issue 2).
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>
- Solopos. (2018). *Kasus-kasus Korupsi di Sragen*. Redaksi Solopos.Com. <https://www.solopos.com/selain-dana-desa-doyong-ini-kasus-kasus-korupsi-di-sragen-929547sugiyono>. (2013). *metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sripalawat, J., Thongmak, M., & Ngramyarn, A. (2011). M-banking in metropolitan bangkok and a comparison with other countries. *Journal of Computer Information Systems*, 51(3), 67–76. <https://doi.org/10.1080/08874417.2011.11645487>
- Sudiatmika, N. B. P., & Martini, I. A. O. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku UMKM Kota Denpasar Menggunakan QRIS. *Jmm Unram*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Thesis, A. (2019). *Technology Acceptance Model Analysis Toward Electronic Money Service Usage DEPARTMENT OF ACCOUNTING INTERNATIONAL PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA Technology Acceptance Model Analysis Toward Electronic Money Service Usag*.
- Trivedi, J. (2016). Factors Determining the Acceptance of E-Wallet. *Journal of Applied Marketing and Management*, 1(2), 42–53.

Wulandari, I. R., & Sumadi, S. (2020). Analysis of Behavior Using E-Money With a Tam Approach (Technology Acceptance Model). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 24. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.10861>

بالمك تبات الجامعية مقناذي, ص. (0202). الواقع المهني لأخصائي المعلومات
 لجامعتي قسنطينة 1 و 2 في ظل تكنولوجيا المعلومات الحديثة.
 □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□, 3, 275.
<https://doi.org/10.35393/1730-006-002-014>

Widyayanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM di Yogyakarta). Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0, 187–200.

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

NO	Keterangan	November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Prosal	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
2	Pendaftaran Seminar Proposal														x						
3	Ujian Seminar Proposal																			x	
4	Revisi Proposal																			x	x
5	Pengumpulan Data																				
6	Analisis Data																				
7	Penyusunan Draft Skripsi																				
8	Pendaftaran Munaqasah																				
9	Ujian Munaqasah																				
NO	Bagian	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Prosal																				
2	Pendaftaran Seminar Proposal																				
3	Ujian Seminar Proposal																				
4	Revisi Proposal																				
5	Pengumpulan Data	x	x																		
6	Analisis Data			x																	
7	Penyusunan Draft Skripsi				x	x															
8	Pendaftaran Munaqasah						x														
9	Ujian Munaqasah																				

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESONER PENELITIAN

Integrasi TAM dan Trust Dalam Keberterimaan Uang Elektronik Studi Kasus UMKM di Solo Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Sri Setyaningsih , mahasiswi jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said saat ini sedang melakukan penelitian guna penyusunan skripsi dengan judul “Integritas TAM, TBP dan Trust dalam Keberterimaan Uang Elektronik Studi Kasus UMKM ”.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun). Berkaitan dengan hal tersebut maka saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu mengisi kuisoner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan untuk skripsi ini. Segala informasi yang diberikan dalam kuisoner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

\

Sri Setyaningsih

A. Data Responden

Isilah data di bawah ini dengan memberikan tanda ceklist (√) pada salah satu pilihan jawaban:

A. Biodata Responden

1. Nama :

2. Jenis Usaha :

Makanan

Minuman

Makanan dan Minuman

3. Jenis Kelamin :

Laki-Laki Perempuan

4. Usia :

5. Domisili

Klaten

Boyolali

Sukoharjo

Surakarta

Wonogiri

Sragen

Karanganyar

6. Omzet Pertahun

Kurang dari 50 Juta pertahun

100 Juta sampai 200 Juta pertahun

300 Juta sampai 500 Juta pertahun

Lebih dari 500 Juta pertahun

7. Sudah berapa lama beroperasi

< 1 tahun

1-5 tahun

> 5 tahun

8. Jumlah Karyawan

1-5 orang

6-10 orang

11-50 orang

51-99 orang

Lebih dari 99 orang

9. Pernah bertransaksi menggunakan uang elektronik ShopeePay

Ya

Tidak

B. Pertanyaan-pertanyaan

Petunjuk Pengisian: pilih dan beri tanda cek list (v) pada pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda. Kriteria penilaian

Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
----------------------------	---------------------	---------------	---------------	----------------------

