

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA
DI KOTA SURAKARTA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

DIFALIA AZZAHRA
NIM: 19.52.11.350

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA DI KOTA
SURAKARTA DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

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

Oleh :

Difalia Azzahra
NIM. 19.52.11.350

Sukoharjo, 18 Oktober 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi,



Zakky Fahma Auliya, S.E., MM.
NIP. 19860131 201403 1 004

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Difalia Azzahra
NIM : 195211350
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana Di Kota Surakarta Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening’. Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari di ketahui 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

Sukoharjo, 18 Oktober 2023



Difalia Azzahra

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Difalia Azzahra
NIM : 195211350
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana Di Kota Surakarta Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening’. Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari kuesioner. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 18 Oktober 2023



Difalia Azzahra

Zakky Fahma Auliya, S.E., MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Difalia Azzahra

Assalamu'alaikum Wr. Wb

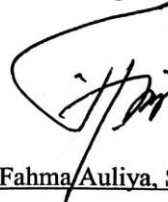
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Difalia Azzahra dengan NIM: 195211350 yang berjudul: Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kota Surakarta Dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis 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.

Sukoharjo, 18 Oktober 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Zakky Fahma Auliya, S.E., MM.

NIP. 19860131 201403 1 004

PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA
DI KOTA SURAKARTA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Oleh:

DIFALIA AZZAHRA
NIM. 19.52.11.350


Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Senin tanggal 06 November 2023 M / 22 Rabiul Akhir 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Septin Puji Astuti, S.Si, M. T, Ph.D
NIP. 19781118 20050 1 2003



Penguji II
Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy
NIK. 19820719 20170 1 1157




Penguji III
Dr. Ika Yoga, SE., MM
NIP. 19790406 20140 3 1001



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si,
NIP. 19780304 200112 1 0047

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(QS. Al Baqarah : 286)

“Sesungguhnya setelah kesulitan pasti ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah : 6)

“Barang siapa keluar mencari ilmu, niscaya ia akan berada pada jalan yang Allah hingga ia kembali”

(HR Tirmidzi)

“Man Jadda Wa Jadda”

“Tidak ada yang instan, semua butuh proses”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah atas berkah, rahmat dan kesempatan yang diberikan Allah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar, Aamiin.

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW, panutan dan tauladan yang kita tunggu syafaatnya di hari akhir.
3. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan moril materiil, doa dan juga kasih sayang tiada henti.
4. Pembimbing skripsi, bapak Zakky Fahma Aulia S.E., MM. yang telah sabar membimbing dan memberikan banyak ilmu dan masukan yang sangat membantu dalam kelancaran skripsi.
5. Seluruh sahabat dan teman teman tersayang yang sudah membantu dan mensupport serta memberikan motivasi tiada henti.
6. Almamaterku, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
7. Diri sendiri, yang sudah berjuang dan berusaha keras sampai skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala Puji pada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kota Surakarta Dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening”** dapat berjalan dengan lancar dan baik.

Skripsi ini dibuat guna memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di Uin Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dari penulis, namun berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan hormat, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag, M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Rahmawan Arifin, S.E , M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
4. Zakky Fahma Aulia, S.E., MM., selaku Koordinator Program Studi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Dosen Pembimbing skripsi.

5. Asep Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I., CCC., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar Trah Dirjo Suyanto serta keluarga besar Nuraya Upik Binti Marigin.
8. Teman seperjuangan, MBS I 2019 terkhusus tim Kapan Hedon.
9. Sahabat kecil dan partner wara wiriku Wegig, David, Lala, Defrika, Maretha, Nafisah, Fifi, Ina, lupina.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah mau membantu dan mensupport hingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan serta melimpahkan segala rahmat dan karunianya. Aamiin. Penulis berharap semoga kedepannya skripsi ini dapat bermanfaat dan mampu memperluas wawasan bagi para pembacanya.

Sukoharjo, 5 Oktober 2023

Penulis

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of perceived benefits, perceived convenience, and trust as intervening variables on interest in using e-wallet funds in the city of Surakarta. This research is included in quantitative research. The population of this research is students in the city of Surakarta who have never used the Dana E-Wallet. The sample used was 130 respondents. The dependent variable (Y) in this research is interest in using; the independent variable is perception of benefit (X1) and perception of convenience (X2); and the intervening variable (Z) is trust. The sampling technique uses purposeful sampling, where sampling is determined based on certain criteria. The data used is primary data obtained from respondents' answers through the questionnaire given. The tool used in this research is SmartPLS 3.0.

From this research, it can be concluded that: 1) perception of benefits has a positive and significant effect on trust; 2) perception of convenience has a positive and significant effect on trust; 3) trust has a positive and significant effect on interest in using; 4) perception of benefits has a positive and significant effect on interest in using; 5) perceived ease of use has insignificant effect on interest in using; 6) trust is able to provide a mediating effect of perceived usefulness on interest in using; and 7) trust is able to provide a mediating effect of perceived ease of use on interest in using.

In the future, authors who will review or conduct similar research are expected to add more samples and other variables that have not been revealed in this research for better data accuracy. For the Dana e-wallet, it is hoped that it can maintain and increase socialization about the benefits of using the Dana e-wallet.

Keywords: perceived benefits, perceived ease, trust, interest in using

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kota Surakarta. Penelitian ini termasuk dalam penelitian Kuantitatif. Populasi Penelitian ini yakni Mahasiswa Di Kota Surakarta yang belum pernah menggunakan E-Wallet Dana. Sampel yang digunakan sebesar 130 responden. Variable Dependent (Y) pada penelitian ini yakni Minat Menggunakan, Variabel Independent adalah Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) sedangkan Variabel Interveningnya (Z) adalah Kepercayaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dimana pengambilan sampel ditentukan berdasarkan kriteria tertentu. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari jawaban responden melalui kuisisioner yang diberikan. Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini yakni SmartPLS 3.0.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan yakni 1) Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, 2) Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, 3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, 4) Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, 5) Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan, 6) Kepercayaan mampu memberikan efek mediasi persepsi manfaat terhadap minat menggunakan, 7) Kepercayaan mampu memberikan efek mediasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan.

Kedepannya penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa diharapkan menambah sampel yang lebih banyak dan variabel lain yang belum diungkap dalam penelitian ini, demi keakuratan data yang lebih baik. Teruntuk E-wallet Dana diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan sosialisasi tentang manfaat menggunakan e-wallet Dana.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat Menggunakan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.1. Jadwal Penelitian	11
1.2. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Minat Menggunakan	13
2.1.2 Persepsi Manfaat	15
2.1.3 Persepsi Kemudahan	18
2.1.4 Kepercayaan.....	20

2.1.1	TAM.....	23
2.2	Penelitian Yang Relevan	24
2.3	Kerangka Penelitian	28
2.4	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.3	Populasi Dan Sampel.....	33
3.4	Tehnik Pengambilan Data	35
3.5	Variabel Penelitian	36
3.6	Definisi Operasional Variabel	37
3.7	Teknik Analisis Data	39
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....		44
4.1	Deskripsi Responden	44
4.1.1	Skema Program PLS	45
4.1.2	Analisis Outer Model.....	47
4.1.3	Uji Realibilitas	49
4.1.4	Uji multikolinearitas	50
4.1.5	Analisis Inner Model	51
4.1.6	Uji Hipotesis	54
4.2	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan	24
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	45
Tabel 4. 2 Outer Loading	47
Tabel 4. 3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	48
Tabel 4. 4 <i>Composite reliability</i>	49
Tabel 4. 5 <i>Cronbach Alpha</i>	50
Tabel 4. 6 <i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	51
Tabel 4. 7 Analisis R^2	52
Tabel 4. 8 <i>Path Coefficient (Direct Effect)</i>	55
Tabel 4. 9 Uji Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Perbankan Digital Tahun 2022.....	1
Gambar 1. 2 E-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia Tahun 2022	3
Gambar 1. 3 Startup Digital Payment Diketahui Masyarakat Tahun 2022.....	4
Gambar 2. 1 Keangka Berfikir	29
Gambar 4. 1 Outer Model	46
Gambar 4. 2 Inner Model	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rancangan Penelitian	75
Lampiran 2 Kuisisioner	76
Lampiran 3 Data Responden	81
Lampiran 4 Hasil Olah Data Smartpls 3.0	86
Lampiran 5 Dokumentasi	90
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	91

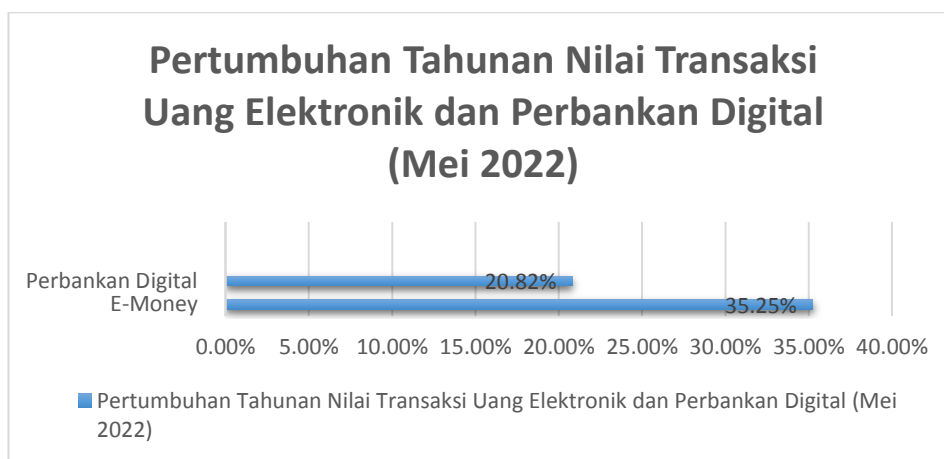
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman serba digital ini, perkembangan ilmu dan teknologi sudah bertumbuh dengan pesat. Tidak terkecuali terhadap sistem transaksi. Sistem transaksi yang dulunya selalu bertatap muka kini mulai berubah menjadi lebih mudah. Singkatnya, seiring berjalannya waktu maka proses bertransaksi di Indonesia mulai berubah yang semula offline kini telah beralih ke online.

Inovasi dalam sains dan teknologi memengaruhi cara pembayaran dilakukan. Pengenalan metode pembayaran elektronik yang memanfaatkan kemajuan teknologi terkini adalah salah satu kemajuan tersebut. Pada tahun 2009, Bank Indonesia, bank sentral Indonesia, mengumumkan arahan sistem pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran elektronik, yang sering disebut sebagai uang elektronik atau *E-Money* (Andika et al., 2020)

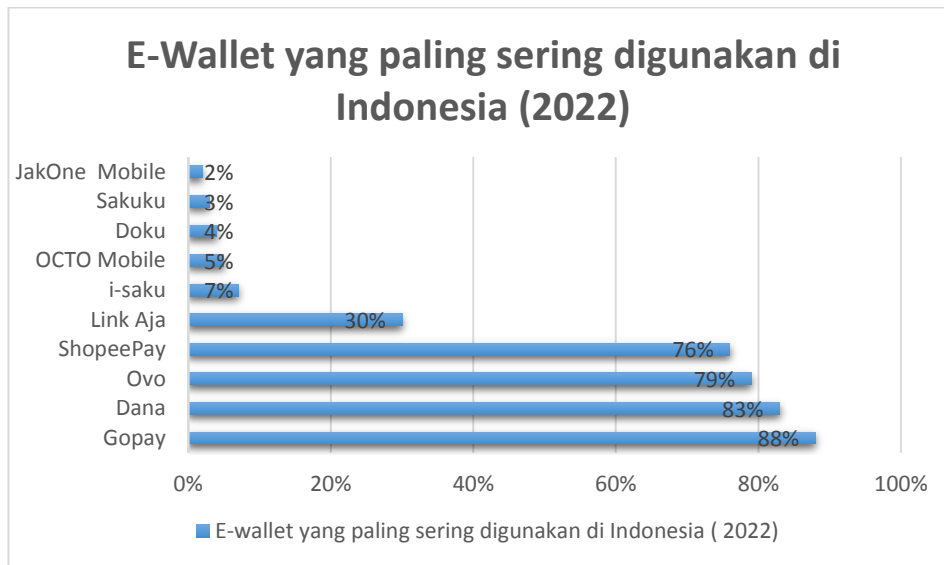


Gambar 1. 1 Pertumbuhan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital Tahun 2022
(Sumber : Katadata.co.id)

Menurut riset dari Katadata.co.id berdasarkan grafik sebelumnya, nilai transaksi *e-money* atau uang elektronik meningkat 35,25% (*year over year/yoy*) menjadi Rp 32 triliun pada Mei 2022 dibandingkan tahun sebelumnya, menurut data laporan Bank Indonesia (BI). Pada periode yang sama, nilai transaksi perbankan digital tumbuh 20,82% (*yoy*) menjadi Rp3,76 kuadriliun.

Sejalan dengan Peraturan Bank Indonesia No. 888/40/PBI/2016, pesatnya pertumbuhan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang terkait dengan *Financial Technology* atau *Fintech*. Industri *financial technology (fintech)* merupakan salah satu metode penyediaan jasa keuangan di era digital yang berteknologi maju. Sektor *fintech* memasok beberapa jenis solusi pembayaran uang elektronik (Afolo & Dewi, 2022). *Fintech* bentuk singkat dari kata *Financial Technology*, yang dalam bahasa Indonesia dapat diambil kesimpulan sebagai teknologi finansial. Secara sederhana, *Fintech* dapat dimaknai dengan makna pemanfaatan perkembangan teknologi informasi yang diperuntukkan sebagai peningkat pelayanan di industri keuangan (Njatrijani, 2019).

