

DOI: [doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01](https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01)

## MINAT PENGGUNAAN *CASHLESS PAYMENT SYSTEM* –DOMPET DIGITAL PADA MAHASISWA DI FE UNJ

**Ika Febrilia**

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Email: [ikafebrilia@unj.ac.id](mailto:ikafebrilia@unj.ac.id)

**Shela Puspita Pratiwi**

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Email: [shelapuspita@unj.ac.id](mailto:shelapuspita@unj.ac.id)

**Irianto Djatikusumo**

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Email: [iriantodjati@unj.ac.id](mailto:iriantodjati@unj.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh: a) *self-efficacy* terhadap *perceived ease of use*; b) *self-efficacy* terhadap *perceived usefulness*; c) *perceived risk* terhadap *perceived usefulness*; d) *perceived risk* terhadap *intention to use*; e) *perceived usefulness* terhadap *intention to use*; f) *perceived ease of use* terhadap *intention to use*; g) *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*; untuk produk dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei, yaitu dengan membagikan kuesioner. Setelah data terkumpul akan dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas instrumen, yang dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan bantuan program Amos 20.0. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan: a) *self-efficacy* terhadap *perceived ease of use*, b) *perceived risk* terhadap *perceived usefulness*, c) *perceived risk* terhadap *intention to use*, serta d) *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*.

**Kata Kunci:** *self-efficacy*, *perceived risk*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *intention to use*, mahasiswa, FE UNJ

## PENDAHULUAN

Teknologi digital saat ini tidak hanya membuka peluang munculnya bisnis baru, namun juga mengubah sistem pembayaran yang berlaku di Indonesia (Sinarmas, 2016). Walaupun masyarakat umumnya masih menggunakan uang tunai dalam bertransaksi, namun perkembangan transaksi non-tunai juga tidak diragukan. Hal ini terbukti dari nominal transaksi yang telah menembus Rp 31,26 triliun pada periode Januari-September 2018. Jumlah ini meningkat lebih dari dua kali lipat dibandingkan tahun 2017 yang hanya mencapai Rp 12,37 triliun, dan naik enam kali lipat dari realisasi tahun 2015 sebesar Rp 5,28 triliun (Gumiwang, 2018).

Salah satu alat pembayaran non-tunai yang kini tengah marak digunakan adalah dompet elektronik atau *e-wallet* atau dompet digital. Dompet digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, yaitu berupa pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dimanfaatkan untuk menampung dana guna melakukan pembayaran (Auliya, 2018). Dompet digital berbasis *server*, sehingga memerlukan perangkat seperti komputer, tablet, atau *smartphone* yang tersambung dengan *server* penerbit melalui jaringan internet jika ingin melakukan transaksi. Berbeda halnya dengan uang elektronik (*e-money*) yang berbasis *chip* yang ditanam di dalam kartu sehingga tidak memerlukan dukungan konektivitas jaringan internet ke *server* pada saat bertransaksi.

Diantara berbagai merek dompet digital yang diperkenalkan kepada masyarakat, terdapat tiga merek yang dianggap sebagai *market leader* di Indonesia, yaitu Go-Pay, OVO, dan T-cash. Pernyataan tersebut didukung diantaranya oleh survei yang dilakukan Daily Social melalui Fintech Report (2018), yang menyebutkan bahwa tingkat kepopuleran *fintech* berdasarkan kategorinya masih didominasi oleh Go-Pay dengan persentase responden mencapai 79,38%; OVO berada di posisi kedua dengan persentase 58,42%; dan T-cash sebagai *platform* dompet digital terpopuler ketiga dengan persentase 55,52%.

Namun, penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran *cashless* tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaan dan risikonya. Seperti halnya yang dikutip dalam Setyowati (2018) yang mengungkapkan bahwa model baru pembayaran dengan menggunakan *Quick Response Code* (QR Code) ini menyimpan potensi masalah (*fraud*) dan telah menuai sorotan dari Bank Indonesia (BI). Hal tersebut dikarenakan kode QR yang bersifat statis atau bisa ditempel dimanapun sehingga memungkinkan adanya pencurian data pengguna seperti *personal identification number* (PIN) hingga pencurian uang milik pengguna tersebut. Risiko lainnya terkait dengan tidak adanya autentifikasi lewat aplikasi dan

PIN, sehingga pembeli dapat saja berpura-pura sudah membayar atau penjual yang mengaku sudah mengirim barangnya.

Terkait penggunaan, kendala yang dialami konsumen adalah mengenai tidak efektif dan tidak efisiennya dompet digital sehingga pada akhirnya hanya menghabiskan waktu pengguna. Seperti halnya yang disimpulkan oleh Laskito (2018) mengenai transaksi yang dapat ditolak *merchant* apabila mesin *reader* ternyata *error* karena mengalami gangguan, terutama jika menggunakan T-Cash. Untuk OVO, biasanya konsumen mengkritik mengenai paket data yang *range*-nya kurang jelas, dan fitur pembayaran *e-wallet* Go-Pay yang cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan fitur yang dimiliki dompet digital lainnya.