1. *Perceived ease of use*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Menggunakan sistem Pembayaran E-					

	wallet ShopeePay merupakan hal yang sangat mudah					
2	Saya dapat dengan mudah menggunakan sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> ShopeePay					
3	Sangat mudah bagi saya ketika mulai menggunakan sistem pembayaran <i>E-wallet</i> ShopeePay					

Sumber : (Nur & Joviando, 2021)

2. *Perceived usefulness*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Adanya <i>E-wallet</i> ShopeePay memudahkan saya melakukan transaksi.					
2	Dengan adanya <i>E-wallet</i> ShopeePay proses Transaksi saya pada layanan menjadi lebih cepat.					
3	Bertransaksi menggunakan <i>E-wallet</i> ShopeePay dapat menambah kualitas transaksi saya					
4	Bertransaksi menggunakan <i>E-wallet</i> ShopeePay membantu saya dalam efektivitas transaksi					
5	Adanya metode pembayaran <i>E-wallet</i> ShopeePay memberikan manfaat bagi saya.					
6	Saya percaya bahwa sistem/teknologi yang digunakan <i>E-wallet</i> aman.					
7	Dengan menggunakan <i>E-wallet</i> , rekap atau catatan transaksi pembayaran tersedia dengan lengkap					

Sumber : (Nur & Joviando, 2021)

3. *Self Efficacy*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya yakin bahwa mudah bagi saya untuk belajar cara menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> untuk membayar					
2	Saya yakin bahwa saya bisa mengetahui					

	cara menggunakan aplikasi <i>E-wallet</i> untuk membayar semua transaksi saya					
3	Saya yakin saya mampu mempelajari penggunaan aplikasi <i>E-wallet</i> tanpa bantuan orang lain					
4	Saya yakin dapat menguasai semua jenis aplikasi <i>E Wallet ShopeePay</i>					

Sumber : (Nur & Joviando, 2021)

4. *Perceived trust*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya menganggap <i>e-wallet</i> aman					
2	Saya percaya <i>e-wallet</i> untuk menjaga privasi saya					
3	Saya merasa yakin tentang keamanan <i>e-wallet</i>					
4	Saya percaya bahwa transaksi yang dilakukan melalui <i>e-wallet</i> aman dan pribadi					
5	Saya merasa bahwa penyedia <i>e-wallet</i> memiliki kemampuan untuk melindungi privasi saya					
6	Saya percaya perlindungan privasi <i>e-wallet</i> kepada pengguna					
7	<i>E-wallet</i> memiliki kontrol keamanan yang ketat, saya percaya bahwa informasi mengenai transaksi saya tidak akan diketahui orang lain					

Sumber : (Priyono, 2017)

5. *Intention to use*

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya berniat menggunakan <i>e-wallet</i> <i>ShopeePay</i> pada semua transaksi saya di layanan <i>marketplace</i>					
2	Saya berencana untuk lebih sering menggunakan layanan <i>marketplace</i> sejak adanya <i>e-wallet</i> <i>ShopeePay</i>					
3	Saya akan terus menggunakan					

	layanan <i>marketplace</i> karena adanya sistem pembayaran <i>e-wallet</i> ShopeePay					
--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Priambodo & Prabawani (2016)

Lampiran 3: Data Mentah Karakteristik Responden

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Domisili	Jenis Usaha	Omzet Pertahun	Sudah berapa lama beroperasi	Jumlah karyawan	Pernah bertransaksi menggunakan uang elektronik ShopeePay
Wulan Isnenti	Perempuan	27	Sukoharjo	Makanan	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Ninik Hendratmi	Perempuan	28	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Ersa Tri Kurnia	Perempuan	27	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Triyanto Bagus	Laki-laki	33	Klaten	Makanan	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Salsa Alyanabila	Perempuan	21	Klaten	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	Lebih dari 99 orang	YA
Amalia Kusnul Qotimah	Perempuan	22	Surakarta	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Kevin Susanto	Laki-laki	26	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Ruri Hasanah	Perempuan	22	Surakarta	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Limas Anggara	Laki-laki	22	Klaten	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA