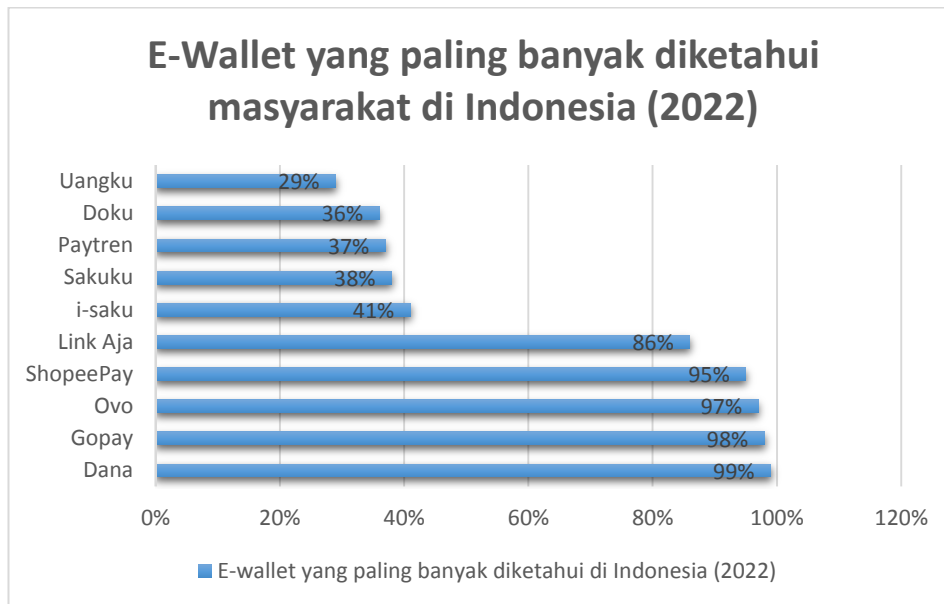
E-Wallet merupakan sebuah terobosan baru yakni sebuah aplikasi layanan dompet digital yang punya berfungsi sebagai alat transaksi. Beberapa transaksi yang bisa kita lakukan melalui e-wallet antara lain yakni mengirim uang, pembayaran produk ataupun jasa dengan batasan saldo yang terdapat pada aplikasi tersebut. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi kini telah memudahkan segala transaksi pembayaran online maupun offline (Abrilia et al., 2020).



Gambar 1. 2 E-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia Tahun 2022
Sumber : (Populix)

Dari gambar 1.2, riset yang dilakukan oleh Populix menyimpulkan bahwa yang paling sering dipakai di Indonesia pada tahun 2022 yakni aplikasi Gopay disusul dengan aplikasi dana kemudian Ovo, ShopeePay pada urutan keempat serta aplikasi Link Aja di peringkat 5 besar.

Dana Dompot Digital merupakan salah satu program pendatang baru yang baru muncul di tahun 2018. Keberadaannya setelah diperkenalkan pada tanggal 5 Desember 2018 serta mulai mendapat perhatian dan mampu bersaing dengan aplikasi lain yang sudah ada seperti Ovo, Gopay, dan Link link. Dana tersebut dibentuk oleh Elang Sejahtera Mandiri yang masih merupakan anak perusahaan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) yang bekerja sama dengan Ant Financial. E-wallet ini banyak digunakan serta didesain sebagai alat transaksi nontunai atau nonkartu yang dinilai lebih ringkas, mudah dan cepat (Abrilia et al., 2020).



Gambar 1. 3 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia Tahun 2022
 Sumber : (DailySocial.id)

Melihat dari data yang termuat dalam gambar di atas dan analisis selanjutnya oleh DailySocial.id, DANA mampu menjuarai *startup* pembayaran digital paling terkenal di Indonesia dengan tingkat keberhasilan 99 persen. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa hampir seluruh responden mengetahui keberadaan DANA sebagai *startup* di bisnis pembayaran digital di Indonesia. Gopay berada di posisi kedua dengan persentase 98% dan sekali lagi menang tipis di belakang, sementara OVO berada di urutan ketiga dengan persentase 97%. ShopeePay yang diketahui 95% responden berada di urutan keempat. Perusahaan pembayaran digital paling ternama di Indonesia, LinkAja, berada di urutan kelima dengan persentase 86 persen. Di posisi 6 hingga 10, perusahaan pembayaran digital ternama masih memiliki proporsi di bawah 50%, meski pertumbuhan persentase dominan kelima *startup* tersebut. Enam hingga sepuluh perusahaan

dengan tingkat kesadaran konsumen tertinggi di Indonesia pada Q1 2022 adalah i.saku memiliki poin 41 persen, Sakuku dengan poin 38 persen, Paytren dengan poin 37 persen, Doku dengan perolehan sebesar 36 persen, dan My Money dengan perolehan 29 persen. Meskipun Dana dinobatkan sebagai peringkat pertama E-wallet yang paling diketahui di Indonesia, aplikasi ini juga sering mendapat kritik serta keluhan dari para penggunanya. Beberapa ulasan di Kompas.com (2021) membuktikan hal tersebut, dengan banyak di antaranya yang menyampaikan keluhan terkait gangguan aplikasi. "Transfer dan transaksi tidak dimungkinkan." Pengguna dompet digital Dana melaporkan kesulitan bertransaksi pagi ini, Selasa (21/9/2021). Di Twitter, beberapa orang menyuarakan keluhan mereka sambil membagikan gambar pesan penolakan untuk pembayaran. "Kami mohon maaf, tetapi untuk alasan keamanan, pembayaran Anda ditolak. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi layanan pelanggan kami," demikian bunyi pop-up notifikasi. Salah satu pengguna Dana, @rvums, mengatakan bahwa dia tidak dapat menyelesaikan pembayaran menggunakan Dana. "Apakah pembayaran DANA sudah diproses dengan benar? Saya ingin mengembalikan uang pelanggan (pelanggan); namun, mengapa terus seperti ini? Akun dengan pegangan @6dcnbr juga mengeluhkan masalah yang sama, mengklaim bahwa aplikasi Dana beberapa hari ini mengalami kendala. Bersamaan dengan mention akun @danawallet di Twitter, dia juga mengabarkan kejadian disana. tolong tidak salah. Pesan langsung (DM) juga tidak dijawab, menurut @6dcnbr.

Selain itu dikutip dari Media Konsumen (2022) juga mengatakan "Kirim Uang Pakai Aplikasi DANA, Keterangan Sukses tapi Saldo Tidak Masuk ke

Rekening Tujuan”. Terdapat beberapa ulasan dan kritikan seperti mana tidak kapok . Aku tuh sejak heboh berita dana nyangkut, nggak pernah pake lagi. (82, 24 Oktober 2022), Duh makin mennggerikan aja pake DANA (Ryo,24 Oktober 2022). Ketidaknyamanan dan hilangnya kepercayaan para pengguna dana tersebut bisa jadi akan membuat aplikasi ini dipandang buruk oleh para pengguna.

Minat adalah tindakan yang diambil untuk memenuhi keinginan, yang tidak selalu konstan dan dapat berkembang dari waktu ke waktu. Keinginan ada di dalam organisasi, seperti permintaan akan sesuatu atau aspirasi untuk masa depan. Davis (1989) menjelaskan bahwa minat perilaku adalah sejauh mana seseorang dapat terlibat dalam tindakan tertentu atas kemauan pribadi. Minat menggunakan didefinisikan sebagai intensitas kebutuhan atau keinginan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Priambodo & Prabawani, 2016).

Persepsi Kemanfaatan yang dirasakan oleh konsumen tidak diragukan lagi dapat berdampak pada perhatian pengguna dompet digital. Keuntungan yang dirasakan dapat digunakan untuk menilai sejauh mana konsumen memperoleh suatu tingkat manfaat. Banyak pengguna *ewallet* di Indonesia yang memiliki banyak aplikasi sejenis di smartphone mereka.. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Achadi & Winarto, (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan Go Pay.

Persepsi Kemudahan pun tergolong sebagai faktor yang turut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah minat pengguna e-wallet. Dengan berbagai fitur

yang disediakan, menjadi lebih mudah bagi masyarakat untuk memahami dan memanfaatkannya sehingga transaksi tidak memakan waktu lama. (Davis, 1989). Persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem informasi disebut dengan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Rodiah & Melati, 2020). Pernyataan tersebut juga sejalan dengan penelitian Desita & Dewi, (2022) yang mengatakan. Namun, temuan menunjukkan bahwa persepsi kesederhanaan penggunaan memengaruhi minat menggunakan aplikasi e-wallet secara signifikan Sari et al., (2020) yang menemukan bahwa “seiring dengan meningkatnya persepsi kenyamanan, minat menggunakan E-wallet akan menurun”.

Faktor utama dalam menentukan minat pengguna e-wallet adalah kepercayaan; semakin besar kepercayaan pengguna terhadap aplikasi e-wallet, semakin besar minat pengguna. Kepercayaan dipandang sebagai salah satu variabel terpenting yang harus diteliti dalam konteks dompet elektronik, karena tingkat kepercayaan yang tinggi akan mengarah pada pengaplikasian oleh pelanggan yang lebih besar terhadap teknologi pembayaran baru ini. Mengingat pentingnya kepercayaan dan temuan yang tidak meyakinkan dalam dompet elektronik, maka perlu untuk meneliti kepercayaan dalam konteks dompet elektronik.(Malik & Annuar, 2019). Pengguna e-wallet percaya bahwa mereka dapat menjadi metode pembayaran yang aman (Afolo & Dewi, 2022). Hal itu sejalan dengan penelitian Haidari & Tileng, (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengguna Go-Pay.

Dengan melihat fenomena yang telah dijabarkan serta pesatnya pertumbuhan produk dompet digital, Tidak dapat dipungkiri akan terdapat hambatan dalam penggunaan produk yang akan mempengaruhi minat penggunaan. Selain itu, beberapa barang serupa telah berevolusi dengan aplikasi dan fungsi serupa dari beberapa perusahaan pesaing lainnya. Dari fenomena dan riset gap yang telah dijabarkan diatas, maka Judul yang diambil dalam penelitian ini yakni **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET DANA DI KOTA SURAKARTA DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Riset GAP terdapat beberapa permasalahan yakni pada penelitian Ardianto & Azizah, (2021) mengatakan bahwa persepsi kepercayaan tidak berdampak positif / signifikan terhadap minat penggunaan Dompet Digital. Sama halnya dengan penelitian Suhendry, (2021) yang mendapatkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif / signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Pontianak.

1.3 Batasan Masalah

Ditinjau dari latar belakang dan juga identifikasi masalah yang telah dijabarkan, penelitian ini berupaya untuk memfokuskan pada pokok masalah yang ada serta isi dari pembahasannya serta tidak berkebalikan dari tujuan awalnya.

Penelitian ini dibatasi masalah antara lain:

1. Penelitian ini hanya memeriksa pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menggunakan E-wallet Dana dengan kepercayaan sebagai variable intervening.
2. Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan juga identifikasi masalah yang telah dijabarkan. Maka dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
6. Apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?
7. Apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan juga identifikasi masalah yang telah dijabarkan. Maka perumusan tujuan penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
6. Untuk mengetahui apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.
7. Untuk mengetahui apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Kota Surakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Terdapat manfaat yang diharapkan pada penelitian ini yakni sebagai referensi atau sumber bacaan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam terutama Program studi Manajemen Bisnis. Selain itu diharapkan pembaca juga akan mendapatkan informasi serta wawasan mengenai fenomena yang diangkat tentang pengaruh perspektif manfaat, kemudahan terhadap minat minat menggunakan e-wallet yang dimediasi oleh kepercayaan serta dapat menjadi literasi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan serta sarana evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan layanan agar mampu mempertahankan posisi persaingannya.

1.1. Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Mei 2023 sampai Juni 2023.

1.2. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Penelitian sebelumnya, kerangka penelitian, dan hipotesis dibahas dalam bab ini. Teori-teori ini juga digunakan untuk mendukung penelitian dan mengembangkan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tahapan-tahapan yang akan dilakukan saat melakukan penelitian. Bab ini berisikan uraian jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel dalam penelitian, definisi operasional tiap variabel, serta teknis analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisikan data-data penelitian, analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan juga hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan juga saran dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Grand Theory yang diangkat dalam penelitian ini yakni *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu *perceived ease of use* Atau diartikan dengan persepsi kemudahan dan *perceived usefulness* atau diartikan dengan persepsi manfaat yang kemudian dimodifikasi dengan tambahan variabel baru yakni *trust*.

2.1.1 Minat Menggunakan

Melihat dari teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh karena itu, ketika seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mampu dan dapat meningkatkan kinerjanya dan dapat digunakan dengan mudah atau tanpa usaha, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya (Sitinjak, 2019).

Minat dapat dideskripsikan sebagai kondisi dimana seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memperkirakan suatu perilaku ataupun sebuah tindakan (Priambodo & Prabawani, 2016). Beberapa faktor yang dapat dan bisa mempengaruhi minat antara lain, seperti faktor intern dan ekstern. Faktor intern terdiri dari komponen dalam diri sendiri, seperti bakat, keinginan, dan ketertarikan. Sementara itu, faktor ekstern berasal dari sumber luar, seperti keluarga, sekolah, dan komunitas (Afolo & Dewi, 2022).

Menggunakan minat didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk menggunakan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Ardianto & Azizah, 2021).