Berdasarkan berbagai isu yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan dan menguji sebuah model konseptual mengenai tingkat penerimaan ataupun minat konsumen dalam menggunakan kembali *cashless payment systems* terutama dompet digital T-cash, OVO dan Go-Pay dengan menjadikan mahasiswa di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta sebagai sampel. *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) menjadi dasar dalam penyusunan kerangka penelitian, dengan menambahkan 2 (dua) konstruk yaitu *perceived self-efficacy* dan *perceived risk* seperti halnya yang telah dilakukan dalam penelitian Ozturk (2016). Secara rinci, maka penelitian ini akan menguji pengaruh *self-efficacy* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*; pengaruh *perceived risk* terhadap *perceived usefulness* dan *intention to use*; pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*; serta pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use*.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dirumuskanlah beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut: **1).** Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ? **2).** Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ? **3).** Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ? **4).** Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ? **5).** Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ? **6).** Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ?

7). Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk: **1).** Untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* terhadap *perceived ease of use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **2).** Untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **3).** Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **4).** Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **5).** Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **6).** Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ. **7).** Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

### **TELAAH PUSTAKA**

Bandura (1997) menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan “*people’s judgments of their capabilities to organize and execute courses of action required to attain designated types of performances*”. Hal ini memperkuat pendapat yang dinyatakan sebelumnya bahwa *self-efficacy* merupakan persepsi dan kepercayaan diri yang dimiliki oleh individu terkait dengan kemampuannya dalam mengelola dan memutuskan berbagai tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai kinerja tertentu (Bandura, 1986).

Jika seseorang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi artinya ia yakin memiliki kemampuan yang memadai untuk mengoperasikan sebuah sistem aplikasi hingga mampu meningkatkan kinerjanya dalam organisasi (Wang *et al.*, 2003; Guriting dan Ndubisi, 2006; Kulviwat *et al.*, 2014; Alalwan *et al.*, 2016; Ozturk, 2016; Bailey *et al.*, 2017). Begitu pula dengan keterkaitan antara *self-efficacy* dan *perceived ease of use*. Jika kepercayaan diri yang dimiliki besar maka persepsi bahwa ia dapat menggunakan sistem aplikasi dengan mudah pun juga akan besar, sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Wang *et al.*, 2003; Guriting dan Ndubisi, 2006; Gelbrich dan Sattler, 2014; Kulviwat *et al.*, 2014; Alalwan *et al.*, 2016; Ozturk, 2016; Bailey *et al.*, 2017; Makanyeza, 2017; Leon, 2018; Singh dan Srivastava, 2018).

Menurut Pavlou (2001), *perceived risk* dikonseptualisasikan sebagai “*the consumer’s subjective expectation of suffering a loss in pursuit of a desired outcome*”. Dari definisi tersebut, *perceived risk* dapat dikatakan sebagai harapan seseorang atas sesuatu yang dihasilkan dari sebuah pengorbanan atau perjuangan tertentu. Dengan kata lain, individu bersedia ataupun sukarela menerima segala konsekuensi sebagai bentuk pengorbanan demi mendapatkan hasil seperti yang diharapkannya.

Jika seseorang merasa bahwa risiko yang akan dihadapi jika menggunakan sebuah sistem aplikasi besar, maka keyakinan orang tersebut bahwa aplikasi dapat meningkatkan kinerjanya menjadi rendah. Pendapat ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, yang mencakup penelitian dari Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Ozturk (2016); Hampshire (2017); Naicker dan Merwe (2018); serta Chen (2019). Begitu pula dengan minat individu tersebut untuk menggunakan kembali sistem aplikasi, akan menjadi lebih rendah sejalan dengan kemungkinan risiko yang akan semakin besar dihadapi (Giovanis *et al.*, 2012; Awasthi & Sangle, 2013; Bashir & Madhavaiah, 2015; Alalwan *et al.*, 2016; Ozturk, 2016; Makanyeza, 2017; Wu *et al.*, 2017; serta Naicker & Merwe, 2018).

Menurut Davis *et al.* (1989), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai “*the prospective user’s subjective probability that using a specific application system will increase his or her job performance within an organizational context*”. Dengan kata lain, *perceived usefulness* merupakan sebuah kemungkinan bagi seseorang untuk memiliki kinerja yang lebih baik dalam konteks organisasi melalui penggunaan sistem aplikasi tertentu.