Doni Prasetyo	Laki-laki	20	Klaten	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	> 5 tahun	11-50 orang	YA
T.m	Perempuan	24	Klaten	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Ayik	Perempuan	22	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Midya Wulan Apriliani	Perempuan	21	Boyolali	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Lia Nurfaizi	Perempuan	23	Karanganyar	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Anita Rahmawati	Perempuan	22	Klaten	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Pratiwi Aulia Sutarno	Perempuan	22	Karanganyar	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Arinda	Perempuan	23	Klaten	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	11-50 orang	YA
Siwi Anggreni	Perempuan	23	Klaten	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Suwartini	Perempuan	42	Sragen	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Rahmawanti	Perempuan	27	Sukoharjo	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Esti Woro	Perempuan	21	Sragen	Makanan &	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA

				Minuman				
Wartini	Perempuan	23	Klaten	Minuan	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	11-50 orang	YA
Sri Wahyuni	Perempuan	22	Sukoharjo	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Popy Oktaviana	Perempuan	20	Karanganyar	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Ika Wahyu	Perempuan	21	Klaten	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Intan	Perempuan	21	Boyolali	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Indah	Perempuan	20	Surakarta	Makanan & Minuman	300 juta sampai 500 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Andi	Laki-laki	33	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Purnomo	Laki-laki	33	Sragen	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Ojisyahroji	Laki-laki	55	Sukoharjo	Makanan & Minuman	100 juta samapai 200 juta pertahun	> 5 tahun	6-10 orang	YA
Puji	Perempuan	28	Surakarta	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Lestari	Perempuan	34	Wonogiri	Minuan	Kurang dari 50	1-5 tahun	1-5 orang	YA

					juta pertahun			
Ratih Purwasih	Perempuan	31	Surakarta	Makanan	100 juta samapai 200 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Suryanto	Laki-laki	29	Boyolali	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Wahyuni	Perempuan	39	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Wawan	Laki-laki	27	Klaten	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Dedy	Laki-laki	43	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Alvi Sagita	Perempuan	28	Sragen	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Edi Setiyawan	Laki-laki	27	Sragen	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Kadim Sukirno	Laki-laki	56	Karanganyar	Makanan	100 juta sampai 200 juta pertahun	> 5 tahun	11-50 orang	YA
Sudarmi	Perempuan	56	Karanganyar	Makanan	100 juta sampai 200 juta pertahun	> 5 tahun	6-10 orang	YA
Andi Nugroho	Laki-laki	27	Sukoharjo	Makanan & Minuman	100 juta sampai 200 juta pertahun	> 5 tahun	6-10 orang	YA
Joko	Laki-laki	40	Sukoharjo	Makanan & Minuman	100 juta sampai 200 juta pertahun	> 5 tahun	6-10 orang	YA
Qois Ar Rizal	Laki-laki	21	Sragen	Minuan	100 juta sampai 200 juta pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA

Watiningsih	Perempuan	33	Sragen	Makanan & Minuman	Lebih dari 500 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Agus Thofa	Laki-laki	30	Sragen	Makanan & Minuman	Lebih dari 500 juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Rita Apriliani	Perempuan	27	Klaten	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Kustanto	Laki-laki	32	Sukoharjo	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Prasetyoo	Laki-laki	25	Boyolali	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Kemal	Laki-laki	33	Boyolali	Minuan	Kurang dari 50 juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Windarti	Perempuan	25	Sukoharjo	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Nana Merdiana	Perempuan	25	Sukoharjo	Makanan	300 Juta sampai 500 Juta Pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Anissa Trisna Ramadani	Perempuan	19	Sukoharjo	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Finka Melyana Sholikhah	Perempuan	22	Boyolali	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Rachmadhani Subhelehan C.P	Perempuan	20	Sukoharjo	Minuman	100 Juta sampai 200 Juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Sri Wahyuni	Perempuan	22	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50	< 1 tahun	1-5 orang	YA

				dan Minuman	Juta Pertahun			
Zulfa Galuh Anggraini	Perempuan	23	Sukoharjo	Makanan	Lebih dari 500 Juta Pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Herlina Dwi Cahyanti	Perempuan	23	Sukoharjo	Minuman	100 Juta sampai 200 Juta pertahun	> 5 tahun	11-50 orang	YA
Ratna Wijayanti Kusuma Dewi	Perempuan	23	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Laili Rahmawati	Perempuan	22	Boyolali	Makanan dan Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Naufal James	Laki-Laki	25	Surakarta	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Fahmi Febrianto	Laki-Laki	24	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Mega Mustikaningsih	Perempuan	22	Sragen	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Fauzan Amar	Laki-Laki	23	Klaten	Makanan & Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Muhammad Iqbal Humam G	Laki-Laki	25	Surakarta	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	< 1 tahun	1-5 orang	YA
Rian	Laki-Laki	26	Sukoharjo	Minuman	100 Juta sampai 200 Juta pertahun	> 5 tahun	1-5 orang	YA
Toni	Laki-Laki	25	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	<1 tahun	1-5 orang	YA
Tri Cahyani	Perempuan	25	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA

Warsiti	Perempuan	28	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Royatni	Perempuan	24	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Roni Prasetyo	LakiLaki	24	Boyolali	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Nyoman	Laki-Laki	23	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Dwi Hartanti	Perempuan	26	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Mohammad Giri	Laki-Laki	24	Boyolali	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Herllina Sofiyaningrum	Perempuan	27	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 Tahun	1-5 orang	YA
Erika Septianadevi	Perempuan	24	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Luluk	Perempuan	26	Klaten	Makanan	100 Juta sampai 200 Juta pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Rini Dwi A	Perempuan	31	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Siti Qomariah	Perempuan	23	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Ikhrima	Perempuan	27	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Suryanto	Laki-laki	29	Boyolali	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Bondan	Laki-laki	24	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA

Twisara	Perempuan	25	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Agung Setiyawan	Laki-Laki	24	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Yustika	Perempuan	25	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Focky	Laki-Laki	25	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Anto	Laki-Laki	25	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Sri Utami	Perempuan	33	Sukoharjo	Makanan	100 Juta sampai 200 Juta pertahun	1-5 tahun	6-10 orang	YA
Prasetyo	Laki-Laki	25	Sukoharjo	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Andika	Laki-Laki	24	Sragen	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Kurniawan	Laki-Laki	22	Sragen	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Budi Setiawan	Laki-Laki	25	Sragen	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Slamet Raharjo	Laki-Laki	22	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Muhammad Bagas	Laki-Laki	21	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Danang	Laki-Laki	19	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Wiwik	Permpuan	25	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA

Rini Astutining	Permpuan	26	Klaten	Makanan	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Yoga	Laki-Laki	25	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Tri Yulianti	Permpuan	25	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	1-5 tahun	1-5 orang	YA
Duta Pangstu	Laki-laki	25	Klaten	Minuman	Kurang dari 50 Juta Pertahun	>5 tahun	1-5 orang	YA

Lampiran 4: Tabulasi Data

Y1. 1	Y1. 2	Y.1. 3	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X2. 1	X.2. 2	X2. 3	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X4. 1	X4. 2	X4. 3	X4. 4	X4. 5	X4. 6	X4. 7	
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5

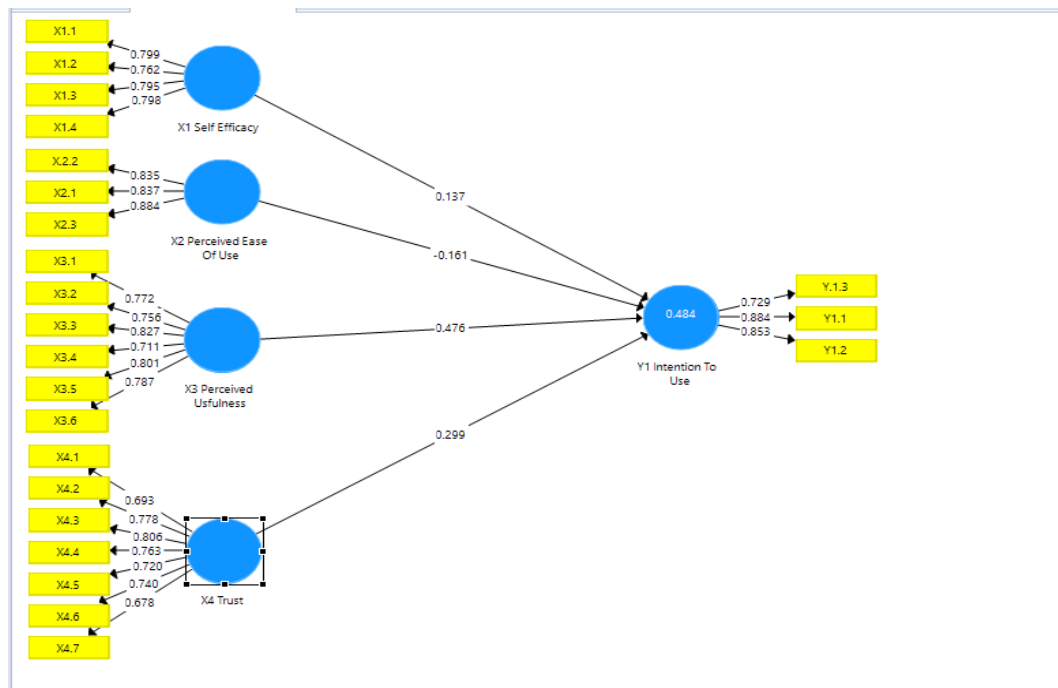
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4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