Menurut Fahmi, (2018) Faktor-Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya minat, yaitu :

a. Faktor Dorongan Dari Dalam

Faktor ini ada karena kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam diri manusia itu sendiri. Faktor-faktor ini termasuk dorongan fisik, motivasi, dan upaya untuk melindungi dan menghindarkan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, dan rasa keingintahuan.

b. Faktor Motif Sosial

Ini juga muncul karena penyesuaian diri dengan lingkungannya dengan harapan dapat diterima dan diakui oleh aktivitasnya atau lingkungannya dalam upaya memenuhi kebutuhan sosial seperti bekerja, mengakui status, memberikan perhatian, dan mendapatkan penghargaan.

c. Faktor Emosional

Faktor emosional atau factor dari suatu rasa yakni faktor yang muncul karena adanya minat yang terkait erat dengan kondisi suatu rasa ataupun suatu emosi, Ketika seseorang berhasil dalam aktivitas yang didorong oleh minat, mereka akan mendapatkan perasaan senang dan memperkuat minat mereka yang sudah ada. Sebaliknya, ketika seseorang mengalami kegagalan, minat mereka akan berkurang.

Berdasarkan hasil penelitian dari (Mutiarra, 2022) dapat disimpulkan Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*), Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan Aplikasi *Mobile Banking Wow Aps* di Wilayah Jawa Tengah. Diperkuat juga dengan penelitian (Agustina et al., 2022) yang menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan e-wallet Go-Pay dengan nilai signifikan 0,038, variabel kegunaan mempengaruhi minat dengan nilai signifikan 0,038, dan variabel kemudahan juga mempengaruhi minat dengan nilai signifikan 0,029.

Menurut Wong et al., (2013) indikator minat menggunakan yaitu:

- a. Tertarik menggunakan E-wallet Dana
- b. Berencana menggunakan E-wallet Dana
- c. Berniat menggunakan E-wallet Dana
- d. Akan bertransaksi menggunakan E-wallet Dana

2.1.2 Persepsi Manfaat

Manfaat didefinisikan dengan makna seberapa jauh seseorang memiliki kepercayaan bahwasannya penggunaan sistem informasi tertentu akan memberikan pengaruh peningkatan pada kinerjanya. Dapat diambil kesimpulan dari definisi tersebut perlu diingat bahwa manfaat yang dirasakan merupakan pernyataan tentang alur dalam pemutusan sebuah keputusan. Pada dasarnya jika seseorang teryakinkan bahwa sistem tersebut berguna maka dia pasti akan menggunakannya. Sebaliknya ketika dalam diri seseorang itu tidak teryakinkan dan masih menganggap bahwa sistem informasi kurang bermanfaat maka dia

pasti tidak akan menggunakannya (Davis, 1989). Ketika seseorang yakin bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau memerlukan usaha yang minimal, minat mereka untuk menggunakannya akan meningkat. Selain itu, persepsi mereka tentang manfaatnya juga akan meningkat (Anis & Irbayuni, 2021).

Ketika sebuah teknologi mampu dan bisa memperbaiki serta membuat peningkatan kinerja dalam pekerjaannya menjadi acuan para pengguna teknologi dalam memutuskan digunakan atau tidaknya sebuah teknologi tersebut. Dari hal itulah muncul kaitannya dengan *perceived usefulness* atau persepsi manfaat. Manfaat yang dirasakan adalah tingkat kepercayaan terhadap suatu sistem yang merasa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja mereka. Namun, dalam proses penerimaan manfaat yang dirasakan oleh pengguna teknologi dapat dinilai sejauh mana teknologi tersebut dapat dikuasai oleh pengguna. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna dan semakin mudah sebuah teknologi dianggap oleh pengguna, maka semakin banyak alasan untuk memanfaatkan teknologi tersebut dan semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk menggunakannya. (Davis, 1989).

Menurut Wibowo et al., (2015) memberikan pernyataan bahwa terdapat empat item dimensi dari persepsi manfaat :

1. Produktivitas (productivity): ketika pengoperasian sistem baru meningkatkan produktivitas usaha dibandingkan dengan sebelum penggunaan sistem baru.
2. Kinerja Pekerjaan atau efektivitas (Job performance or effectiveness), dapat dikatakan sebagai suatu keadaan dimana para pelaku usaha akan mengalami peningkatan kinerja pekerjaan dan keefektivan dalam usahanya ketika sudah menggunakan sebuah sitem yang baru.
3. Keutamaan membagi tugas (Importance to job): Sesuatu yang terlihat baru dan bermanfaat bagi pengguna saat menggunakan sistem baru membantu pekerjaan berjalan.
4. 4. Keseluruhan manfaat—atau manfaat secara keseluruhan—didefinisikan ketika penggunaan sistem yang baru dibuat berdampak positif pada kemajuan usaha yang dilakukan.

Dari penelitian Ramadhan & Tamba, (2022) Persepsi Manfaat berdampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 71,1%. Persepsi Kebermanfaatan juga berdampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay secara parsial karena pengguna merasa ada banyak manfaat dari penggunaan shopeepay, seperti promosi atau potongan harga, dan kemudahan menggunakannya tanpa harus keluar dari rumah (Kinanti & Mukhlis, 2022). Selain itu penelitian Suhendry, (2021) menunjukkan bahwa faktor persepsi manfaat (perceived usefulness mempunyai pengaruh yang positif

terhadap minat penggunaan e-wallet DANA secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat persepsi manfaat e-wallet DANA, maka faktor minat penggunaan e-wallet DANA juga semakin besar.

Menurut Tau & Ha, (2019) menyatakan bahwa ada empat indikator yang mendasari persepsi manfaat, yaitu :

- 1) E-wallet Dana meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi
- 2) E-wallet Dana mempercepat proses transaksi
- 3) E-wallet Dana memudahkan transaksi
- 4) E-wallet Dana meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran

2.1.3 Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang (Venkatesh & Morris, 2000). *Perceived ease of use* adalah konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989). Persepsi kemudahan ini mendorong orang untuk percaya bahwa setiap sistem ewallet mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar atau biaya yang besar untuk digunakan (Afolo & Dewi, 2022). Kemudahan berkaitan dengan mudah tidaknya aplikasi digunakan para penggunanya. Biasanya pengguna akan mengalami kesulitan pada saat penggunaan pertama, melakukan pembayaran non tunai, serta cenderung mengurungkan niat karena ketidaktauannya saat melakukan transaksi non tunai (Nurrahmanto, 2015).

Kemudahan penggunaan merujuk pada kepercayaan pada proses pengambilan keputusan. Seseorang akan menggunakan sistem informasi jika mereka merasa mudah digunakan, tetapi jika mereka merasa rumit, mereka tidak akan menggunakannya (Priyani et al., 2020).

Kemudahan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

- a) Berfokus pada teknologi itu sendiri

Sebagai ilustrasi, pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi yang sebanding akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap teknologi baru, dan juga sebaliknya.

- b) Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna

Reputasi yang baik akan menumbuhkan kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi, dan sebaliknya.

- c) Tersedianya mekanisme support yang handal

Sistem pendukung yang andal berdampak pada kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi. Misalnya, jika ada tantangan dalam memanfaatkan teknologi dan terdapat saluran bantuan yang dapat dipercaya, maka hal itu akan menghasilkan sikap pengguna yang baik.

Perasaan bahwa mudah digunakan meningkatkan minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Surabaya dapat diterima. Dengan demikian, warga Surabaya menilai penggunaan *e-wallet* LinkAja turut mendorong minat mereka menggunakan dompet digital LinkAja. Berdasarkan temuan penelitian deskriptif, indikator yang memberikan kontribusi paling besar adalah indikator yang mudah digunakan. Jadi, semakin besar kesan masyarakat terhadap kemudahan

penggunaan dompet digital LinkAja, maka semakin besar pula minat masyarakat dalam memanfaatkan dompet digital LinkAja (Khoir & Soebiantoro, 2022).

Selain itu hasil temuan dari penelitian yang berjudul pengaruh persepsi kenyamanan terhadap minat masyarakat menggunakan e-wallet di Kota Banjarmasin menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan cukup besar. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang mengatakan bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha. Karena individu merasa bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami, maka kemudahan penggunaannya dapat mengurangi usaha seseorang, baik waktu maupun tenaga, untuk mempelajarinya (Lalu, 2021).

Menurut Tau & Ha, (2019) 4 indikator dari persepsi kemudahan, yakni:

- 1) E-wallet Dana mudah digunakan
- 2) E-wallet Dana mudah dipelajari
- 3) E-wallet Dana mudah dipahami
- 4) E-wallet Dana Fleksible

2.1.4 Kepercayaan

Definisi kepercayaan menurut Morgan & Hunt, (1994) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan muncul ketika seseorang percaya pada perdagangan dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Kepercayaan (trust) adalah suatu faktor internal yang mendorong seseorang menyakini hal yang dianggapnya benar untuk dilakukan (Chandra & Rahmawati, 2016). Kepercayaan terhadap penggunaan teknologi menjadi penting dimana pengguna bersedia

menghadapi resiko yang mungkin terjadi akibat ketergantungan mereka terhadap teknologi tersebut (Hendratno, 2022).

Pengguna sistem teknologi membutuhkan kepercayaan untuk meningkatkan kinerja dalam menjalankan operasional organisasi dan perusahaan. Ketika dihadapkan pada situasi yang tidak menguntungkan, kepercayaan membantu pengguna dalam mengurangi kerumitan sosial. Kepercayaan tidak diperlukan jika suatu kegiatan dapat dilakukan secara efektif dan tidak ada bahaya, karena seseorang tidak akan mudah mempercayai sesuatu jika dia yakin bahwa risiko yang signifikan akan muncul atau kemungkinan besar terjadi (Desvronita, 2021). Karena percaya terhadap suatu hal membuat orang tersebut menerapkan, menggunakan dan menjalankan suatu hal tersebut (Chandra & Rahmawati, 2016).

Studi Afolo & Dewi (2022) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan (X3) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap minat pengguna e-wallet (Y). Ada korelasi positif antara persepsi kepercayaan dan minat pengguna e-wallet, yang menunjukkan bahwa semakin besar kepercayaan pengguna terhadap aplikasi e-wallet, semakin besar minat pengguna.

Selain itu didukung oleh penelitian Rodiah & Melati, (2020) bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet. Hasil dari analisis deskriptif variabel kepercayaan pada minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet di Kota Semarang menunjukkan bahwa rata-rata kepercayaan adalah 25,08, atau berada dalam

kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa kepercayaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet.

Menurut Mayer et al, (1995) beberapa faktor pembentuk kepercayaan seseorang terhadap hal lain, yakni :

1. Kemampuan (Ability)

Kemampuan mengacu pada keterampilan dan kualitas untuk mempengaruhi dan menyetujui wilayah tertentu. Dalam skenario ini, bagaimana perusahaan dapat memberikan, melayani, dan melindungi transaksi dari pengaruh pihak ketiga. Hal ini menyiratkan bahwa pelanggan mungkin mengharapkan kebahagiaan dan keamanan saat melakukan pembelian. Kompetensi, pengalaman, dukungan institusional, dan kemampuan ilmiah merupakan contoh kemampuan.

2. Kebaikan hati (Benevolence)

Kebaikan hati dapat dikatakan sebagai kesediaan untuk memberikan kepuasan yang saling menguntungkan kepada pelanggan. Keuntungan dapat ditingkatkan dengan tetap mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tidak hanya keuntungan maksimum yang dicari, tetapi juga kebahagiaan klien sepenuhnya. Perhatian, empati, kepercayaan, dan penerimaan adalah karakteristik dari kebajikan.

3. Integritas (Integrity)

Integritas adalah tentang bagaimana seseorang berperilaku atau berkelakuan dalam menjalankan bisnisnya. Apakah informasi yang diberikan kepada pelanggan benar? Apakah produk dapat diandalkan?

Keadilan, pemenuhan, kesetiaan, keterusterangan, hubungan, dan ketergantungan adalah beberapa definisi integritas.

Menurut Pavlou & Fygenson, (2006) menyatakan beberapa indikator kepercayaan, antara lain:

1. E-wallet Dana kompeten dalam bertransaksi secara tepat waktu
2. E-wallet Dana jujur dalam berurusan kepada penggunanya
3. E-wallet Dana tidak merugikan saat digunakan untuk bertransaksi

2.1.1 TAM

Menurut Davis, (1989) *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori sistem informasi yang dibuat untuk menjelaskan bagaimana pelanggan dapat memahami dan menggunakan teknologi. Menurut model TAM, *Behavioral Intention to Use* dianggap sebagai keinginan dalam memanfaatkan, dengan asumsi perilaku seseorang dalam menggunakan atau mengadopsi sebuah teknologi, *perceived usefulness* dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua karakteristik utama yang menentukan penerimaan teknologi.

Tujuan utama TAM adalah memberikan dasar untuk mencari pengaruh eksternal faktor keyakinan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menggambarkan bahwa ada dua yang dominan faktor yang mempengaruhi integrasi teknologi: (1) persepsi pengguna tentang manfaat teknologi; dan (2) pendapat pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi. Kedua hal tersebut memengaruhi kemauan untuk menggunakan teknologi. Selain itu, penggunaan teknologi yang sebenarnya akan dipengaruhi oleh kesiapan untuk memanfaatkan keunggulan teknologi. Oleh karena itu, model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan

apa yang diperlukan untuk meningkatkan kesediaan untuk menggunakan teknologi (Davis, 1989).

Menurut teori dasar TAM, (1) ketika seseorang memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan teknologi informasi baru, mereka juga memiliki niat perilaku yang lebih tinggi; (2) keyakinan bahwa teknologi itu bermanfaat dan mudah digunakan memengaruhi sikap; dan (3) persepsi manfaat juga memengaruhi niat perilaku (4) ketika kemudahan penggunaan yang dirasakan lebih banyak positif, kegunaan yang dirasakan juga lebih tinggi; (5) variabel luar (variabel laten) kehendak secara tidak langsung mempengaruhi sikap internal pribadi, niat, dan perilaku, serta dua faktor manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989).