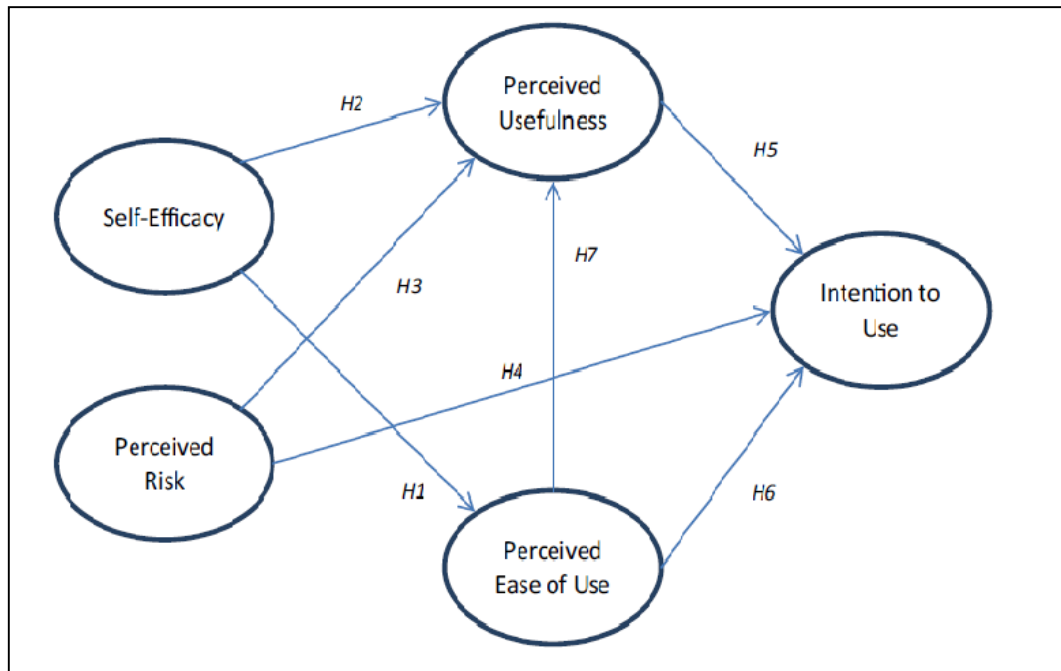
Jika seseorang merasa sistem aplikasi yang ia gunakan dapat meningkatkan kinerjanya, maka kemungkinan orang tersebut untuk menggunakan aplikasi yang sama pun akan semakin besar. Pendapat ini didukung oleh beberapa penelitian, yang diantaranya dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Lu *et al.* (2005); Guriting dan Ndubisi (2006); Lee (2006); Akturan dan Tezcan (2012); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Makanyeza (2017); Wu *et al.* (2017); Leon (2018); Naicker dan Merwe (2018); Chauhan *et al.* (2019); serta Chen (2019).

Davis *et al.* (1989) menyatakan *perceived ease of use* sebagai “*the degree to which the prospective user expects the target system to be free of effort*”, atau dapat diartikan bahwa *perceived ease of use* mengacu pada kemudahan yang diperoleh oleh seorang pengguna ketika ia memutuskan untuk menggunakan sistem aplikasi tertentu.

Jika seseorang merasa aplikasi yang ia temui mudah untuk digunakan maka keyakinan orang tersebut bahwa kinerjanya akan meningkat pun semakin besar. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Lu *et al.* (2005); Lee (2006); Akturan dan Tezcan (2012); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Hampshire (2017); Makanyeza (2017); Leon (2018); Naicker dan Merwe (2018); Chauhan *et al.* (2019); serta Chen (2019).

*Perceived ease of use* juga berpengaruh terhadap *intention to use* (minat dalam menggunakan) sistem aplikasi. Jika seseorang merasa bahwa aplikasi yang ia miliki tidak membutuhkan usaha yang keras dalam pengoperasiannya, maka minat orang tersebut untuk kembali menggunakan sistem aplikasi yang sama pun akan semakin besar. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Guriting dan Ndubisi (2006); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Gelbrich dan Sattler (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Makanyeza (2017); Leon (2018); Singh dan Srivastava (2018); serta Chen (2019).

## MODEL PENELITIAN



**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

## HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan berbagai paparan di atas, dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>2</sub>: *self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>3</sub>: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>4</sub>: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>5</sub>: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>6</sub>: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

H<sub>7</sub>: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dompet digital pada mahasiswa di FE UNJ.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

**Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	60 orang	27,52 %
2	Perempuan	158 orang	72,48 %
	Total	218 orang	100 %

**Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	15 – 20 tahun	132 orang	60,55 %
2	21 – 25 tahun	86 orang	39,45 %
	Total	218 orang	100 %

**Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Platform Dompot Digital yang Biasa Digunakan**

No	Platform	Jumlah Responden	Persentase
1	T-Cash	22 orang	10,09 %
2	Go-Pay	114 orang	52,30 %
3	OVO	82 orang	37,61 %
	Total	218 orang	100 %

**Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi dengan Menggunakan Dompot Digital**

No	Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase
1	1 kali dalam 1 hari	115 orang	52,75 %
2	2 – 3 kali dalam 1 hari	64 orang	29,36 %
3	> 3 kali dalam 1 hari	15 orang	6,88 %
4	Tidak terhitung dalam 1 hari (hampir semua transaksi pembayaran)	24 orang	11,01 %
	Total	218 orang	100 %

Dari berbagai tabel di atas tampak bahwa dari 218 responden yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan sebanyak 158 orang dengan persentase sebesar 72,48%, dan sisanya merupakan responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 60 orang atau setara dengan 27,52%. Dilihat dari sisi usia responden, maka responden paling banyak adalah yang berusia 15 – 20 tahun, mengingat mereka memang



masih mahasiswa pada Strata 1 di Fakultas Ekonomi UNJ yaitu sebanyak 132 orang dengan persentase sebesar 60,55%. Sedangkan sisanya merupakan responden dengan usia 21 – 25 tahun yaitu sebanyak 86 orang atau 39,45%.