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

Lampiran 5: Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Maing-Masing Variabel

Statistics					
	X1Total	X2Total	X3Total	X4Total	Y1Total
	100	100	100	100	100
	0	0	0	0	0
Mean	17,13	13,06	25,37	29,88	12,38
Std. Deviation	2,111	1,716	3,317	3,482	1,692
Minimum	8	3	9	14	9
Maximum	20	15	30	35	15
Sum	1713	1306	2537	2988	1238

Lampiran 6: *Output SmartPLS 3.0*1. Model Pengukuran (Uji *Outer Model*)**Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator**

Uji Validitas Konvergen
Factor Loading dan AVE

	<i>Loading Factor</i>	AVE	Keterangan
<i>Self Efficacy (SE)</i>		0,622	Valid
X1.1	0,799		Valid
X1.2	0,762		Valid
X1.3	0,795		Valid
X1.4	0,798		Valid
<i>Perceived Ease Of Use (PEOU)</i>		0,727	Valid
X2.1	0,837		Valid
X2.2	0,835		Valid
X2.3	0,884		Valid
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>		0,603	
X3.1	0,772		Valid
X3.2	0,756		Valid
X3.3	0,827		Valid
X3.4	0,711		Valid
X3.5	0,801		Valid

X3.6	0,787		Valid
<i>Trust (T)</i>		0,681	Valid
X4.1	0,693		Valid
X4.2	0,778		Valid
X4.3	0,806		Valid
X4.5	0,763		Valid
X4.5	0,720		Valid
X4.6	0,740		Valid
X4.7	0,678		Valid
<i>Intention To Use (ITU)</i>		0,680	
Y1.1	0,884		Valid
Y1.2	0,853		Valid
Y1.3	0,729		Valid

Uji Validitas Diskriminan
Fornell Larcker Criterion

	X1	X2	X3	X4	Y
<i>Self Efficacy</i>	0,788				
<i>Perceived ease of use</i>	0,655	0,853			
<i>Perceived usfullnes</i>	0,728	0,802	0,777		
<i>Trust</i>	0,652	0,653	0,662	0,741	
<i>Intention to use</i>	0,573	0,506	0,645	0,599	0,825

Uji Realiabilitas
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Intention to use</i>	0.771	0.864	0.825
<i>Self Efficacy</i>	0.799	0.868	0.810
<i>Perceived ease of use</i>	0.812	0.889	0.820
<i>Perceived usfullnes</i>	0.868	0.901	0.876
<i>Trust</i>	0.863	0.895	0.866

2. Model Struktural atau Inner Model

Uji Determinasi
R-Square dan Adjusted R-Square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Intention to use</i>	0,484	0,462

Predictive Relevance

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
<i>Intention to use</i>	300,000	211,878	0,294
<i>Self Efficacy</i>	400,000	400,000	
<i>Perceived Ease Of Use</i>	300,000	300,000	
<i>Perceived Usfullnes</i>	600,000	600,000	
<i>Trust</i>	700,000	700,000	

Model Fit

	<i>Model Saturated</i>	Model Estimasi
SRMR	0,102	0,102
d_ ULS	2,643	2,643
d_ G	1,154	1,154
Chi-Square	629,488	629,488
NFI	0,607	0,607

Uji Hipotesis

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
<i>Self Efficacy -> Intention to use</i>	0,137	0,138	0,102	1,349	0,178
<i>Perceived Ease Of Use -> Intention to use</i>	-0,161	-0,137	0,147	1,092	0,276
<i>Perceived Usfulness -> Intention to use</i>	0,476	0,468	0,135	3,526	0,000
<i>Trust -> Intention to use</i>	0,299	0,301	0,130	2,301	0,022