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2. 1
Penelitian Yang Relevan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Kesimpulan
1	The Effect Of Perceived Usefulness , Ease Of Use And Security On Interest In Using Bsi Mobile Services With Trust As Intervening Variable (Case Study On Uinsu Medan Students) (Batubara et al., 2023)	Perceived Usefulness, Ease Of Use	Interest In Using	From these findings, benefits have a significant effect on interest in using, convenience has no effect on interest in using; trust has a significant effect on interest in using; through trust, perceived benefits have a significant effect on interest in using; and through trust, convenience

Tabel Berlanjut...

Lanjutan Tabel 2.1...

				also influences interest in using it.
2	Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris) (Silaen et al., 2021)	Benefit Perception, Ease Perception	Interest In Using	<i>Dengan menggunakan QRIS, persepsi keuntungan tidak berdampak signifikan pada kepentingan pelanggan. Selain itu, persepsi mudah tidak berdampak signifikan pada kepentingan pelanggan</i>
3	Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation (Pertiwi, 2022)	Perceived Benefits	Interest in Using	the perceived benefits have will increase interest in using ewallet. Interest in using ewallet also contributes to e-wallet usage behavior. This study provides better evidence of the usefulness of e-wallet in electronic transactions.
4	The Effect Of Benefits And Easiness On Interest In Using E-Wallet For The Millennial Generation In Tuah Madani District Pekanbaru (Yolanda & Kartikowati, 2022)	Benefits, Easiness	Interest in Using	In Tuah Madani District, Pekanbaru City, the millennial generation's interest in utilizing e-wallets was driven by both ease of use and benefit factors at the same time. But if each variable is analyzed, it is recognized that the benefit variable may have a

Tabel Berlanjut...

Lanjutan Tabel 2.1...

				substantial impact on the desire to use the e-wallet. However, interest in utilizing the e-wallet is not much impacted by the ease of use factor.
5	The Influence of Financial Literacy, Service Features, Ease of Use, and Financial Abilities on Interest in Using ShopeePay Digital Wallets in Financial Transactions (Case Study on Accounting Students at Muhammadiyah University of Surakarta Class of 2018-2020) (Pangestika & Achyani, 2022)	Ease of Use	Interest in Using	<i>The study's findings indicate that: Interest in using the ShopeePay electronic wallet is influenced by ease of use.</i>
6	Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, and Cashback Promotion on Intention to Use E-wallet (Eka et al., 2022)	Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust	Intention to Use	Intention to use was positively and significantly impacted by perceived ease of use. These findings give e-wallet developers a general idea of how crucial perceived usability is to preserving positive customer connections.
7	Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-	Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat	Minat Pengguna	Hasil uji regresi penelitian ini menunjukkan bahwa ketika dua variabel bekerja secara

	<p>Wallet (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek)</p> <p>(Andika et al., 2020)</p>			<p>bersamaan, persepsi</p> <p>Persepsi kemudahan, manfaat, dan keamanan e-wallet Gopay dan LinkAja sangat memengaruhi minat untuk menggunakannya.</p>
8	<p>Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang</p> <p>(Rodiah & Melati, 2020)</p>	<p>Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan</p>	<p>Minat Pengguna</p>	<p>Persepsi kemudahan penggunaan e-wallet meningkatkan minat menggunakannya. Persepsi manfaat juga meningkatkan minat menggunakannya. Keyakinan berkontribusi pada peningkatan minat dalam menggunakan e-wallet.</p>
9	<p>Efek Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i>.</p> <p>(Syahrina & Christiana, 2023)</p>	<p>Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan</p>	<p>Minat Menggunakan</p>	<p>Dari temuan tersebut dapat didapat hasil yakni persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan secara signifikan. Persepsi manfaat berpengaruh pada minat menggunakan secara signifikan, karena kepercayaan memediasi pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan, tetapi tidak dapat memediasi antara kemudahan dan minat menggunakan</p>
10	<p>Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi</p>	<p>Persepsi Kemanfaatan,</p>	<p>Minat menggunakan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p>

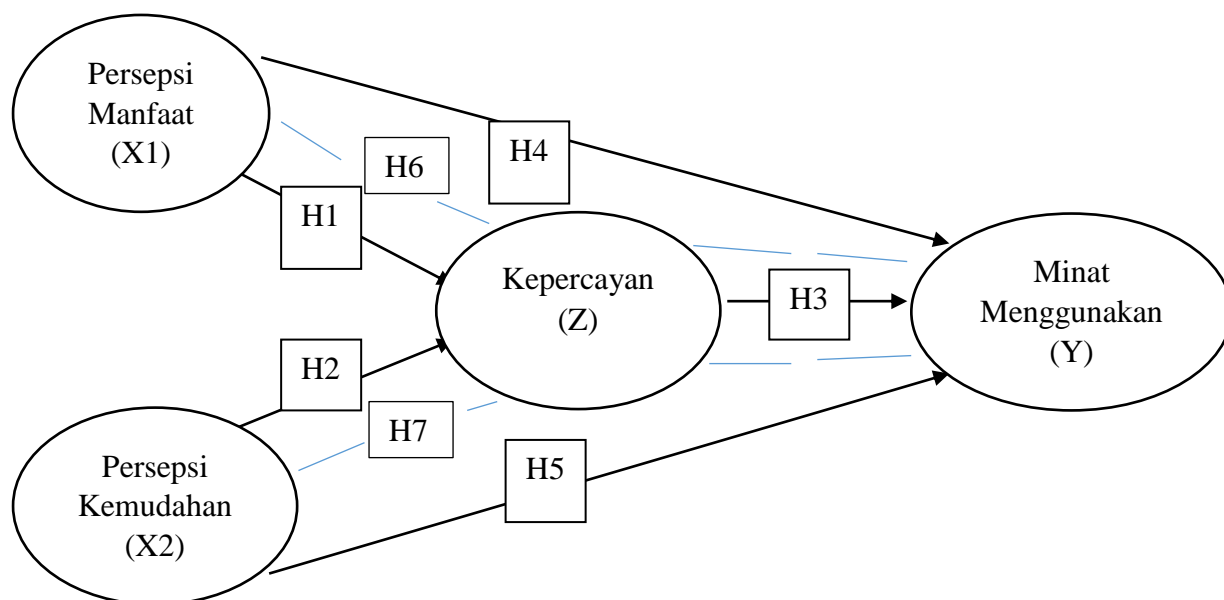
Lanjutan Tabel 2.1...

	Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E- Wallet) (Desita, 2022)	Persepsi Kemudahan Penggunaan		persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi e-wallet memengaruhi minat menggunakannya.
--	---	-------------------------------------	--	--

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, kerangka berpikir berikut dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara masing-masing independen (X) dan variabel dependent (Y), yang dimediasi oleh variabel penghubung (Z):

Gambar 2. 1 Keangka Berfikir



Sumber : Penulis, 2023

X1 : Persepsi Manfaat

X2 : Persepsi Kemudahan

Y : Minat Menggunakan

Z : Kepercayaan

2.4 Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan yang diungkapkan pada penelitian Nurzanita & Marlana, (2020). Hasil tersebut sejalan dengan hasil temuan Chawla & Joshi, (2019) temuan tersebut sama sama mengatakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

H1 : persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan

2.4.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Jamiah et al., 2022). Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Lau et al., 2021). Kepercayaan akan meningkat seiring dengan kemudahan sistem.

H2 : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepercayaan

2.4.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet

Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat menggunakan E-Money pada generasi millennial Kabupaten Klaten (Fatonah & Hendratmoko, 2020). Pada penelitian Haidari & Tileng, (2018) Selain itu, variabel Trust berdampak positif dan signifikan terhadap Intention to Use Go-Pay. Hasil yang didapatkan sesuai dengan hipotesis, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima.

H3 : kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet

2.4.4. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Wallet

Perceived usefulness / manfaat berpengaruh positif terhadap intention to use dompet digital (Ardianto & Azizah, 2021). Selain itu juga penelitian dari Desita & Dewi, (2022) Penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan

transaksi non-cash pada aplikasi dompet elektronik (e-wallet). Penemuan ini mendukung Teori Pengakuan Teknologi TAM.

H4 : persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet

2.4.5. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet

Seberapa mudah penggunaan sistem bagi pengguna adalah salah satu alasan mengapa mereka senang dengannya. Persepsi kemudahan penggunaan dianggap sebagai salah satu dimensi yang memiliki pengaruh terbesar pada penerimaan baru teknologi (Moore & Benbasat, 1991). Penelitian yang dilakukan Putri & Usman, (2021) Persepsi kemudahan penggunaan variabel (X1) memiliki efek positif dan signifikan terhadap minat siswa dalam menggunakan e-wallet, yang berarti H1 diterima. Kemudahan yang dirasakan akan meningkatkan keamanan transaksi dan mengurangi kemungkinan kesalahan. Akibatnya, semakin besar persepsi kemudahan yang dirasakan seseorang, semakin besar minat mereka untuk menggunakan.

H5 : persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet

2.4.6. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-wallet melalui Kepercayaan

Persepsi manfaat berdampak positif dan signifikan terhadap minat yang dimediasi oleh kepercayaan (Faradila & Soesanto, 2016). Penelitian Batubara

(2023) juga mengatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat melalui kepercayaan.

H6 : persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet melalui kepercayaan

2.4.7. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-wallet melalui Kepercayaan

Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan BSI Mobile melalui kepercayaan diungkapkan oleh penelitian (Batubara et al., 2023). Sama halnya dengan penelitian Lalu, (2021) yang menghasilkan hasil berupa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet melalui kepercayaan.

H7: persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet melalui kepercayaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yang berasal dari filsafat positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2017).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian yakni Bulan Mei 2023 sampai dengan selesainya penelitian. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kota Surakarta pada mahasiswa yang belum pernah menggunakan e-wallet Dana.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah area generalisasi dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah subjek yang dipelajari, tetapi juga semua sifat atau karakteristik yang dimiliki subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini yakni mahasiswa yang ada di Kota Surakarta.

3.3.2. Sampel

Salah satu komponen populasi adalah jumlah atau karakteristiknya (Sugiyono, 2017). Jika populasinya besar dan peneliti tidak memiliki dana, tenaga, atau waktu yang cukup untuk menyelidiki atau mempelajari semua yang ada di dalamnya, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang mereka kumpulkan dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel non-probability digunakan. Metode pengambilan sampel purposive mempertimbangkan bahwa setiap elemen atau anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Purposive sampling dapat dikatakan sebagai proses pemilihan anggota sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga sampel yang dipilih relevan dan memberikan respon yang obyektif.

Kriteria Sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa yang berdomisili di Kota Surakarta
2. Belum pernah menggunakan e-wallet Dana
3. Usia > 17 tahun

Dalam pengambilan sampel dimana jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, rumus Ferdinand, (2014) digunakan dalam menentukan jumlah sampelnya dan dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut :

Jumlah Sampel = Jumlah Indikator x (5 sampai 10)

Karena dalam penelitian ini terdapat 15 Indikator, maka :

Sampel Minimum = Jumlah Indikator x 8

Sampel Minimum = 15 x 8

Sampel Minimum = 120 responden

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dalam penelitian ini jumlah sampel yang diteliti yakni sebanyak 120 responden, tetapi dalam penelitian ini menggunakan 130 responden sebab data yang responden yang kembali dan didapat peneliti sebanyak jumlah tersebut serta seluruhnya diolah.

3.4 Tehnik Pengambilan Data

Data Primer dan Sekunder adalah dua jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Data primer berasal dari peserta melalui kuisisioner pertanyaan yang diberikan, dari data kuisisioner itulah yang akan diolah agar lebih jelas dan efektif. Sedangkan data sekunder didapat secara tidak langsung, berupa dokumen, jurnal ilmiah, buku literatur ataupun yang terkait dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi. Kuisisioner disusun berdasarkan indikator variabel bebas dan terikat. Kuisisioner dalam penelitian ini akan dibagikan melalui dua cara yakni yang pertama dengan *google form* melalui media sosial yang kedua secara langsung, terjun lapangan dan mencari responden di lokasi yang sudah ditentukan. Kuisisioner yang dibagikan sudah disertai dengan alternatif yang diberikan serta diberikan bobot skor pada masing-masing jawaban. Dimana bobot skor tersebut mengacu pada *skala Likert*.

Menurut Sugiyono, (2017) menyatakan bahwa skala likert dapat digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Tabel 3.1 menunjukkan bobot skor jawaban masing-masing responden menggunakan skala *Likert* :

Tabel 3. 1
Skala *Likert*

Jawaban Responden	Keterangan	Skor
SSTS	Sangat Sangat Tidak Setuju	1
STS	Sangat Tidak Setuju	2
TS	Tidak setuju	3
N	Netral	4
S	Setuju	5
SS	Sangat Setuju	6
SSS	Sangat Sangat Setuju	7

Sumber : Munshi, (2014)

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Adapun variabel penelitian pada penelitian ini, yakni :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebasnya yakni Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2).

2. Variabel Penghubung (*Intervening*)

Variabel mediasi merupakan variable yang secara teori mempengaruhi hubungan antar variable antara variable bebas dan terikat menjadi sebuah hubungan tidak langsung serta tidak dapat diukur maupun diamati. Dalam penelitian ini variable penghubungnya yakni Kepercayaan (Z).

3. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena sebab perubahannya atau timbulnya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yakni Minat Menggunakan (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 berikut menunjukkan pembagian definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Definisi ini berfungsi sebagai pedoman untuk mengukur variabel, yang digunakan penulis untuk menentukan apakah penelitian tersebut layak atau tidak.

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Persepsi Manfaat	Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989).	Indikator Persepsi Manfaat, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> • E-wallet Dana meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi • E-wallet Dana mempercepat proses transaksi • E-wallet Dana memudahkan transaksi • E-wallet Dana meningkatkan efesiensi dalam proses pembayaran (Tau & Ha, 2019)
2	Persepsi Kemudahan	<i>Perceived ease of use</i> adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989).	Indikator Persepsi Kemudahan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> • E-wallet Dana mudah digunakan • E-wallet Dana mudah dipelajari • E-wallet Dana mudah dipahami • E-wallet Dana Fleksible (Tau & Ha, 2019)
3	Persepsi Kepercayaan	<i>Trust</i> adalah kesediaan untuk berkomitmen kepada penyedia layanan berdasarkan harapan positif terhadap perilaku masa depan	Indikator Kepercayaan, antara lain: <ul style="list-style-type: none"> • E-wallet Dana

Tabel Berlanjut...

Lanjutan tabel 3.2

No	Variabel	Definisi	Indikator
		penyedia layanan (Zhou, 2013)	<p>kompeten dalam bertransaksi secara tepat waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-wallet Dana jujur dalam berurusan kepada penggunaanya • E-wallet Dana tidak merugikan saat digunakan untuk bertransaksi <p>(Pavlou & Fygenson, 2006)</p>
4	Minat Menggunakan	Menggunakan minat didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk menggunakan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Ardianto & Azizah, 2021).	<p>Indikator minat menggunakan, yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik menggunakan E-wallet Dana • Berencana menggunakan E-wallet Dana • Berniat menggunakan E-wallet Dana • Akan bertransaksi menggunakan E-wallet Dana <p>(Wong et al., 2013)</p>

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian sudah terkumpul tahapan selanjutnya yang dilakukan yakni tahap pengolahan data. Sebagian besar hasil dan kesimpulan dari penelitian ini diharapkan diperoleh dari data primer yang dikumpulkan melalui metode kuesioner. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik, seperti Partial Least Square – Structural Equation Model atau yang lebih diketahui dengan sebutan SEM PLS. Alat ini digunakan dengan tujuan untuk melakukan analisis jalur (path) berdasarkan variable laten. Ada dua model pengukuran dalam metode partial least square. Construct reliability and validity, discriminant validity, dan convergen validity digunakan untuk mengukur model luar. Model dalam diukur dengan uji R-square (Syahrina & Christiana, 2023). Penulis menggunakan Smart PLS Versi 3.0 sebagai alat bantu aplikasi untuk melakukan uji analisis data, seperti evaluasi atau pengujian Outer Model (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Multikolinearitas), evaluasi atau pengujian Inner Model (Uji Koefisien Determinasi, *Goodness of Fit* (GoF), *Path Coefficient*, *Specific Indirect Effect*).

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

A. Evaluasi Outer Model

1) Uji Validitas

Uji validitas dapat dikatakan sebagai uji prosedur pengujian, mempunyai tujuan untuk menentukan validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini; alat ukur ini adalah pertanyaan survei, yang dapat mengungkapkan data variabel secara akurat dan mengukur apa yang diukur melalui kuesioner (Yusup

et al., 2018).

Dua uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni validitas konvergen dan diskriminan.

- a) Tujuan dari uji validitas konvergen adalah untuk mengetahui seberapa baik indikator yang ada dapat menjelaskan dimensi. Semakin tinggi validitas konvergen, semakin baik dimensi dapat menjelaskan variabel lain. Nilai loading faktor masing-masing indikator terhadap konstraknya menentukan uji validitas konvergen. Untuk menguji validitas penelitian ini, program Smart PLS digunakan dengan tingkat signifikansi 0,05. Batas minimal untuk faktor penambahan adalah 0,5, dan nilai AVE untuk setiap konstruk harus lebih dari 0,5 (Asbari et al., 2020).
- b) Discriminant validity merupakan seberapa jauh suatu konstruk dapat dikatakan unik atau berbeda dari yang lainnya. Apabila nilai kuadrat AVE untuk setiap konstruk eksogen, atau nilai diagonal, melebihi korelasi antara konstruk dengan konstruk lain, atau nilai di bawah diagonal, maka model dapat dianggap memiliki diskriminan validitas yang baik (Asbari et al., 2020).

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dalam program PLS sendiri dapat menggunakan dua metode yakni *composite reliability* dan juga *Cronbach's alpha.composite reliability* sendiri digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas perkonstruknya, statistik yang digunakan dalam *composite reliability* menggunakan Nilai batas 0,6 ke atas dikatakan diterima apalagi di atas 0,8 dan

0,9 dikatakan sangat memuaskan sedangkan *cronbach's alpha* sendiri digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitasnya, nilai batasnya yakni harus lebih besar dari 0,7 (Juliandi, 2018).

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini merupakan sebuah uji yang diperuntukkan mencari tahu apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi hubungan pada setiap variabel independennya. Untuk mengetahui hasil uji multikolinearitasnya dapat kita telaah melalui nilai *Variance ainflation Factor* atau sering kita dengar VIF serta nilai toleransinya. Suatu model dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF nya Kurang dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai toleransinya lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,01$) serta dapat dikatakan terkolinearitas apabila $VIF > 10$ dan nilai $tolerance < 0,01$ (Ghozali, 2018).

B. Evaluasi Inner Model

1) Coefficient Of Determinan (R²)

Nilai R² difungsikan sebagai sebuah alat yang berguna mengukur tingkat perubahan variasi variabel independent kepada variabel dependen. Hasil yang didapat dari koefisien path yang terdapat pada inner model dapat memperlihatkan tingkat signifikansi dalam uji hipotesis. Aturannya skor yang digunakan bernilai diatas 1.64 dapat dilihat dari nilai t-statisticnya untuk hipotesis satu tailed dengan alpha presentasinya 5% dan powernya bernilai 80. Ketila sudah didapat nilai R Squarenya, jika hasilnya 0,75 dikatakan kuat, 0,50 dikatakan moderat dan 0,25 dikatakan lemah (Ghozali, 2018).

2) Goodness Of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) dapat dikatakan sebagai pengujian yang digunakan sebagai bahan mengevaluasi model pengukuran kinerja gabungan antara model dalam (inner) dan luar (outer). Dalam program PLS cara mendapatkan hasil dari GoF yakni berdasarkan hitungan Q^2 (Q Square). Q^2 ini diperuntukkan sebagai alat ukur seberapa baik nilai konversi dari model serta estimasi parameternya. Besaran Q^2 sendiri memiliki rentang nilai $0 < Q^2 < 1$, dapat diartikan bahwasannya apabila nilainya mendekati 1 maka model tersebut dikatakan semakin baik (Ghozali, 2018).

3) Path Coefficient

Path Coefficient atau yang sering disebut dengan uji analisis jalur merupakan sebuah uji yang dipergunakan sebagai alat penganalisa Hubungan sebab akibat yang inheren antara variabel yang ditata didasarkan pada urutan temporer dengan koefisien jalur sebagai besaran nilai untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Besaran nilai path coefficient sendiri dapat ditemukan dan ditelaah dengan melihat hasil t-statistik.

4) Specific Indirect Effect

Analisis indirect effect dapat digunakan sebagai pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi tapi dengan diantarai / dimediasi oleh variabel mediator (intervening). Besaran nilai yang harus didapat yakni $< 0,05$ dan dapat dilihat dari P-Valuesnya. Ketika p-Valuesnya $< 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan dan

berarti bahwa secara tidak langsung variabel mediator terbukti mampu memediasi dampak variabel eksogen terhadap variabel endogen. Tapi jika nilai p-valuesnya $> 0,05$ maka hasilnya variabel intervening tersebut tidak dapat memediasi variabel eksogen dan endogennya, dengan kata lain pengaruhnya yakni secara langsung (Juliandi,2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dengan melalui tahapan-tahapan berdasarkan metodologi penelitian, penelitian ini berupaya menjelaskan temuan-temuan analisis penelitian secara keseluruhan. Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan E-wallet Dana di Kota Surakarta adalah variabel *intervening* dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan cara pengambilan sampel secara *Purposive Sampling* atau dengan syarat tertentu yakni belum pernah menggunakan *e-wallet* Dana. Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta dengan responden mahasiswa di Kota Surakarta yakni UNS, UMS, Poltekes Surakarta, Uniba, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Tanggapan survei mendalam dari responden berfungsi sebagai sumber data utama untuk penelitian ini. Ada dua metode yang digunakan untuk menyebarluaskan kuesioner: online dan offline. Berbeda dengan distribusi survei konvensional, distribusi formulir Google secara online dilakukan kepada responden. Peneliti memilih sampel sebanyak 130 responden untuk penelitian ini. Jumlah data yang kembali pada penulis yakni 74 data dari online dan 56 data dari offline. Pengolahan data dengan menggunakan alat analisis Smart PLS 3.0, langkah analisis dilakukan dengan memeriksa *outer model* dan *inner model*.

4.1 Deskripsi Responden

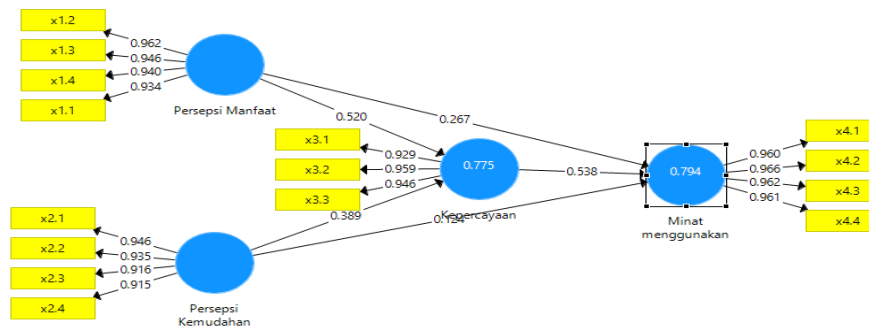
Deskripsi profil responden dalam penelitian ini akan menjelaskan mengenai karakteristik diri responden yang mengisi kuisisioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4. 1
Profil Responden

Profil	Kategori	Frekuensi	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	31	24%
	Perempuan	99	76%
Usia	17-25 tahun	129	99%
	26-30 tahun	1	1%
Pendidikan Terakhir	Sma/Smk/MA	109	83%
	D1/D2/D3	6	6%
	S1	15	11%
Pendapatan	0-500.000	114	87%
	>5.00.000-1.000.000	8	6%
	>1.000.000-3.000.000	2	2%
	>3.000.000-5.000.000	4	3%
	>5.000.000	2	2%
Institut	UNS	25	19%
	UMS	16	12%
	POLTEKES	16	12%
	UNIBA	17	13%
	ISI	14	11%
	UIN RMS	36	28%
	LAINNYA	6	5%

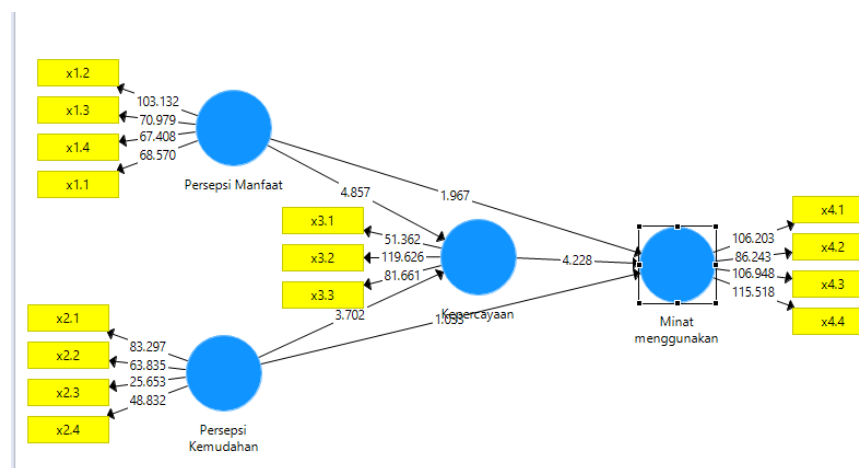
4.1.1 Skema Program PLS

Aplikasi SmartPLS 3.0 dan teknik analisis data parsial Least Squares (PLS) digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian ini. Model program PLS yang dicoba ditunjukkan secara skematis di bawah ini :



Gambar 4. 1 Outer Model

Spesifikasi keterkaitan variabel laten dengan indikatornya dipastikan melalui pengujian outer model. Validitas, reliabilitas, dan multikolinieritas merupakan faktor-faktor dalam ujian ini.



Gambar 4. 2 Inner Model

Keterkaitan variabel laten dan variabel lainnya dinilai dengan menggunakan Inner model. Nilai R2 (R-square), goodness of fit (Gof), dan koefisien jalur merupakan tiga analisis yang digunakan untuk mengukur inner model.

4.1.2 Analisis Outer Model

A. Convergent Validity (uji validitas konvergen)

Kegunaan nilai *convergent validity* yakni untuk menguji kebenaran konvergensi. Apabila nilai outer loading $>0,7$ maka setiap pernyataan dianggap memenuhi validitas konvergen (Hair et al., 2014).