Untuk *platform* dompet digital yang biasa digunakan, mayoritas responden menjawab jika Go-Pay merupakan aplikasi favorit mereka, dengan jumlah responden yaitu sebanyak 114 orang atau 52,30%, diikuti oleh pengguna OVO sebanyak 82 orang atau 37,61% dan terakhir responden yang menggunakan T-Cash dengan jumlah 22 orang atau setara 10,09%. Hal ini tentunya tidak mengherankan dikarenakan kebanyakan mahasiswa memanfaatkan aplikasi transportasi berbasis digital seperti Go-jek dan Grab dalam keseharian mereka terutama sebagai moda transportasi untuk berangkat dan pulang dari kampus. Berdasarkan frekuensi transaksi responden dalam menggunakan dompet digital, maka sebagian besar responden mengemukakan bahwa paling sedikit 1 kali dalam 1 hari menggunakan dompet digital, yaitu dengan jumlah responden sebanyak 115 orang atau dengan persentase 52,75%. Responden berikutnya memanfaatkan dompet digital sebanyak 2 – 3 kali dalam 1 hari (29,36%), tidak terhitung dalam 1 hari (11,01%), dan lebih dari 3 kali dalam 1 hari (6,88%).

### Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah *Self-Efficacy* (SE), yang indikatornya terdiri dari SE1 sampai SE6. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh hasil bahwa semua indikator valid dikarenakan *factor loading* < 0,5. Hasil uji validitas untuk variabel *Self-Efficacy* dengan menggunakan analisis faktor ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel *Self-Efficacy***

Kode	Item pernyataan	Factor Loading
SE1	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika ada seseorang yang mau membantu saya menggunakannya.	0,801
SE2	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika semua orang telah <i>familiar</i> dan dapat membantu saya ketika <i>stuck</i> .	0,832
SE3	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika ada seseorang yang bersedia menunjukkan kepada saya mengenai cara penggunaannya.	0,870
SE4	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika saya telah melihat banyak orang menggunakannya lebih dulu.	0,716
SE5	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika terdapat fasilitas bantuan dalam penggunaannya.	0,691

SE6	Saya akan menggunakan alat pembayaran dompet digital jika saya mendapatkan referensi manual yang dapat membantu saya menggunakannya.	0,657
-----	--	-------

Variabel independen kedua dalam penelitian ini adalah *Perceived Risk* (PR), yang *item-itemnya* dituliskan dalam kode PR1 hingga PR4. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS 20, terdapat 1 *item* (PR1) yang tidak valid dikarenakan *factor loading* < 0,5. Hasil uji validitas untuk variabel *Perceived Risk* dengan menggunakan analisis faktor ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Risk***

Kode	Item pernyataan	Factor Loading
PR1	Dompet digital tidak akan membuat saya frustrasi karena <i>performance</i> -nya yang buruk.	0,473 (Tidak Valid)
PR2	Transaksi pembayaran dengan menggunakan dompet digital akan berjalan efektif sesuai dengan ekspektasi saya.	0,751
PR3	Transaksi pembayaran dengan menggunakan dompet digital sangatlah efektif, sebanding dengan biaya yang harus saya keluarkan.	0,837
PR4	Jika dibandingkan dengan alat pembayaran digital lainnya (seperti <i>e-money</i> ), saya merasa alat pembayaran dompet digital lebih bermanfaat.	0,804

Untuk variabel ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* (PU). yang *item-itemnya* dituliskan dalam kode PU1 hingga PU4. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS 20, terdapat 1 *item* (PU1) yang tidak valid dikarenakan *factor loading* < 0,5. Hasil uji validitas untuk variabel *Perceived Usefulness* dengan menggunakan analisis faktor ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness***

Kode	Item pernyataan	Factor Loading
PU1	Saya merasa bahwa transaksi pembayaran menjadi lebih sulit dilakukan jika tidak menggunakan dompet digital.	0,403 (Tidak Valid)
PU2	Saya merasa telah menghemat waktu jika menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran.	0,853
PU3	Secara keseluruhan, alat pembayaran dengan menggunakan dompet digital sangat bermanfaat bagi saya.	0,884
PU4	Saya merasa dengan menggunakan alat pembayaran dompet digital, proses pembayaran menjadi lebih efektif efisien.	0,890

Variabel berikutnya yang digunakan dalam penelitian adalah variabel *perceived ease of use* sebagai variabel ke empat, yang dituliskan dalam kode PeoU1 hingga PeoU4. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS 20, terdapat 1 *item* (PeoU4) yang tidak

valid dikarenakan *factor loading* < 0,5. Hasil uji validitas untuk variabel *Perceived Ease of Use* dengan menggunakan analisis faktor ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use***