Lampiran 7: Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo Telp (0271) 781516 Fax. (0271) 782774

Nomor : B-1191/Un.20/F.IV.1/PP.00.9/05/2023 Sukoharjo, 05 Mei 2023
 Lamp. :
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Pimpinan/Direktur/Manajer/Kepala
 Dinas Koperasi dan UKM Surakarta
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta memohon izin penelitian atas :

Nama : **SRI SETIYANINGSIH**
 NIM : 195221238
 Program Studi : Akuntansi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Penelitian : INTEGRASI TAM, TPB DAN TRUST DALAM
 KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK STUDI
 KASUS UMKM SHOPEE PAY
 Waktu : 1 (satu) bulan sejak surat permohonan ini dikeluarkan

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Wakil Dekan,
 Bidang Akademik
 dan Kelembagaan

Dr. Awan Kostrad Diharto, S.E. M.Ag
 NIP. 19651225200003 1 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta;
2. Arsip.

Lampiran 7 Surat Penelitian



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH
 Jalan Jenderal Sudirman No.2 Kampung Baru, Pasar Kliwon, Telp: (0271) 636426
 Website <http://balitbangda.surakarta.go.id> dan E-mail:
balitbangdaska@surakarta.go.id; balitbangdaska@gmail.com
SURAKARTA - 57111

Nomor : 070/856.LIT//2023
 Perihal : Izin Penelitian
 Dasar : Surat Izin Rekomendasi Dari Instansi Pemohon
 Mengingat : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
 2. Surat Edaran Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Provinsi Jawa Tengah Nomor 070/265 Perihal Penyederhanaan Prosedur Permohonan Riset, KKN, PKL di Jawa Tengah

Dijinkan Kepada : Nama : Sri Setyaningsih
 No Identitas : 3310215609000001
 Alamat : Randurejo ,Tlogowatu, Kemalang, Klaten
 Instansi : Uin Raden Mas Said
 Alamat Instansi : jalan pandawa, pucangan, kartasura, Sukoharjo
 Keperluan : Integrasi TAM, TBP dan Trust dalam keberterimaan uang elektronik studi kasus umkm Soloraya ShopeePAY
 Lokasi : 1. Dinas Koperasi Usahan Kecil dan Menengah dan Perindustrian Kota Surakarta
 Penanggung Jawab : Mohamad Irsyad, L.c, M.E
 Waktu : 08 Mei 2023 - 08 Juni 2023

Telah Diverifikasi Oleh :
 a.n. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
 Kota Surakarta
 Kepala Bidang Politik Dalam Negeri dan
 Organisasi Masyarakat

Sri Lestari, SH, MM
 NIP : 19700207 199311 2 001

Surakarta, 08 Mei 2023

a.n. Kepala Badan Penelitian dan
 Pengembangan Daerah
 Kota Surakarta
 Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan

Gunawan Adi Pratio, ST, MT
 NIP : 19670805 199603 1 006



Lampiran 8 Foto



Lampiran 9 Daftar Riwayat

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Sri Setiyaningsih
Tempat tanggal lahir : Klaten, 16 September 2000
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Randurejo RT 022, RW 009, Tlogowatu,
Kemalang, Klaten
No. Telp : 085867746736
Email : srisetiyaningsih16@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2007-2012 : SD N 3 TLOGOWATU
2. 2013-2016 : SMP N 2 KARANGNONGKO
3. 2016-2019 : SMK N 1 KLATEN

Lampiran 10 Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id. – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sri Setyaningsih
 NIM : 195221238
 Program Studi : Akuntansi Syariah
 Judul Skripsi : INTEGRASI TAM, TPB, DAN TRUST DALAM KEBERTERIMAAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus UMKM di Soloraya)
 Paper ID : 2130368055
 Date : 13 Juli 2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 27%



LAMPIRAN

Skripsim_Sri 5 AKS	
UNIVERSITY REPORT	
27%	27%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES
12%	10%
PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
18%	eprints.iain-surakarta.ac.id
2%	dspace.uii.ac.id
1%	lib.unnes.ac.id
1%	ejournal.stiemy.ac.id
1%	e-journal.uagj.ac.id
1%	ic.umh.ac.id
<1%	embiss.com
<1%	repositori.um-alauddin.ac.id
<1%	download.garufia.kemdikbud.go.id