Tabel 4. 2
Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0.934	Valid
	X1.2	0.962	Valid
	X1.3	0.946	Valid
	X1.4	0.940	Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0.946	Valid
	X2.2	0.935	Valid
	X2.3	0.916	Valid
	X2.4	0.915	Valid
Kepercayaan	Z1	0.929	Valid
	Z2	0.959	Valid
	Z3	0.946	Valid
Minat Menggunakan	Y1	0.960	Valid
	Y2	0.966	Valid
	Y3	0.962	Valid
	Y4	0.961	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing indikator untuk setiap variabel konstruk memiliki nilai *outer loading* $> 0,7$.

Semua indikator dianggap layak untuk penelitian dan dapat dianalisis lebih lanjut, karena data di atas menunjukkan bahwa tidak ada indikator variabel dengan nilai beban luar kurang dari 0,5.

B. Discriminant validity

Berdasarkan hasil estimasi model PLS pada tabel convergent validity, model tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen karena seluruh indikator memiliki nilai pemuatan faktor di atas 0,5. Validitas konvergen dinilai dari nilai AVE masing-masing konstruk selain melihat nilai faktor loading masing-masing indikator. Jika nilai AVE setiap konstruk lebih dari 0,5 maka model PLS dikatakan mempunyai validitas konvergen. (Asbari et al., 2019). Nilai AVE setiap konstruk dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 3
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,894	Valid
Persepsi Kemudahan	0,862	Valid
Kepercayaan	0,893	Valid
Minat Menggunakan	0,926	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai AVE setiap variabel > 0,5. Variabel Persepsi Manfaat mempunyai nilai sebesar 0,894, variabel Persepsi Kemudahan mempunyai nilai 0,862, Kepercayaan mempunyai nilai

0,893, dan variabel Minat menggunakan mempunyai nilai 0,926. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dianggap sah atau biasa disebut valid.

4.1.3 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan dan dapat dipercaya jika dilakukan dua kali atau lebih dengan alat yang sama. Untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,6 (Prayogi & Fahmi, 2021). Berikut ini adalah nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4. 4
Composite reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,971	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,961	Reliabel
Kepercayaan	0,961	Reliabel
Minat Menggunakan	0,981	Reliabel

Nilai komposit dependabilitas masing-masing variabel lebih dari 0,6 seperti terlihat pada tabel di atas. Dengan skor sebesar 0,971 untuk variabel Persepsi Manfaat, skor sebesar 0,961 untuk variabel Persepsi Kenyamanan, skor sebesar 0,961 untuk variabel Kepercayaan, dan skor sebesar 0,981 untuk variabel

Minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel konstruk dalam penelitian ini dapat dianggap dapat diandalkan atau reliabel.

Nilai *Cronbach alpha* dapat digunakan untuk meningkatkan reliabilitas uji menggunakan reliabilitas komposit yang dijelaskan di atas. Jika suatu variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,7, maka variabel tersebut dianggap dapat diandalkan atau reliabel (Prayogi & Fahmi, 2021). Berikut ini adalah nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel:

Tabel 4. 5
Cronbach Alpha

Variabel	<i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,961	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,946	Reliabel
Kepercayaan	0,940	Reliabel
Minat Menggunakan	0,974	Reliabel

Dapat ditarik kesimpulan dilihat dari tabel di atas bahwa nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel $> 0,7$. Dengan nilai variabel Persepsi Manfaat mempunyai skor 0,961, variabel Persepsi Kemudahan mempunyai skor 0,946, variabel Kepercayaan mempunyai skor 0,940, dan variabel Minat menggunakan mempunyai skor 0,961. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa setiap variabel konstruk dalam penelitian ini dapat dikatakan dapat diandalkan atau reliabel.

4.1.4 Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas sangat penting karena memastikan tidak ada hubungan antara dua variabel. Jika nilai VIF lebih dari 10 maka dilakukan uji

multikolinearitas (Sari & Wahidahwati, 2021). Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui melalui tabel berikut ini:

Tabel 4. 6
Collinearity Statistic (VIF)

	Kepercayaan	Minat Menggunakan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat
Kepercayaan		4.438		
Minat Menggunakan				
Persepsi Kemudahan	4.165	4.838		
Persepsi Manfaat	4.165	5.364		

Mengacu pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai dari variabel Kepercayaan terhadap Minat menggunakan memiliki skor 4.438. Kemudian nilai dari variabel Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan memiliki skor 4.165, persepsi Kemudahan dengan Minat Menggunakan memiliki skor 4.838. Persepsi manfaat terhadap Kepercayaan memiliki skor 4.165 dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan memiliki skor 5.364. Nilai setiap variable dengan variabel lain < 10 hal ini menandakan bahwa tidak ada satupun variabel dalam penelitian ini yang melanggar uji multikolinearitas.

4.1.5 Analisis Inner Model

Model struktural disebut juga inner model, digunakan untuk menguji pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel laten lainnya. Model struktural

dievaluasi menggunakan nilai Goodness of Fit (Gof), uji koefisien Path, dan Uji Hipotesis. Berikut penjelasan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

a. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Coefficient determination (R^2) atau yang sering kita ketahui dengan sebutan Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan perubahan variabel terikat. Kategorisasi koefisien korelasinya adalah 0 (tidak ada korelasi), $> 0-0,49$ (korelasi lemah), 0,50 (korelasi sedang), 0,51-0,99 (korelasi kuat), dan 1,00 (korelasi sempurna) (Chandra, 2022). Adapun temuan analisis R^2 dapat ditelaah dan ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7
Analisis R^2

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kepercayaan	0,775	0,771
Minat Menggunakan	0,794	0,789

Berdasarkan sajian data pada tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa *R-Square* untuk variabel Kepercayaan adalah 0,771. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya Kepercayaan dapat dijelaskan oleh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan sebesar 77,1%. Kemudian disimpulkan bahwa *R-Square* untuk variabel Minat menggunakan adalah 0,789. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya Minat menggunakan dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan sebesar 78,9%.

Nilai Q-Square digunakan untuk menentukan *goodness of fit*. Nilai Q-Square digunakan untuk menilai kualitas kecocokan. Dalam analisis regresi, nilai Q-Square mempunyai signifikansi yang sama dengan koefisien determinasi (R-Square), dengan semakin besar Q-Square maka semakin baik atau fit model tersebut terhadap data. Berikut hasil perhitungan nilai Q-Square:

$$\begin{aligned}
 \text{Q-Square} &= 1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)] \\
 &= 1 - [1 - 0,775) \times (1 - 0,794)] \\
 &= 1 - (0,225 \times 0,206) \\
 &= 1 - 0,04635 \\
 &= 0,95365
 \end{aligned}$$

Nilai Q-Square sebesar 0,95365 berdasarkan perhitungan yang dilakukan diatas. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian mampu menggambarkan 95,365% dari besarnya keragaman data penelitian. Sedangkan sisanya sebesar 4,635% dijelaskan oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini. Berdasarkan temuan tersebut, model penelitian ini dapat dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik.

b. Uji Path Coefficient

Uji *path coefficient* atau uji koefisien jalur digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh variabel independen atau pengaruhnya terhadap variabel dependen. Berdasarkan skema inner model pada Gambar 4.2 di atas, koefisien jalur terbesar ditunjukkan dari persepsi manfaat terhadap kepercayaan yaitu memiliki skor 4,857, kemudian kepercayaan terhadap minat menggunakan yaitu memiliki skor 4,228, kemudian persepsi kemudahan terhadap kepercayaan yaitu

memiliki skor 3,702, kemudian persepsi manfaat terhadap minat menggunakan memiliki skor 1,967 dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan memiliki skor 1,033.

Berdasarkan interpretasi hasil tersebut, seluruh variabel dalam model ini mempunyai nilai koefisien jalur yang bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh antara faktor-faktor independen terhadap variabel dependen, maka semakin besar nilai koefisien jalur suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

4.1.6 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini ketika ingin menguji hipotesis dapat menggunakan tabel nilai *path coefficient* untuk pengaruh langsung dan *specific indirect effect* untuk pengaruh tidak langsung (Intervening).

Untuk melihat statistik t atau nilai p (rasio kritis) dan nilai sampel asli yang dihasilkan dari metode ini, uji koefisien rute (*Path Coefficient*) menggunakan teknik *bootstrapping*. Nilai p sebesar 0,05 berarti ada pengaruh langsung antar variabel, sedangkan nilai p lebih besar dari 0,05 berarti tidak ada hubungan langsung antar variabel. T-statistik 1,96 (tingkat signifikansi = 5%) dipilih sebagai nilai signifikansi dalam penyelidikan ini. Terdapat pengaruh yang cukup besar jika nilai t-statistik lebih dari 1,96. Perangkat lunak SmartPLS (*Partial Least Squares*) 3.0 digunakan untuk pengujian hipotesis. Nilai koefisien jalur hasil pengujian ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 4. 8
Path Coefficient (Direct Effect)

	Hipotesis	Original Sampel	t-Statistics	P-Value	Keterangan
Kepercayaan-> Minat Menggunakan	H3	0,538	4,228	0,000	Positif Signifikan
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan	H2	0,389	3,702	0,000	Positif Signifikan
Persepsi Kemudahan ->Minat Menggunakan	H5	0,124	1,033	0,302	Positif Tidak Signifikan
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	H1	0,520	4,857	0,000	Positif Signifikan
Persepsi Manfaat -> Minat Menggunakan	H4	0,267	1,967	0,050	Positif Signifikan

Dari acuan tabel diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Hipotesis pertama menguji apakah Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Trust atau Kepercayaan. Berdasarkan tabel di atas, nilai t-statistik sebesar 4,857 dengan ukuran pengaruh sebesar 0,520 dan p-value sebesar 0,000. Dengan nilai t-statistik lebih dari 1,96 (t statistik > 1,96) dan p value kurang dari 0,05 (p value < 0,05) maka hipotesis pertama terdukung karena terdapat hubungan positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat dan Kepercayaan.
- 2) 2) Hipotesis kedua menyelidiki apakah persepsi kemudahan berdampak positif dan signifikan pada kepercayaan. Dari tabel di atas, nilai t-statistic

sebesar 3.702 dengan besar pengaruh sebesar 0,389 dan nilai p-value sebesar 0.000, yang menunjukkan bahwa nilai t-statistic lebih besar dari 1.96 dan nilai p-value kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara Customer Experience terhadap Customer Satisfaction.

- 3) Hipotesis ketiga menguji apakah Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan. Dari tabel diatas menunjukkan nilai t-statistic sebesar 4.228 dengan besar pengaruh sebesar 0,538 dan nilai p-value sebesar 0.000. Dengan nilai t-statistic >1.96 dan nilai p value <0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Minat menggunakan.
- 4) Hipotesis keempat menguji apakah Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan. Dari tabel diatas menunjukkan nilai t-statistic sebesar 1.967 dengan besar pengaruh sebesar 0,267 dan nilai p-value sebesar 0.050. Dengan nilai t-statistic >1.96 dan nilai p value <0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan.
- 5) Hipotesis kelima menguji apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan. Dari tabel diatas menunjukkan nilai t-statistic sebesar 1.033 dengan besar pengaruh sebesar 0,124 dan nilai p-value sebesar 0.302. Dengan nilai t-statistic >1.96 dan nilai p value >0.05 ,

maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak karena berpengaruh positif tapi tidak signifikan antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan.

Tabel 4. 9
Uji Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

	Hipotesis	Original Sampel	t-Statistics	P-Value	Keterangan
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Minat menggunakan	H6	0,280	2.813	0,005	Positif Signifikan
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat menggunakan	H7	0,210	3.117	0,002	Positif Signifikan

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa :

- 1) Hipotesis keenam menguji apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 2.813 yang artinya lebih besar dari t tabel >1.96. kemudian nilai *p value* sebesar 0.005 dan lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam diterima yaitu Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.
- 2) Hipotesis ketujuh menguji apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 3,117 yang artinya lebih besar dari t tabel >1.96. kemudian nilai *p value* sebesar 0.002 dan lebih kecil dari

0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh diterima yaitu Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.

4.2 Pembahasan

Studi ini menyelidiki bagaimana Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keinginan untuk Menggunakan E-Wallet Dana di Kota Surakarta berdampak pada Kepercayaan sebagai variabel intervensi. Untuk sampel dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang merupakan mahasiswa di Kota Surakarta yang belum pernah menggunakan E-wallet Dana. Data tersebut didapatkan dengan 56 data offline dan 74 data diperoleh dari online.

Berdasarkan data yang didapat dari responden mengenai gender, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu 31 responden berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 99 responden berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan data yang didapat dari responden mengenai usia sebagian besar berusia 17 sampai 25 tahun sebanyak 129 responden, kemudian yang berusia 26 sampai 30 tahun hanya 1 responden.

Kemudian pendidikan terakhir responden paling banyak adalah SMA/ SMK/ MA sebanyak 109 responden, D1/D2/D3 sebanyak 6 responden dan S1 sebanyak 15 responden.

Berdasarkan pendapatan paling banyak berkisar Rp 0- Rp 500.000 sebesar 114 responden, Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 8 responden, Rp 1.000- Rp

3.000.000 sebanyak 2 responden, Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 4 responden, dan lebih dari Rp 5.000.000 sebanyak 2 responden.