Kode	Item pernyataan	Factor Loading
PeoU1	Menurut saya, penggunaan alat pembayaran dengan dompet digital tidak akan membuat saya bingung.	0,778
PeoU2	Saya yakin alat pembayaran dompet digital dapat mudah dipahami oleh semua orang.	0,831
PeoU3	Secara keseluruhan, alat pembayaran dompet digital mudah untuk digunakan.	0,861
PeoU4	Saya merasa bahwa transaksi yang dilakukan menjadi tidak praktis karena menggunakan dompet digital.	0,171 (Tidak Valid)

Variabel *Intention to Use* merupakan variabel dependen yang indikatornya terdiri dari IU1 sampai IU3. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh hasil bahwa semua indikator valid dikarenakan *factor loading* < 0,5. Hasil uji validitas untuk variabel *intention to use* dengan menggunakan analisis faktor ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel *Intention to Use***

Kode	Item pernyataan	Factor Loading
IU1	Saya memiliki keinginan yang besar untuk bertransaksi dengan menggunakan alat pembayaran dompet digital.	0,811
IU2	Dalam setiap transaksi pembayaran seharusnya saya menggunakan dompet digital.	0,898
IU3	Saya berencana untuk “selalu” menggunakan dompet digital pada setiap transaksi pembayaran yang harus saya lakukan.	0,891

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan konsistensi responden dalam memberikan respon terhadap keseluruhan *item* yang mewakili 5 (lima) variabel dalam penelitian ini. Dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 20, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 atau > 0,6. Tabel di bawah ini menunjukkan ringkasan hasil uji reliabilitas untuk keseluruhan variabel, meliputi variabel *Self-Efficacy*, *Perceived Risk*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*.

**Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha
Self-Efficacy	0,857
Perceived Risk	0,714
Perceived Usefulness	0,845
Perceived Ease of Use	0,746
Intention to Use	0,835

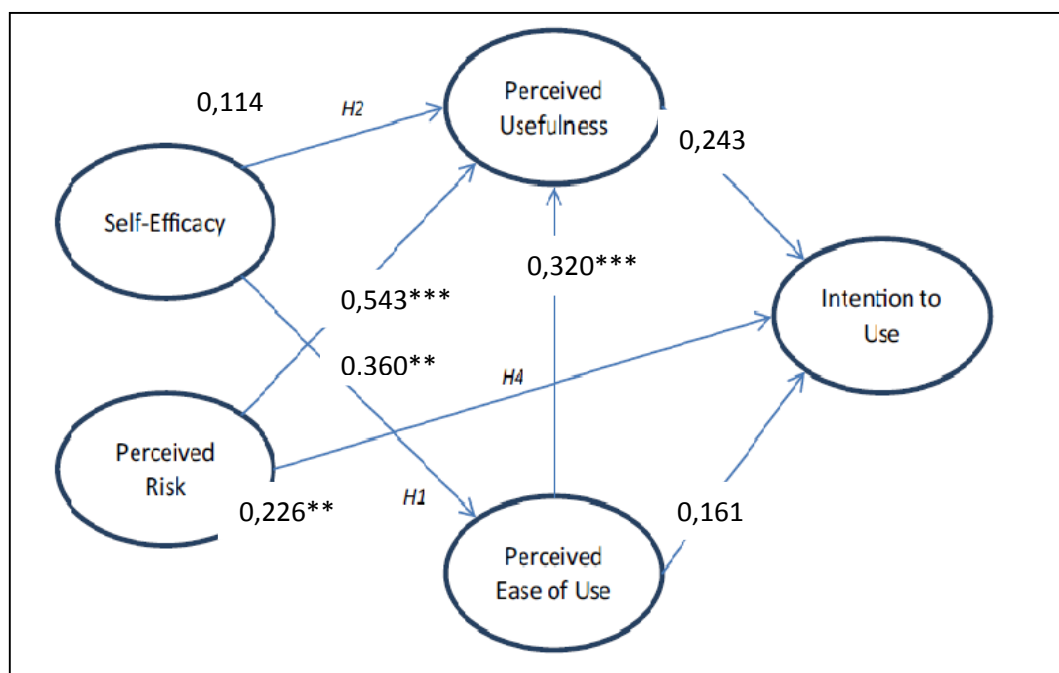
**Hasil Uji Hipotesis dengan Menggunakan SEM**

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian dengan menggunakan AMOS 20.0.

**Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis**

Hubungan antar variabel	Estimate	S.E	C.R	Probability
Self-Efficacy → Perceived Ease of Use	0,226	0,083	2,742	0,006
Self-Efficacy → Perceived Usefulness	0,114	0,065	1,735	0,083
Perceived Risk → Perceived Usefulness	0,543	0,083	6,515	***
Perceived Risk → Intention to Use	0,360	0,125	2,880	0,004
Perceived Usefulness → Intention to Use	0,243	0,130	1,869	0,062
Perceived Ease of Use → Intention to Use	0,161	0,094	1,711	0,087
Perceived Ease of Use → Perceived Usefulness	0,320	0,078	4,078	***

**Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis**



Untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan *software* AMOS. Hasil dari uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease of use* pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta ( $\beta = 0,226$ ;  $p < 0,01$ ). Hal ini berarti bahwa semakin mahasiswa yakin dapat menggunakan alat pembayaran dompet digital dengan mudah, maka mereka pun akan merasa bahwa aplikasi pembayaran tidak akan membuatnya bingung dan justru menjadikan transaksi yang dilakukan menjadi semakin praktis, sehingga  $H_1$  diterima. Hasil dari uji hipotesis ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Guriting dan Ndubisi (2006); Gelbrich dan Sattler (2014); Kulviwat *et al.* (2014); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Makanyeza (2017); Leon (2018); serta Singh dan Srivastava (2018).

Hasil uji hipotesis yang pertama tersebut bertentangan dengan hasil uji hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara *self-efficacy* dan *perceived usefulness* pada mahasiswa di FE UNJ ( $\beta = 0,114$ ;  $p > 0,05$ ). Angka ini menggambarkan bahwa walaupun mahasiswa merasa tidak akan mengalami kesulitan dalam menggunakan alat pembayaran dompet digital, namun bukan berarti metode ini dapat menghemat waktu mereka dan menjadikan proses pembayaran menjadi lebih efektif efisien, sehingga  $H_2$  ditolak. Hasil dari uji hipotesis ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Guriting dan Ndubisi (2006); Kulviwat *et al.* (2014); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); serta Bailey *et al.* (2017).

Untuk uji hipotesis yang ketiga, peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived risk* dan *perceived usefulness* pada mahasiswa-mahasiswa di FE UNJ ( $\beta = 0,543$ ;  $p < 0,001$ ), sehingga  $H_3$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika para mahasiswa percaya metode pembayaran dengan dompet digital akan berfungsi sesuai dengan ekspektasi mereka maka tingkat kepuasan mahasiswa akan manfaat dompet digital pun akan semakin besar. Kesimpulan pada hipotesis ketiga ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Ozturk (2016); Hampshire (2017); Naicker dan Merwe (2018); serta Chen (2019).

Selanjutnya pengujian terhadap hipotesis ke-empat yang menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* mahasiswa FE UNJ pada alat pembayaran dompet digital ( $\beta = 0,360$ ;  $p < 0,01$ ), sehingga  $H_4$  pun diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa ketika mahasiswa merasa transaksi pembayaran dengan menggunakan dompet digital sangatlah efektif dan bermanfaat, sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan, maka keinginan untuk selalu memanfaatkan dompet digital pada setiap transaksi pembayaran akan semakin meningkat. Angka positif dan signifikan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Bashir dan Madhavaiah (2015); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Makanyeza (2017); Wu *et al.* (2017); serta Naicker dan Merwe (2018).

Dalam pengujian hipotesis kelima, diperoleh hasil yang bertentangan dengan hasil uji hipotesis sebelumnya, yaitu tidak adanya pengaruh antara variabel *perceived usefulness* dan *intention to use* pada mahasiswa di FE UNJ dalam menggunakan alat pembayaran dompet digital ( $\beta = 0,243$ ;  $p > 0,05$ ), sehingga  $H_5$  ditolak. Hasil ini menggambarkan bahwa meskipun mahasiswa mengakui alat pembayaran ini bermanfaat namun tidak pada setiap transaksi mahasiswa merasa perlu untuk menggunakan dompet digital. Hasil uji hipotesis ini akhirnya memberikan penegasan bahwa dalam penelitian ini ternyata memiliki kesimpulan yang berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Wang *et al.* (2003); Lu *et al.* (2005); Guriting dan Ndubisi (2006); Lee (2006); Akturan dan Tezcan (2012); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Makanyeza (2017); Wu *et al.* (2017); Leon (2018); Naicker dan Merwe (2018); Chauhan *et al.* (2019); serta Chen (2019).

Dalam pengujian hipotesis berikutnya ditemukan hasil yang tidak berbeda dengan pengujian hipotesis kelima, yaitu tidak berpengaruhnya *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada penggunaan dompet digital oleh mahasiswa-mahasiswa di FE UNJ, sehingga  $H_6$  ditolak ( $\beta = 0,161$ ;  $p > 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa persepsi mahasiswa atas kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaan dompet digital tidak membuat mereka akan selalu menggunakan dompet digital pada setiap transaksi yang dilakukan. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang telah sebelumnya dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Guriting dan Ndubisi (2006); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Gelbrich dan Sattler (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Alalwan *et al.* (2016); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Makanyeza (2017); Leon (2018); Singh dan Srivastava (2018); serta Chen (2019).

Hipotesis yang terakhir menguji pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, yang diperoleh hasil positif dan signifikan ( $\beta = 0,320$ ;  $p < 0,001$ ), sehingga  $H_6$

diterima. Positif dan signifikan ini juga mengindikasikan bahwa semakin mahasiswa di FE UNJ merasa aplikasi dompet digital dapat dengan mudah ia pahami maka proses pembayaran yang efektif dan efisien pun dapat tercipta. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wang *et al.* (2003); Lu *et al.* (2005); Lee (2006); Akturan dan Tezcan (2012); Giovanis *et al.* (2012); Awasthi dan Sangle (2013); Ahn *et al.* (2014); Mohammadi (2014); Bashir dan Madhavaiah (2015); Mohammadi (2015); Ozturk (2016); Bailey *et al.* (2017); Hampshire (2017); Makanyeza (2017); Leon (2018); Naicker dan Merwe (2018); Chauhan *et al.* (2019); serta Chen (2019).

### KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: **1).** Hasil pengujian hipotesis mendukung adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *self-efficacy* terhadap *perceived ease of use* alat pembayaran dompet digital pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. **2).** Tidak ada pengaruh antara *self-efficacy* dan *perceived usefulness* pada mahasiswa di FE UNJ dalam penggunaan alat pembayaran dompet digital. **3).** Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived risk* dan *perceived usefulness* pada mahasiswa-mahasiswa di FE UNJ dalam memanfaatkan alat pembayaran dompet digital. **4).** *Perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* mahasiswa FE UNJ pada alat pembayaran dompet digital. **5).** Tidak adanya pengaruh antara variabel *perceived usefulness* dan variabel *intention to use* pada mahasiswa di FE UNJ dalam menggunakan alat pembayaran dompet digital. **6).** Tidak berpengaruhnya *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada penggunaan dompet digital oleh mahasiswa-mahasiswa di FE UNJ. **7).** Hipotesis yang terakhir menguji pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada penggunaan dompet digital oleh mahasiswa-mahasiswa di FE UNJ, yang diperoleh hasil positif dan signifikan.

Saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini terkait dengan ditemukannya hasil *goodness of fit model* yang tidak semuanya sesuai dengan kriteria penerimaan model atas nilai-nilai *fit*. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti terhadap keterbatasan tersebut di atas berupa eksplorasi lebih banyak jurnal penelitian untuk menambah referensi terutama yang membahas mengenai minat penggunaan *cashless payment system* – dompet digital. Selain itu, penambahan *item-item* ataupun indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel, serta memperluas ruang lingkup responden kemungkinan dapat diaplikasikan pada

penelitian berikutnya untuk mendapatkan model yang secara umum memiliki *goodness of fit* yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahn, T., Suh, Y.I., Lee, J.K. dan Pedersen, P.M. (2014), "Understanding purchasing intentions in secondary sports ticket websites", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, Vol. 16, No. 1, pp. 35-49.

Akturan, U. dan Tezcan, N. (2012), "Mobile banking adoption of the youth market: perceptions and intentions", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30, No. 4, pp. 444-459.

Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., dan Williams, M.D. (2016), "Consumer adoption of mobile banking in Jordan: examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 29, No.1, pp. 118-139.

Aldien, R.R. (2017), *Dompnet elektronik, satu aplikasi untuk semua kebutuhan*. (Diakses dari <https://marketing.co.id/dompnet-elektronik-satu-aplikasi-untuk-semua-kebutuhan/> pada tanggal 03 Maret 2019).

Antoni, J., Leung, K. dan Knowles, G. (2002), "Critical success factors of TQM implementation in Hongkong Industries", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 19, No. 5, pp. 551-566.

Arbuckle, J.L. (2005), *AMOS 6.0 User's Guide*, Spring House, AMOS Development Corp, PA.

Auliya, M. (2018), *Bayar tagihan dengan GoPay atau OVO, amankah?* (Diakses dari <https://www.domainsia.com/tips/dompnet-elektronik-adalah/> pada tanggal 03 Maret 2019).

Awasthi, P. dan Sangle, P.S. (2013), "The importance of value and context for mobile CRM services in banking", *Business Process Management Journal*, Vol. 19, No. 6, pp. 864-891.

Bailey, A.A., Pentina, I., Mishra, A.S., Mimoun, M.S.B. (2017), "Mobile payment adoption by US consumers: an extended TAM", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 45, No. 6, pp. 626-640.

Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Bandura, A. (1997), *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, W.H. Freeman, New York, NY.

Bashir, I. dan Madhavaiah, C. (2015), "Consumer attitude and behavioural intention towards internet banking adoption in India", *Journal of Indian Business Research*, Vol. 7, No. 1, pp.67-102.



Chau, P.Y.K. dan Hu, P. (2001), "Information technology acceptance by individual professionals: a model comparison approach", *Decision Sciences*, Vol. 32, No. 4, pp. 699-719.

Chauhan, V., Yadav, R. dan Choudhary, V. (2019), "Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption: a study of Indian consumers", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 37, No. 1, pp. 323-339.

Chen, N.H. (2019), "Extending a TAM-TTF model with perceptions toward telematics adoption", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 31, No. 1, pp.37-54.

CNBC Indonesia. (2019), "T-Cash jadi LinkAja, BUMN bersatu tantang Go-Pay & OVO". (Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190204094616-37-53708/t-cash-jadi-linkaja-bumn-bersatu-tantang-go-pay-ovo> pada tanggal 31 Maret 2019).

Compeau, D.R. dan Higgins, C.A. (1995), "Computer self-efficacy: development of measure and initial test", *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, pp. 189-211.

Daily Social. (2018), "Laporan Daily Social: Fintech Report 2018". (Diakses dari <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018> pada tanggal 31 Maret 2019).

Davis, F.D. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-340.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. (1989), "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models", *Management Science*, Vol. 35 No. 8, pp. 982-1003.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. dan Warshaw, P.R. (1992), "Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22, No. 14, pp. 1111-1132.

Gelbrich, K., dan Sattler, B. (2014), "Anxiety, crowding, and time pressure in public self-service technology acceptance", *Journal of Services Marketing*, Vol. 28, No. 1, pp. 82-94.

Giovanis, A.N., Binioris, S. dan Polychronopoulos, G. (2012), "An extension of TAM model with IDT and security/privacy risk in the adoption of internet banking services in Greece", *EuroMed Journal of Business*, Vol. 7, No. 1, pp. 24-53.

Gumiwang, R. (2018), *Jorjoran adu "Bakar Uang" Go-Pay dan OVO*. (Diakses dari <https://tirto.id/jorjoran-adu-bakar-uang-go-pay-dan-ovo-c8u1> pada tanggal 03 Maret 2019).

Guriting, P. dan Ndubisi, N.O. (2006), "Borneo online banking: evaluating customer perceptions and behavioural intention", *Management Research News*, Vol. 29, No. 1, pp. 6-15.

Hair, J.F, Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L. dan Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis, (5th Edition)*, Upper Saddle River, Prentice Hall, NJ.

Hampshire, C. (2017), "A mixed methods empirical exploration of UK consumer perceptions of trust, risk and usefulness of mobile payments", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 35, No. 3, pp. 354-369.

Im, I., Kim, Y. dan Han, H. (2008), "The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies", *Information & Management*, Vol. 45, No. 1, pp. 1-9.

Kulviwat, S., Bruner II, G.C., dan Neelankavil, J.P. (2014), "Self-efficacy as an antecedent of cognition and affect in technology acceptance", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31, No. 3, pp. 190-199.

Laskito, I. (2018), "OVO, Go-Pay dan T-cash: mana lebih untung?". (Diakses dari <https://www.loyalhackers.com/ovo-gopay-dan-tcash/> pada tanggal 31 Maret 2019).

Laucereno, S.F. (2019), "BUMN bikin perusahaan pesaing Go-Pay dan OVO". (Diakses dari <https://finance.detik.com/moneter/d-4427436/bumn-bikin-perusahaan-pesaing-gopay-dan-ovo> pada tanggal 31 Maret 2019).

Lee, Y.C. (2006), "An empirical investigation into factors influencing the adoption of an e-learning system", *Online Information Review*, Vol. 30, No. 5, pp. 517-541.

Leon, S. (2018), "Service mobile apps: a millennial generation perspective", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 118, No. 9, pp. 1837-1860.

Lu, H.P., Hsu, C.L. dan Hsu, H.Y. (2005), "An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications:", *Information Management & Computer Security*, Vol. 13, No. 2, pp. 106-120.

Makanyeza, C. (2017), "Determinants of consumers' intention to adopt mobile banking services in Zimbabwe", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 35, No. 6, pp. 997-1017.

Mohammadi, H. (2014), "The moderating role of individual and social factors in internet banking loyalty: an exploratory study", *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 8, No. 3, pp. 420-446.

Mohammadi, H. (2015), "A study of mobile banking usage in Iran", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 6, pp. 733-759.

Naicker, V. dan Merwe, D.B. (2018), "Managers' perception of mobile technology adoption in the Life Insurance industry", *Information Technology & People*, Vol. 31, No. 2, pp.507-526.

Ozturk, A.B. (2016), "Customer acceptance of cashless payment systems in the hospitality industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*", Vol. 28, No. 4, pp. 801-817.

Pavlou, P.A. (2001), "Integrating trust in electronic commerce with the technology acceptance model: model development and validation", in DeGross, J. (Ed.), *Proceedings of*

the Seventh Americas Conference in Information Systems, ACM, New York, NY, pp. 816-822.

Setyowati, D. (2018), “Tren baru pembayaran kode QR yang menyimpan masalah”. (Diakses dari <https://katadata.co.id/berita/2018/09/11/tren-baru-pembayaran-kode-qr-yang-menysimpan-masalah> pada tanggal 31 Maret 2019).

Sinarmas. (2016), *Teknologi digital mengubah sistem pembayaran di Indonesia*. (Diakses dari <http://www.sinarmas.com/blog/?p=22> pada tanggal 03 Maret 2019).

Singh, S. dan Srivastava, R.K. (2018), “Predicting the intention to use mobile banking in India”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36, No. 2, pp. 357-378.

Wang, Y.S., Wang, Y.M., Lin, H.H. dan Tang, T.I. (2003), “Determinants of user acceptance of internet banking: an empirical study”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 5, pp. 501-519.

Wu, J., Liu, L. dan Huang, L. (2017), “Consumer acceptance of mobile payment across time: antecedents and moderating role of diffusion stages”, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 117, No. 8, pp. 1761-1776.