Kemudian jumlah responden yang berasal dari UNS sebanyak 25 responden, dari UMS 16 responden, UNIBA 17 responden, ISI Surakarta 14 responden, UIN Raden Mas Said Surakarta 36 responden, POLTEKES 16 responden, serta lainnya sebanyak 6 responden.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

4.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Persepsi Manfaat meningkatkan kepercayaan, menurut hasil analisis. Menurut hasil uji hipotesis, nilai t statistik sebesar 4,857, atau lebih besar dari 1,967, maka pengaruh tersebut signifikan, dan nilai P sebesar 0,000 atau 0,05, artinya Perceived Benefits berpengaruh positif dan besar terhadap Trust. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Lalu (2021), menunjukkan bahwa keuntungan yang dirasakan mempunyai dampak langsung pada kepercayaan. Semakin banyak manfaat yang dirasakan terhadap E-Wallet, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan pelanggan terhadap E-Wallet. Banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh penyedia E-Wallet dapat menanamkan sikap positif pada pengguna, khususnya dalam hal kepercayaan, karena konsumen pada umumnya memilih program yang bermanfaat.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan

Berdasarkan hasil temuan penelitian, Persepsi Kemudahan mempunyai dampak positif terhadap Kepercayaan. Berdasarkan temuan uji hipotesis yang

menunjukkan nilai t statistik sebesar 3,702 atau lebih dari 1,967 maka pengaruhnya signifikan, dan nilai P value sebesar 0,000 atau 0,05 menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Faradila & Soesanto, (2016) bahwa kepercayaan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kenyamanan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kemudahan akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap suatu produk.

4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat menggunakan

Berdasarkan data di atas, hasil menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan. Sesuai dengan hasil uji hipotesis, nilai t statistik sebesar 4.228 atau lebih dari 1,967 dan nilai P sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Hal tersebut sejalan dengan hasil yang dikemukakan oleh Afolo & Dewi, (2022) yang juga mengemukakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. Minat kepercayaan akan semakin tinggi apabila kepercayaan pengguna juga tinggi.

4.2.4 Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan

Persepsi Manfaat mempengaruhi minat menggunakan secara positif dan signifikan. Nilai t -statistic sebesar 1.967 dengan besar pengaruh sebesar 0,267 dan nilai p -value sebesar 0.050 ditunjukkan oleh tabel diatas. Dengan nilai t -statistic lebih dari atau >1.96 dan nilai p value kurang dari atau <0.05 , maka hipotesis

ketiga terdukung karena terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Achadi & Winarto, (2020) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan layanan Go-Pay. Dengan begitu ketika informasi mengenai manfaat dapat diterima jelas maka minat menggunakan sebuah aplikasi juga akan meningkat.

4.2.5 Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan

Persepsi Kemudahan mempengaruhi minat menggunakan secara positif dan signifikan. Dari tabel di atas, kami menemukan nilai t-statistic sebesar 1.033, nilai besar pengaruh sebesar 0,124, dan nilai p-value sebesar 0,302. Kami dapat menyimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak karena tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini responden paling banyak yakni berusia 17-25 tahun dimana usia tersebut tergolong sebagai generasi milenial. Para generasi milenial lahir ketika teknologi sudah maju, sehingga mereka dapat dengan mudah menggunakan teknologi yang ada hingga yang terbaru, mereka sudah terbiasa akan hal tersebut, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan sudah bukan lagi menjadi faktor yang menarik minat pengguna dalam menggunakan e-wallet Dana.

Hal ini berkebalikan dengan penelitian Pangestika & Achyani, (2022) yang mengemukakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Shopeepay. Namun sejalan dengan yang

dikemukakan Yolanda & Kartikowati, (2022) bahwa persepsi kemudahan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. Selain itu juga didukung dengan penelitian Batubara et al., (2023) yang juga mengemukakan bahwa tidak ada pengaruh antara persepsi kemudahan dengan minat menggunakan BSI Mobile karena faktanya dimanapun dan kapanpun akses internet sangatlah mudah digunakan serta mampu bersaing. Ada juga penelitian dari Syahrina & Christiana, (2023) yang bahkan mengemukakan penolakan karena faktanya banyak responden yang mempunyai anggapan menggunakan e-money akan meningkatkan resiko gagal topup jadi mereka lebih suka menggunakan pembayaran cash, dengan kata lain banyak responden yang tidak berminat karena takut akan menemukan kesulitan kedepannya.

4.2.6 Persepsi Manfaat terhadap Minat menggunakan dimediasi Kepercayaan

Hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan dimediasi oleh Kepercayaan. Berdasarkan tabel di atas, nilai t-statistic sebesar 2.813, yang menunjukkan bahwa nilai t tabel lebih besar dari 1.96, dan nilai p sebesar 0.005, yang menunjukkan bahwa nilai p kurang dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berdampak positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Syahrina & Christiana, (2023) yang mengemukakan bahwa kepercayaan mampu memediasi antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan e-money.

4.2.7 Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan dimediasi Kepercayaan

Kepercayaan mengatur hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Kecenderungan Menggunakan. Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat yang dimediasi oleh Kepercayaan. Nilai t-statistic sebesar 3,117, yang menunjukkan bahwa nilai t tabel lebih besar dari 1.96, dan nilai p sebesar 0.002.

Hal ini sejalan dengan penelitian Batubara et al., (2023) yang mengatakan bahwa Ease Of Use berpengaruh signifikan terhadap minat melalui kepercayaan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ketika adanya pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan maka dapat disimpulkan kepercayaan mempunyai peranan penting yang mempengaruhi minat menggunakan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil proses dan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode SEM PLS maka terdapat hasil dan dapat ditarik kesimpulan yang akan dirinci dibawah ini, yakni :

- 1) Persepsi Manfaat dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan menggunakan *e-wallet* Dana.
- 2) Persepsi Kemudahan dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan menggunakan *e-wallet* Dana.
- 3) Kepercayaan dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.
- 4) Persepsi manfaat dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.
- 5) Persepsi kemudahan dikatakan tidak menghasilkan pengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.
- 6) Persepsi manfaat dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan dengan melalui kepercayaan menggunakan *e-wallet* Dana.
- 7) Persepsi kemudahan dikatakan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan dengan melalui kepercayaan menggunakan *e-wallet* Dana.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berikut ini adalah batasan penelitian yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian ini:

- 1) Dalam pemberian dan pengisian kuisisioner didapati tingkah laku responden yang terburu-buru dan tidak membaca secara detail pertanyaannya dari yang disebar online maupun yang offline jadi jawaban responden dirasa kurang maksimal.
- 2) Sulitnya mendapatkan responden dikarenakan sikap acuh responden terhadap kuisisioner yang diberikan.
- 3) Sampel yang digunakan hanya 130 responden yang belum dapat mewakili dan mendeskripsikan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran

Beberapa evaluasi yang bisa dilakukan kedepannya, terdapat dalam saran yang diberikan penulis dibawah ini :

- 1) Penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa di masa depan harus dapat berinteraksi secara pribadi dengan responden agar mereka tidak memperhatikan kuisisioner yang diberikan. Diharapkan Seharusnya dalam pengisian kuisisioner diberikan metode baru, seperti essay sehingga jawaban yang didapat lebih maksimal.
- 2) Kedepannya penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa diharapkan menambah sampel yang lebih banyak, demi keakuratan data yang lebih baik.

- 3) Diharapkan E-wallet Dana dapat mempertahankan serta meningkatkan sosialisasi tentang manfaat menggunakan e-wallet Dana.
- 4) 4) Karena faktor-faktor lain yang belum diketahui dalam penelitian ini dan dapat mempengaruhi minat penggunaan, penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*. 8(3), 1006–1012.
- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan Go Jek. *Manajemen Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/Kr.13.2.2022.267-277>
- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat Di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 200–214. <https://doi.org/10.53651/Jdeb.V15i1.370>
- Andika, S. M., Rodiana, L., & Novitasari, V. R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek. In *Ekonomi & Bisnis* (Vol. 18, Issue 2, Pp. 126–134). <https://doi.org/10.32722/Eb.V18i2.2495>
- Anis, M., & Irbayuni, S. (2021). *Jurnal Sains Manajemen* Volume. 7 No. 2 Tahun. 2021. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(2), 89–96.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Pengguna Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/Jpw.V23i1.511>
- Asbari, M., Purwanto, A., & Budi, P. (2020). Pengaruh Iklim Organisasi Dan

- Kepemimpinan Transformasional Terhadap Produktivitas Kerja Inovatif Pada Industri Manufaktur Di Pati Jawa Tengah . *Jurnal Produktivitas*, 7(1), 62–69. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29406/jpr.v7i1.1797>
- Asbari, M., Santoso, P. B., & Purwanto, A. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Inovatif Pada Industri 4.0. *Jim Upb*, 8(1), 7–15. <https://doi.org/tpts://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1562>
- Batubara, M., Jannah, N., & Ritonga, A. (2023). The Effect Of Perceived Usefulness , Ease Of Use And Security On Interest In Using Bsi Mobile Services With Trust As Intervening Variable (Case Study On Uinsu Medan Students). *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 2023(1), 1–9.
- Chandra, G. (2022). Pengaruh Pemahaman Tarif Pph Final Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Online. *Jurnal Informasi Akuntansi (Jia)*, 1(2), 141–155.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer Attitude And Intention To Adopt Mobile Wallet In India – An Empirical Study. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/ijbm-09-2018-0256>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2).
- Fahmi, G. (2018). Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di

- Sulawesi Tenggara. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217.
[Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen%0amenguji](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen%0amenguji)
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bp Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh Pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (Juisi) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem): An Emerging Tool In Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
<https://doi.org/10.1108/Ebr-10-2013-0128>
- Hendratno, S. P. (2022). Analysis Of Factors Affecting Intention To Use E-Wallets During The Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Contemporary Accounting*, 4(1), 21–40.
<https://doi.org/10.25105/Ijca.V4i1.13009>
- Jamiah, N., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pgri Madiun Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet Gopay Di Kota Madiun). *Simba*, September.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls. *Jangan Belajar*, 1(Was), 1.
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan

- Penggunaan Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Linkaja Di Kota Surabaya. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>
- Kinanti, S. A., & Mukhlis, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (Jebp)*, 2(1), 11–25. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p11-25>
- Lalu, A. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/Kindai.V17i3.631>
- Malik, A., & Annuar, S. (2019). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust And Perceived Risk Toward E-Wallet Usage. *Insight Journal*, 5(Special Issue), 183–191.
- Mayer Et Al. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust Author (S): Roger C . Mayer , James H . Davis And F . David Schoorman Published By : Academy Of Management Stable Url : <http://www.jstor.com/stable/258792> References Linked References Are Available On Jstor F. *Academy Of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development Of An Instrument To Measure The Perceptions Of Adopting An Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The Commitment-Trust Theory Of*. 58(July), 20–38.
- Munshi, J. (2014). A Method For Constructing Likert Scales. *Ssrn Electronic Journal*, April 2014. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2419366>
- Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, & Christine D. Nainggolan. (2021). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris). *International Journal Of Science, Technology &*

- Management*, 2(5), 1574–1581. <https://doi.org/10.46729/ijstm.V2i5.313>
- Njatrijani, R. (2019). Perkembangan Regulasi Dan Pengawasan Financial. *Diponegoro Private Law Review*, 4, 462–474.
- Nurrahmanto, R. (2015). Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak . Com. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(2012), 1–12.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 277–288.
- Pangestika, E. M., & Achyani, F. (2022). *The Influence Of Financial Literacy , Service Features , Ease Of Use , And Financial Abilities On Interest In Using Shopeepay Digital Wallets In Financial Transactions (Case Study On Accounting Students At Muhammadiyah University Of Surakarta Class Of 20*. 5(4), 114–126.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding And Predicting Electronic Commerce Adoption : An Extension Of The Theory Of Planned Behavior Qjarteny And Predicting Understanding Electronic An Extension Of Commerce Adoption : The Theory Of Planned Formed. *Understanding And Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension Of The Theory Of Planned Behavior*, 30(1), 115–143.
- Pertiwi, T. K. (2022). Impact Of Perceived Benefits, Security, And Privacy On Interest In Using E-Wallet In Millennial Generation. *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, 05(05), 1051–1057. <https://doi.org/10.47191/ijmra/V5-I5-22>
- Prayogi, M. A., & Fahmi, M. (2021). Job Outcome: Job Involment, Job Characteristics Dan Work Engagement Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 121–139. <https://doi.org/10.30596/jimb.V22i1.6664>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 5(2).

- Priyani, A., Maryam, S., & Burhanudin. (2020). Edunomika – Vol. 04, No. 02, Tahun 2020. *Edunomika*, 04(02), 357–368.
- Putri Debi Eka , Sinaga Onita Sari, Sudirman Acai, Augustinah Fedianty, D. E. (2022). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, And Cashback Promotion On Behavioral Intention To The Dana E-Wallet. *International Journal Of Economics, Business And Management Research*, 6(1), 63–75. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>
- Putri, O. N., & Usman, O. (2021). The Influence Of Perceptions Of Ease Of Use, Perceptions Of Benefits, And, Perceptions Of Security On Students' Interest In Using E-Wallet. *Ssrn*.
- Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E- Spt Dalam Pelaporan Pajak. *Nominal*, V(3).
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Gopay Di Wilayah Dki Jakarta. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2218>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Sari, A. N., Mintarti, S. U., & Utomo, S. H. (2020). Penggunaan E-Wallet Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 5(12), 1860. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v5i12.14365>
- Sari Alfina Eka Mutiara, B. B. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Komputersasi Akuntansi*, 15(2), 299–307.
- Sari, D. K., & Wahidahwati. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability

- Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–19.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56.
[Http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem](http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem)
- Syahrina, A., & Christiana, I. (2023). Efek Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Pendahuluan Financial Technology (Fintech) Merupakan Berdasarkan Data Bank Indonesai Jumlah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 161–174. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i2.6041>
- Tau, N., & Ha, M. (2019). *Heliyon Airport Passengers ' Adoption Behaviour Towards Self-Check-In Kiosk Services : The Roles Of Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness And Need For Human Interaction*. 5(November). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.E02960>
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social Influence, And Their Role In Technology Acceptance And Usage Behavior. *Mis Quarterly*, 24(1), 115–139.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 6, 440–456.
- Wong, K. T., Bt Osman, R., Goh, P. S. C., & Rahmat, M. K. (2013). Understanding Student Teachers' Behavioural Intention To Use Technology: Technology Acceptance Model (Tam) Validation And Testing. *International Journal Of Instruction*, 6(1), 89–104.
- Yolanda, H., & Kartikowati, R. S. (2022). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis The Effect Of Benefits And Easiness On Interest In Using E-Wallet For The Millennial Generation In*. 11(1), 151–162.

Yusup, F., Studi, P., Biologi, T., Islam, U., & Antasari, N. (2018). *Uji Validitas Dan Reliabilitas*. 7(1), 17–23.

Zhou, T. (2013). An Empirical Examination Of Continuance Intention Of Mobile Payment Services. *Decision Support Systems*, 54(2), 1085–1091. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.10.034>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Rancangan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu											
		2022			2023								
		November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Penyusunan Proposal												
2	Konsultasi												
3	Revisi Proposal												
4	Seminar Proposal												
5	Pelaksanaan Penelitian												
6	Penulisan Laporan												
7	Munaqosah												
8	Revisi Skripsi dan Yudisium												

Lampiran 2

Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana di Kota Surakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Nama saya Difalia Azzahra, mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan suatu penelitian untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) saya dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kota Surakarta dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening”**.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu melengkapi kuisisioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan. Kuisisioner ini ditujukan untuk responden Mahasiswa yang belum pernah menggunakan Aplikasi E-Wallet Dana dan berdomisili di Kota Surakarta. Kuisisioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disebarluaskan ke pihak luar, sehingga kerahasiaan dalam mengisi kuisisioner ini terjamin sepenuhnya.

Atas bantuan dan kerjasamanya saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Difalia Azzahra

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan baik dan teliti.
2. Pilih salah satu jawaban yang paling tepat menurut saudara/i yaitu dengan cara memberikan tanda check list (\surd) pada kolom jawaban yang telah tersedia.

Keterangan Jawaban Kuesioner :

- | | |
|--------------------------------------|-----------------|
| 1. Sangat Sangat Setuju (SSS) | bobot nilai = 7 |
| 2. Sangat Setuju (SS) | bobot nilai = 6 |
| 3. Setuju (S) | bobot nilai = 5 |
| 4. Ragu-Ragu (RR) | bobot nilai = 4 |
| 5. Tidak Setuju (TS) | bobot nilai = 3 |
| 6. Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot nilai = 2 |
| 7. Sangat Sangat Tidak Setuju (SSTS) | bobot nilai = 1 |

B. Identitas Responden

- Nama :
- Usia : () 17-25 Tahun () 26-30 Tahun
- Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan
- Pendidikan Terakhir : () SMA/SMK/MA
 : () D1/D2/D3
 : () S1
- Pendapatan : () <Rp. 0 – Rp. 500.000
 : () > Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000

: () > Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

: () > Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000

: () > Rp. 5.000.000

Institusi

: () UNS

() UMS

() UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

() POLTEKES SURAKARTA

() ISI SURAKARTA

() UNIBA

() LAINNYA

Belum Pernah Menggunakan E-wallet Dana

() ya, silahkan lanjut

() tidak, stop sampai disini

C. Kuisisioner

Persepsi Manfaat							
Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989)							
Pernyataan	Penilaian						
	1	2	3	4	5	6	7
Saya merasa E-wallet Dana meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi							
Saya merasa E-wallet Dana mempercepat proses transaksi							
Saya merasa E-wallet Dana							

memudahkan transaksi							
Saya merasa E-wallet Dana meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran							
<p>Persepsi Kemudahan</p> <p>Persepsi kemudahan adalah konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989)</p>							
Pernyataan	Penilaian						
	1	2	3	4	5	6	7
Saya merasa E-wallet Dana mudah digunakan							
Saya merasa E-wallet Dana mudah dipelajari							
Saya merasa E-wallet Dana mudah dipahami							
Saya merasa E-wallet Dana Fleksible							
<p>Kepercayaan</p> <p>Kepercayaan (trust) adalah suatu faktor internal yang mendorong seseorang menyakini hal yang dianggapnya benar untuk dilakukan (Chandra & Rahmawati, 2016)</p>							
Pernyataan	Penilaian						
	1	2	3	4	5	6	7
Saya yakin E-wallet Dana kompeten dalam bertransaksi							

secara tepat waktu							
Saya yakin E-wallet Dana jujur dalam berurusan kepada penggunanya							
Saya yakin E-wallet Dana tidak merugikan saat digunakan untuk bertransaksi							
<p>Minat Menggunakan</p> <p>Minat menggunakan diartikan sebagai preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya (Ardianto & Azizah, 2021)</p>							
Pernyataan	Penilaian						
	1	2	3	4	5	6	7
Saya tertarik menggunakan E-wallet Dana							
Saya berencana menggunakan E-wallet Dana							
Saya berniat menggunakan E-wallet Dana							
Saya akan bertransaksi menggunakan E-wallet Dana							

Lampiran 3

Data Responden

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	z.1	z.2	z.3	x4.1	x4.2	x4.3	x4.4
5	4	4	4	6	6	6	6	4	3	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	1
6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	2	1	2	1	2	1	3	1	2	3	3	2	2	2
6	6	6	4	4	4	4	4	6	6	6	5	5	5	5
7	7	7	7	6	6	6	6	5	5	6	7	6	6	7
1	3	2	4	2	1	3	2	3	1	2	4	3	1	2
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
7	7	6	6	7	7	7	5	7	6	7	7	7	6	5
7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	7	7
7	7	7	7	5	5	7	6	7	7	7	7	7	7	7
6	7	5	6	7	4	5	7	3	6	7	5	6	6	7
3	3	6	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	3	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	4

5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
5	5	5	5	5	6	5	5	6	4	4	5	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	6	6	5	6	6	6	6
4	5	6	7	5	6	7	7	6	7	6	6	7	6	7
6	5	6	7	4	5	5	6	5	6	6	6	6	5	6
5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	7	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7
4	6	6	6	6	5	6	6	6	7	6	6	6	6	5
5	6	6	5	5	7	6	5	6	7	5	5	6	7	7
7	6	6	7	5	6	5	7	6	7	7	7	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	6	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	6	6	6	5	6	7	6	6	6	7	6	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	2	1	1	2	3	3	1	4	4	3	3
3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	6	5	5	4	5	5	6	5	5	6
5	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	7
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5
4	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	7	6	6	6
6	7	7	7	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5
3	2	2	2	4	3	4	3	5	5	4	2	2	2	2
5	5	6	6	6	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4
3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	4	3	3

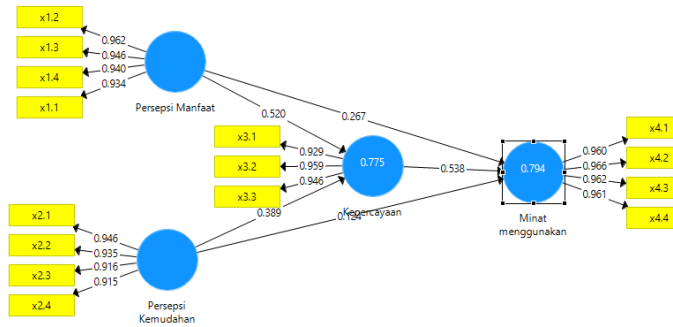
7	6	6	7	6	7	5	6	7	6	5	6	5	6	6
6	7	7	6	5	6	6	5	6	6	7	6	7	7	6
5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	3	6	4	5	4	6	6	4	5	5	5	5	6	5
7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	5	5	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	6	6	7	7	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	3	5	5	6	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
6	6	7	5	6	7	5	6	7	5	6	7	6	6	5
5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5
5	5	5	4	5	4	5	6	6	6	5	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	6	6	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	6	4	5	5	6	5	4	6	6	6	5	5
5	5	6	5	5	4	4	6	6	5	5	6	5	6	5
7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6
6	6	7	6	7	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6
6	7	6	7	5	6	6	7	7	6	5	6	6	6	5
7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6	7	7
5	6	7	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	5	6
5	4	6	7	5	3	5	6	5	4	4	6	5	7	6
5	4	3	4	7	7	6	6	5	5	5	5	7	3	4
7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	6	7	7	7	7
5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	5	5	5
5	6	7	7	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6

6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6
5	7	7	5	7	7	5	7	7	5	5	7	7	7	7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	7	4	4	4	4
5	5	5	5	6	5	6	6	4	4	4	4	4	4	4
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	6	6	6	7	7	7	5	5	5	5	5	5	6	6
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	7	6	6	7	6	7	6	6	7	7	7	6
3	2	2	2	4	4	4	3	2	1	1	1	1	1	1
6	6	5	5	5	6	7	5	6	6	5	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7
6	6	7	5	5	5	5	7	5	4	4	5	5	6	5
4	4	4	4	5	5	5	5	6	6	6	7	7	7	7
5	6	7	7	5	5	5	7	5	6	5	7	6	7	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5
3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5
5	5	5	6	4	4	5	6	5	5	6	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	7	6
7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6
6	6	5	6	5	6	5	5	7	4	5	5	5	5	4

Lampiran 4

Hasil Olah Data Smartpls 3.0

(Outer Model)



Outer Loadings

Matrix	Kepercayaan	Minat menggu...	Persepsi Kemu...	Persepsi Manf...
x1.2				0.962
x1.3				0.946
x1.4				0.940
x2.1			0.946	
x2.2			0.935	
x2.3			0.916	
x2.4			0.915	
x3.1	0.929			
x3.2	0.959			
x3.3	0.946			
x4.1		0.960		
x4.2		0.966		
x4.3		0.962		
x4.4		0.961		
x1.1				0.934

Collinearity Statistics (VIF)

Outer VIF Values	Inner VIF Values	Copy to Clipboa			
	Kepercayaan	Minat menggunakan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat	
Kepercayaan		4.438			
Minat menggu...					
Persepsi Kemu...	4.165	4.838			
Persepsi Manfaat	4.165	5.364			

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Kepercayaan	0.940	0.940	0.961	0.893	
Minat menggu...	0.974	0.974	0.981	0.926	
Persepsi Kemu...	0.946	0.947	0.961	0.862	
Persepsi Manfaat	0.961	0.961	0.971	0.894	

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan	0.775	0.771
Minat menggunakan	0.794	0.789

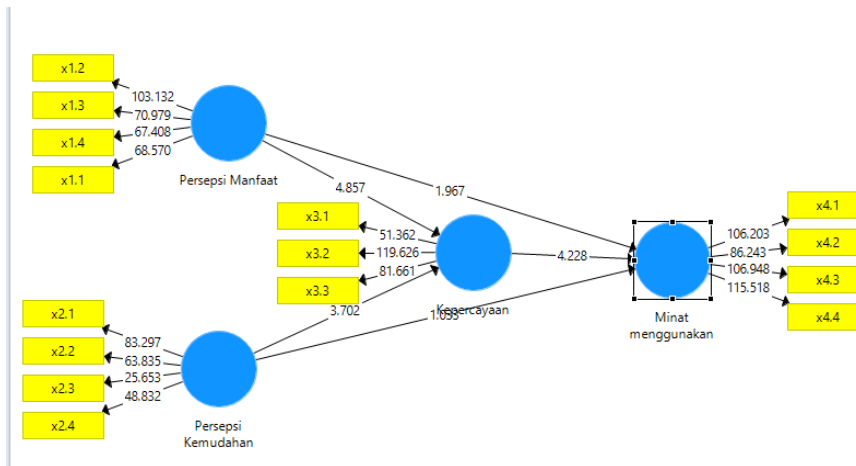
f Square

Matrix	f Square	Copy to Clipboard:
	Kepercayaan	Minat menggunakan
Kepercayaan		0.317
Minat menggunakan		
Persepsi Kemudahan	0.162	0.016
Persepsi Manfaat	0.288	0.065

Model_Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.027	0.027
d_ULS	0.089	0.089
d_G	0.243	0.243
Chi-Square	192.915	192.915
NFI	0.933	0.933

(Inner Model)



Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /ST...)	P Values
Kepercayaan -> Minat menggunakan	0.538	0.536	0.127	4.228	0.000
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan	0.389	0.384	0.105	3.702	0.000
Persepsi Kemudahan -> Minat menggunakan	0.124	0.144	0.120	1.033	0.302
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	0.520	0.526	0.107	4.857	0.000
Persepsi Manfaat -> Minat menggunakan	0.267	0.251	0.136	1.967	0.050

Specific Indirect Effects

	Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	Copy to Clipboard:	
					Excel Format	R Format
		Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat menggunakan		0.210	0.203	0.067	3.117	0.002
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Minat menggunakan		0.280	0.286	0.099	2.813	0.005

Total Indirect Effects

	Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	Copy to Clipboard:	
					Excel F	
		Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Kepercayaan -> Minat menggunakan						
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan						
Persepsi Kemudahan -> Minat menggunakan		0.210	0.203	0.067	3.117	0.002
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan						
Persepsi Manfaat -> Minat menggunakan		0.280	0.286	0.099	2.813	0.005

Lampiran 5

Dokumentasi



Lampiran 6

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Difalia Azzahra
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 1 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Gandekan 2/3, Kertonatan, Kartasura, Sukoharjo
E-mail : difaliaazzahra10@gmail.com
No telp : 089649783677

Riwayat Pendidikan

2005-2006 : Tk Aisyiyah Kertonatan
2006-2013 : SDN 1 Kertonatan
2013-2016 : SMP N 1 Kartasura
2016-2019 : SMA N 1 Kartasura
2019-2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta

