

Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual pada aplikasi pembayaran digital?

Fazriansyah^{1✉}, Nilam Anggar Sari², Mawardi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara

Abstrak

Kehadiran sistem pembayaran berupa E-Wallet telah menggantikan peranan uang tunai, namun hadirnya sistem informasi baru membutuhkan proses transisi bagi penerimaannya mengingat adanya proses konflik dalam adaptasi. Sebagian masyarakat masih berfikir bahwa teknologi pembayaran akan menyulitkan mereka dalam bertransaksi karena sudah terbiasa dan nyaman dengan cara pembayaran manual. Seiring dengan populernya aplikasi pembayaran digital ternyata tidak dibarengi dengan tingginya intention to use serta actual use pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kutai Kartanegara. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Technology Acceptance Model (TAM) yang terdiri atas variable persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual dalam aplikasi pembayaran digital. Sampel penelitian yaitu 70 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara yang menggunakan aplikasi pembayaran digital. Analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Niat untuk menggunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual.

Kata kunci: Persepsi kemudahan penggunaan; persepsi kegunaan; niat untuk menggunakan; penggunaan aktual

Does the perception of ease of use and the perception of usability affect the intention to use and actual use of digital payment applications?

Abstract

The presence of a payment system in the form of an E-Wallet has replaced the role of cash, but the presence of a new information system requires a transition process for its acceptance given the conflict process in adaptation. Some people still think that payment technology will make it difficult for them to transact because they are used to and comfortable with manual payments. Along with the popularity of digital payment applications, it is not accompanied by high intention to use and actual use by students of the Faculty of Economics and Business, University of Kutai Kartanegara. This study aims to test and analyze the Technology Acceptance Model (TAM) which consists of variables of perceived ease of use, perceived usefulness, intention to use and actual use in digital payment applications. The research sample is 70 students of the Faculty of Economics and Business, University of Kutai Kartanegara who use digital payment applications. Data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) using Smart PLS software version 3.2.7. The results showed that perceived ease of use had a positive and significant effect on intention to use. Perceived usefulness has a positive and significant effect on intention to use. Intention to use has a positive and significant effect on actual use.

Key words: Perceived ease of use; perceived usefulness; intention to use; actual use

PENDAHULUAN

Aplikasi pembayaran digital merupakan bentuk sejumlah nilai uang yang disimpan seseorang pada sebuah media elektronik yang sudah diakui dan secara resmi telah diterima sebagai model alat pembayaran. Pembayaran model ini dimanfaatkan sebagai alat transaksi pembayaran yang bernilai kecil seperti pembayaran belanja online, pembayaran tagihan, pembayaran tiket pesawat yang sekarang mulai menggunakan aplikasi pembayaran digital yang didalamnya terisi uang elektronik, juga sebagai transaksi pembayaran bernilai besar seperti pembayaran jual beli barang pada online shopping dan transaksi pembayaran pada antar pelaku bisnis lainnya. Pada masa pandemi Covid-19, E-Wallet semakin digunakan sebagai alat pembayaran karena tidak perlu bersentuhan dengan uang (cashless). Hal ini sesuai dengan anjuran kebijakan jaga jarak atau physical distancing dari World Health Organization (WHO) yang membuat banyak konsumen terinspirasi untuk melakukan aktivitas dengan kontak seminim mungkin, termasuk melakukan transaksi pembayaran (Aji et al, 2020). Sifat dari E-Wallet memang untuk menggantikan keberadaan dompet fisik dengan uang kertas, koin, kartu, dan lain sebagainya (Olsen et al, 2011).

Persaingan aplikasi pembayaran digital di Indonesia yang bermunculan menunjukkan bahwa pembayaran mobile semakin digemari dalam lingkungan masyarakat. Terdapat dua sudut pandang masyarakat terhadap produk ini. Pertama, manfaat/kemudahan aplikasi pembayaran digital akan dirasakan masyarakat sehingga dapat merubah pola pikir dan serta dapat meningkatkan status sosial pada dirinya. Kedua, sebagian dari masyarakat masih berfikir bahwa teknologi pembayaran baru hanya akan mempersulit mereka dalam bertransaksi karena mereka sudah terbiasa dan nyaman dengan cara pembayaran lama atau manual. Berdasarkan data survei yang didapatkan, aplikasi e-wallet dengan tingkat kepopuleran di Indonesia Lima besarnya diduduki oleh ShoppePay, Go-Pay, OVO, Dana dan LinkAja. Perusahaan-perusahaan penyedia layanan aplikasi e-wallet tersebut memang tidak asing lagi bagi masyarakat, karena kelimanya selalu memberikan tawaran menarik yang menguntungkan penggunanya dengan tujuan menarik minat konsumen untuk terus bertransaksi dengan layanan e-wallet mereka.

Tabel 1.

Aplikasi Pembayaran Digital Populer di Indonesia	
Nama aplikasi	Developer
ShopeePay	PT. Shopee Internasional Indonesia
OVO	PT. Visionet Internasional
Go-Pay	PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa
Dana	PT. Elang Sejahtera Mandiri
LinkAja	PT. Fintek Karya Nusantara

Hadirnya sistem informasi baru membutuhkan proses transisi bagi penerimaannya mengingat adanya proses konflik dalam adaptasi. Seiring dengan perkembangan dan kepopuleran aplikasi pembayaran digital tidak dibarengi dengan tingginya tingkat penggunaan aplikasi pembayaran digital di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, berdasarkan hasil wawancara sebagian besar mahasiswa yang tidak menggunakan digital payment dikarenakan lebih memilih melakukan pembayaran secara tunai. Dalam penelitian ini digunakan salah satu model yang telah banyak digunakan untuk menganalisis suatu penerimaan teknologi informasi yaitu dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dapat menjadi grand theory dalam memprediksi dan menganalisa niat menggunakan dan penggunaan aktual pembayaran berbasis digital pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Technology Acceptance Model merupakan proses integrasi teknologi yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan tentang persepsi pengguna dapat menentukan perilaku mereka dalam memanfaatkan teknologi. Model Technology Acceptance Model (TAM) banyak digunakan untuk membantu menjelaskan dan memprediksi keinginan pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi informasi. Terdapat dua unsur yang berperan dalam integrasi teknologi sehingga masyarakat bersedia menerima teknologi tersebut yaitu persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan dalam penggunaan (perceived ease of use). Persepsi Kemudahan Penggunaan (perceived ease of use) didefinisikan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan sebuah teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami (Nasri dan Charfeddine, 2012). Selanjutnya variable eksogen Persepsi Kegunaan (perceived usefulness)

didefinisikan oleh Wallace et al. (2014) dalam Aulina Refila (2018) persepsi kegunaan menjelaskan tingkat keyakinan seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi yang mana teknologi tersebut dapat memaksimalkan pekerjaan mereka. Aplikasi e-wallet menawarkan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penggunaannya. Seperti pembayaran belanja baik online maupun di toko ritel, membayar tagihan, tiket transportasi, tiket entertainment (hiburan), transfer dana, dan masih banyak lagi. Sehingga konsumen menjadi cenderung berminat untuk menggunakan dan meningkatkan penggunaan e-wallet dalam bertransaksi, karena banyaknya manfaat yang dirasakan untuk mengakses berbagai jenis pembayaran yang dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Menurut Henderson dan Divett (2003) persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang positif akan secara langsung mempengaruhi niat penggunaan. Penelitian Lee et.al (2006) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan. Kusumah (2009) dalam Refina Aulia (2018) mendefinisikan niat untuk menggunakan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut untuk mendorong mencapai sebuah tujuan. Namun, banyak pemasar yang mengalami kesulitan karena seringkali konsumen yang memiliki niat berperilaku tidak selalu mengefektifkan niat berperilaku mereka ke dalam perilaku penggunaan (Arts et al, 2011) sehingga di dalam model penerimaan teknologi ditambahkan predictor perilaku, yaitu penggunaan actual (actual use) . Niat menggunakan pada mahasiswa akan menghantarkan persepsi mahasiswa ataupun calon pengguna aplikasi e-wallet kepada kepuasan (perceived). Jika minat mereka untuk menggunakan aplikasi e-wallet semakin besar maka mereka tidak ragu lagi untuk menggunakan e-wallet untuk bertransaksi, sehingga mereka bisa merasakan sendiri kepuasan yang telah di perkirakan saat sebelum menggunakan e-wallet.

Selanjutnya variable endogen Penggunaan Aktual didefinisikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata Davis (1989). Suatu kondisi nyata seseorang pengguna dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi, durasi waktu penggunaan, penggunaan yang berulang-ulang dan penggunaan yang lebih sering terhadap penggunaan suatu teknologi, niat menggunakan aplikasi e-wallet pada mahasiswa cenderung ketika hanya melakukan pembelian dan pembayaran saja.

Penelitian terdahulu digunakan sebagai kajian empiris dalam penelitian ini. Penelitian Anggraeni (2015) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, dan niat penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan actual layanan jejaring social berbasis lokasi. Lee et al (2006) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan. Kemudahan penggunaan IIT (Image interactivity technology) memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan tentang produk pakaian yang mengarah ke niat perilaku positif (misalnya niat untuk membeli, niat untuk kembali ke situs, dan niat untuk merekomendasikan toko online). Penelitian yang dilakukan oleh Aghdaie et al (2012) menunjukkan bahwa penggunaan actual dipengaruhi oleh niat berperilaku pada penerimaan instrument viral marketing, misalnya Facebook.

METODE

Prosedur Pengumpulan dan Pemilihan Sampel

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kutai Kartanegara dimana penentuan responden dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penggunaan purposive sampling ini berdasarkan kriteria-kriteria tertentu Adapun syarat yang digunakan adalah sebagai berikut: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unikarta (Angkatan 2018-2021) yang menggunakan aplikasi pembayaran digital (ShopeePay, Go-Pay, DANA, OVO, LinkAja)

Pedoman untuk menentukan jumlah sampel adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Ferdinand (2014) dalam Putri (2020) menyatakan jumlah sampel adalah 5-10 dikali jumlah indikator yang akan dianalisis. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 14, maka jumlah sampel yang

digunakan adalah, $14 \times 5 = 70$. Dari hasil perhitungan rumus tersebut, dapat diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 70 responden.

Model Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan software Smart-PLS Versi 3.2.7, yang diajukan dalam penelitian ini.

Merancang Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas

Convergent Validity

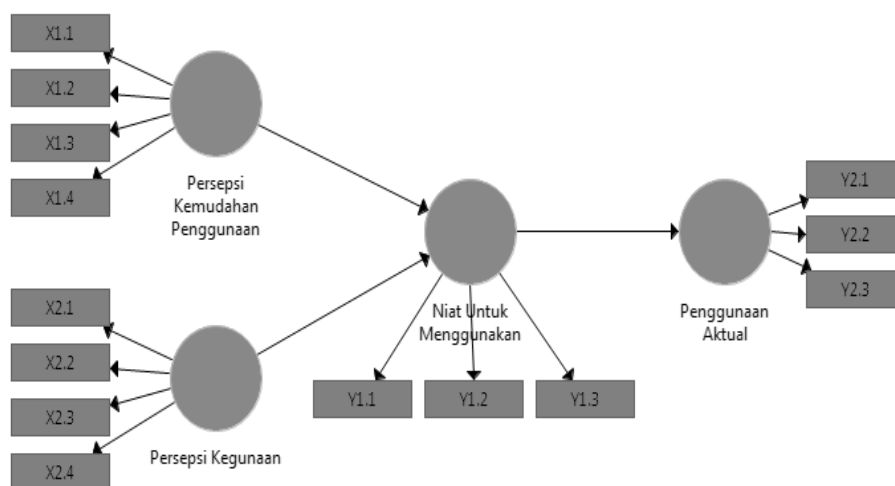
Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score yang dihitung dengan PLS. ukuran korelasi dikatakan valid jika berkorelasi lebih dari >0.70 dengan konstruk yang diukur.

Discriminant Validity atau dengan Average Variance Extracted (AVE)

Pengukuran indikator refleksif berdasarkan cross loading dengan variabel latennya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Ghozali, 2014:40).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada model SEM-PLS digunakan sebagai salah satu evaluasi untuk model pengukuran (outer model). Variable laten dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik apabila nilai composite reliability lebih besar dari 0,7 dan nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,7.



Gambar 1.

Model Analisis Persamaan Struktural

Merancang Model Struktural (Inner Model)

Menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substansi theory. Model persamaannya sebagai berikut:

$$\eta = \beta_0 + \beta \eta + \Gamma \xi + \delta \quad (1)$$

Dimana:

β_0 = (beta nol) koefisien konstanta

β = (beta) koefisien variabel laten

η = (eta) vektor endogen(dependen) variabel laten

Γ = (gji) koefisien variabel exogen

ξ = (xi) vektor variabel exogen

δ = (zeta) vektor variabel residual

Oleh karena PLS didesain untuk model recursive maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel dependen, atau sering disebut causal chain system dari variabel laten dapat di spesifikasikan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_b \gamma_{jb} \xi_b + \delta_j \quad (2)$$

Dimana β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan prediktor endogen dan variabel laten exogen ξ dan η sepanjang range indeks i dan b , dan δ_j adalah inner residual variabel.

Pengujian Hipotesis

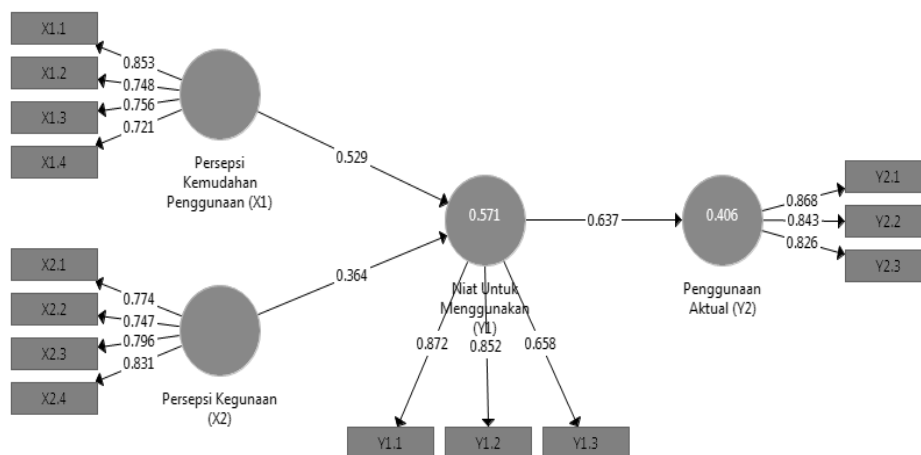
Berdasarkan tujuan dari penelitian, maka rancangan uji hipotesis yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga batas ketidakakuratan sebesar $(\alpha) = 5\% = 0,05$ dan menghasilkan nilai t-tabel untuk hipotesis onetailed atau hipotesis satu ekor sebesar 1,96 sehingga dapat disimpulkan jika nilai t-statistik tidak lebih kecil dari nilai t-tabel ($t\text{-statistik} < 1,96$), maka hipotesis yang diajukan diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dengan Convergent Validity

Convergent validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar item/skor component score yang diestimasi dengan software Smart-PLS. Ukuran untuk indikator reflektif individual dikatakan tinggi jika nilai cross loading $\geq 0,70$ dengan konstruk yang diukur.

Berikut ini perhitungan awal dari Smart-PLS Versi 3.2.7 hasil untuk outer loading untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel 2 dan untuk hasil model penelitian ini dapat digambarkan seperti tampak gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2.

Output Diagram Dari Algoritma PLS

Tabel 2.

Outer Loading

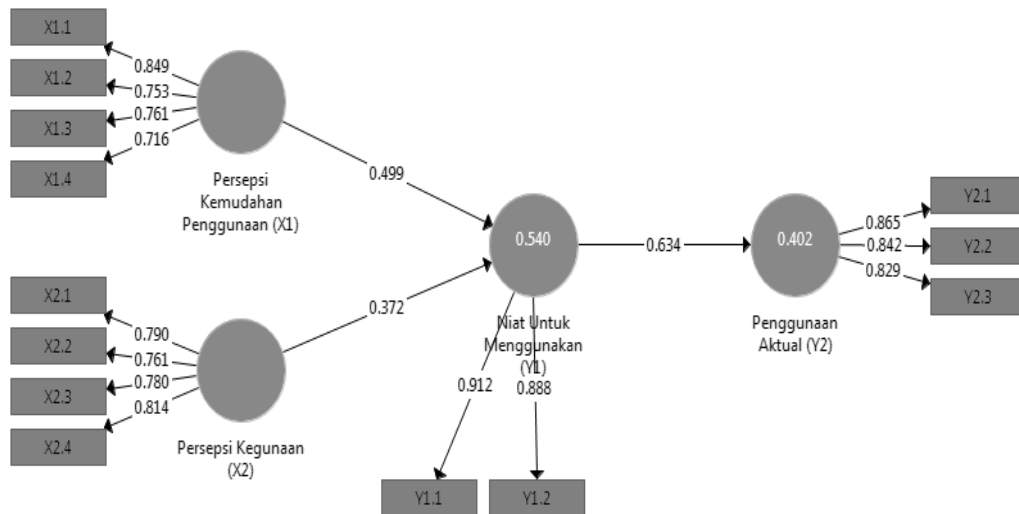
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Niat Untuk Menggunakan	Penggunaan Aktual
	X1	X2	Y1	Y2
X1.1	0.853			
X1.2	0.748			
X1.3	0.756			
X1.4	0.721			
X2.1		0.774		
X2.2		0.747		
X2.3		0.796		
X2.4		0.831		
Y1.1			0.872	

Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual pada aplikasi pembayaran digital?

Fazriansyah, Nilam Anggar Sari, Mawardi

Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Niat Untuk Menggunakan	Penggunaan Aktual
X1	X2	Y1	Y2
Y1.2		0.852	
Y1.3		0.658	
Y2.1			0.868
Y2.2			0.843
Y2.3			0.826

Berdasarkan tabel nilai outer loading di atas, maka indikator Y1.3 (Angka yang dicetak merah) harus dikeluarkan dari model karena memiliki nilai cross-loadings kurang dari 0,70 dan tidak signifikan. Sehingga menghasilkan diagram sebagai berikut:



Gambar 3.

Output Diagram PLS Algoritma (Sesudah Dieleminasi)

Tabel 3.

Outer Loading (Sesudah Dieleminasi)

Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Niat Untuk Menggunakan	Penggunaan Aktual
X1	X2	Y1	Y2
X1.1	0,849		
X1.2	0,753		
X1.3	0,761		
X1.4	0,716		
X2.1	0,790		
X2.2	0,761		
X2.3	0,780		
X2.4	0,814		
Y1.1		0,912	
Y1.2		0,888	
Y2.1			0,865
Y2.2			0,842
Y2.3			0,829

Masing-masing indikator telah memenuhi convergent validity karena semua factor loading berada diatas 0,70. Dapat disimpulkan bahwa model empirik yang ditunjukan pada tabel 4 diatas merupakan model empirik yang disusun dengan indikator yang valid (sesudah indikator Y.1.3. dieleminasi) dan signifikan dalam membentuk masing-masing variabel latennya.

Uji Validitas dengan Discriminant Validity

Indikator refleksif discriminant validity dapat dilihat pada cross-loading antara indikator dengan variabel latennya. Jika korelasi variabel dengan indikator lebih besar daripada ukuran variabel laten

lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa variabel laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran blok lainnya (Ghozali, 2008) dalam Saputra (2020).

Berikut hasil output nilai cross-loading pada discriminant validity dari Smart-PLS:

Tabel 4.

Cross Loading

	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Niat Untuk Menggunakan	Penggunaan Aktual
	X1	X2	Y1	Y2
X1.1	0,849	0,244	0,582	0,609
X1.2	0,753	0,205	0,524	0,419
X1.3	0,761	0,377	0,465	0,562
X1.4	0,716	0,500	0,421	0,582
X2.1	0,337	0,790	0,558	0,368
X2.2	0,270	0,761	0,417	0,391
X2.3	0,246	0,780	0,343	0,265
X2.4	0,417	0,814	0,444	0,419
Y1.1	0,602	0,496	0,912	0,646
Y1.2	0,572	0,546	0,888	0,487
Y2.1	0,501	0,328	0,507	0,865
Y2.2	0,616	0,340	0,442	0,842
Y2.3	0,645	0,484	0,625	0,829

Hasil dari cross loadingg untuk melihat validitas diskriminan. Nilai loading indikator terhadap konstruknya harus lebih besar dibanding nilai loading indikator dengan konstruk lainnya. dari tabel 5 cross loading diatas, kriteria tersebut telah terpenuhi. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran lebih baik daripada ukuran balok lainnya.

Average Variant Extracted

Salah satu metode untuk menilai discriminant validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari ($\sqrt{AVE}$) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik jika akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model (Fornell dan Lacker, 1981, Ghozali, 2008) dalam Saputra (2020), seperti terlihat dari output di bawah ini.

Tabel 5.

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,595	0,771	Valid
Persepsi Kegunaan (X2)	0,618	0,786	Valid
Niat Untuk Menggunakan (Y1)	0,810	0,900	Valid
Penggunaan Aktual (Y2)	0,715	0,846	Valid

Tabel 6.

Correlations Of The Latent Variables Dan Akar AVE

Variabel	Y1	Y2	X2	X1
Niat Untuk Menggunakan (Y1)	0,900			
Penggunaan Aktual (Y2)	0,634	0,846		
Persepsi Kegunaan (X2)	0,577	0,465	0,786	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,652	0,699	0,411	0,771

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing nilai akar AVE konstruk lebih tinggi daripada korelasi antara variabel diatas >0,50 pada variabel Niat Untuk Menggunakan nilai akar AVE sebesar 0,900, Penggunaan Aktual nilai akar AVE 0,846, Persepsi Kegunaan nilai akar AVE 0,786 dan Persepsi Kemudahan Penggunaan nilai akar AVE sebesar 0,771. Jadi semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

Uji lainnya adalah menilai validitas dari konstruk dengan melihat nilai AVE, dipersyaratkan model yang baik jika AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50. Hasil tabel 6 menunjukkan nilai AVE masing-masing konstruk di atas 0,50.

Uji Reliabilitas dengan Composite Reliability

Outher model selain diukur dengan menilai convergent validity dan discriminant validity juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel latent yang diukur dengan nilai composite reliability. Konstruk dinyatakan reliabel jika composite reliability dan cronbach alpha mempunyai nilai $> 0,70$ maka konstruk dinyatakan reliabel (Ferdinand, 2002; 192) dalam Pranoto (2021). Berikut ini hasil perhitungan untuk nilai composite reliability:

Tabel 7.
Composite Reliability

Variabel	Crobach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,773	0,854	Reliabel
Persepsi Kegunaan (X2)	0,798	0,866	Reliabel
Niat Untuk Menggunakan (Y1)	0,766	0,895	Reliabel
Penggunaan Aktual (Y2)	0,804	0,883	Reliabel

Dari hasil tabel Tabel 7 menunjukkan nilai composite reliability untuk semua konstruk eksogen dan endogen semua sangat reliabel karena nilainya diatas 0,70.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel eksogen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (Pranoto, 2020: 100). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas pada Smart-PLS dengan melihat nilai colibearity statistics Variance Inflation Factors (VIF). Dalam Smart-PLS nilai Colinearity statistic VIF yaitu jika nilai VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinieritas dan untuk nilai VIF < 3 dianggap lebih baik atau ideal (Juliansyah Noor, 2014: 147) dalam Pranoto (2020: 100).

Tabel 8.
Inner VIF Value

Variabel	Y1	Y2	X2	X1
Niat Untuk Menggunakan (Y1)		1,000		
Penggunaan Aktual (Y2)				
Persepsi Kegunaan (X2)	1,204			
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	1,204			

Dari Hasil Output Smart-PLS diatas dapat disimpulkan bahwa dalam model struktural tidak terjadi multikolinieritas, karena hasil diatas menunjukan hasil VIF < 3 .

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-Square dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-Square untuk konstruk dependen uji t-statistik serta signifikasi dari koefesien parameter jalur structural.

Analisis Variant R-Square

Analisis R-Square yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) berikut ini hasil perhitungan Nilai R-Square dengan menggunakan Smart-PLS :

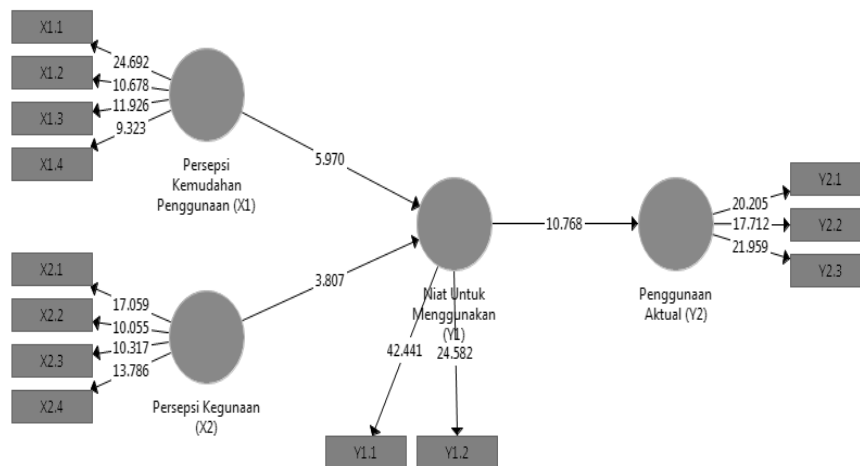
Tabel 9.
Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square	Adjusted R-Square
Niat Untuk Menggunakan (Y1)	0,540	0,527
Penggunaan Aktual (Y2)	0,402	0,393

Berdasarkan nilai R-Square pada tabel diatas dapat di jelaskan bahwa: Variabel Niat Untuk Menggunakan (Y1) memiliki nilai R-Square sebesar 0,540 dengan demikian variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) mempunyai pengaruh terhadap Niat Untuk Menggunakan (Y1) sebesar 54,0% sedangkan sisanya (100% - 54,0%) 46,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini; dan Variabel Penggunaan Aktual (Y2) memiliki Nilai R-Square sebesar 0,402 dengan demikian variabel Niat Untuk Menggunakan (Y1) memiliki pengaruh terhadap Penggunaan Aktual sebesar 40,2% dan sisanya sebesar (100% - 40,2%) 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2) terhadap Niat untuk menggunakan (Y1) dan terhadap Penggunaan Aktual (Y2), dengan melihat koefisien jalur serta dengan membandingkan t-statistik dengan t-tabel ($>1,96$) dengan tingkat signifikansi sebesar (α) = 5% = 0,05 dan koefisien beta bernilai positif. Berikut ini hasil model struktural dari model bootstrapping:



Gambar 4.
Output Diagram Dari Bootstrapping

Tabel 10.
Path Coefficients

	Original Sampel	Sampel Mean (M)	T-Statistic	P-Values	Ket
PKP (X1) → NUM (Y1)	0,634	0,644	5,970	0,000	Sig
PK (X2) → NUM (Y1)	0,327	0,375	3,807	0,000	Sig
NUM (Y1) → PA (Y2)	0,499	0,509	10,768	0,000	Sig

Keterangan:

PKP (X1) : Persepsi Kemudahan Penggunaan
 PK (X2) : Persepsi Kegunaan
 NUM (Y1) : Niat Untuk Menggunakan
 PA (Y2) : Penggunaan Aktual
 Sig : Signifikan

Dari hasil pada tabel 10 path coefficients dapat diketahui bahwa: Hasil menunjukan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh terhadap Niat Untuk Menggunakan (Y1), memiliki pengaruh positif dengan nilai original sampel sebesar 0,634 dan nilai t-statistik sebesar 5,970 dengan p-value 0,000 sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima; Hasil menunjukan variabel Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh terhadap Niat Untuk Menggunakan (Y1), memiliki pengaruh positif dengan nilai original sampel sebesar 0,327 dan nilai t-statistik sebesar 3,807 dengan p-value 0,000 sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima; dan

Hasil menunjukan variabel Niat Untuk Menggunakan (Y1) berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual (Y2), memiliki pengaruh positif dengan nilai original sampel sebesar 0,499 dan nilai t-statistik sebesar 10,768 dengan p-value 0,000 sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) yang telah dilakukan dan menjawab hipotesis yang diajukan, telah diketahui bahwa ketiga hipotesis semuanya diterima. Hal ini menunjukan bahwa adanya pengaruh variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Kegunaan (X2), Niat Untuk Menggunakan (Y1), Penggunaan Aktual (Y2) Berikut ini adalah analisis terkait pengaruh antar variabel sesuai hipotesis yang diajukan:

Hipotesis Pertama Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh terhadap Niat Untuk Menggunakan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukan adanya pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Untuk Menggunakan dengan original sampel sebesar 0,634, nilai t-statistik 5,970 dengan p-value 0,000. Dari hasil ini menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan karena nilai t-statistik lebih besar >1,96 dengan p-value <0,05 (5%). Hasil ini menunjukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kutai Kartanegara dengan demikian hipotesis pertama diterima. Aplikasi pembayaran digital saat ini berada pada tahap pertumbuhan (growth) yang berimplikasi pada kemudahan penggunaan menjadi salah satu unsur yang sangat krusial bagi user untuk meningkatkan niat penggunaan. Kemudahan dalam menggunakan juga menyumbangkan gejala bahwasanya para pengguna aplikasi pembayaran digital bisa lebih mudah, cepat dan aman dalam melakukan transaksi pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi pembayaran digital yang mudah digunakan dapat memengaruhi niat penggunaan. Dengan demikian semakin tinggi kemudahan menggunakan aplikasi pembayaran digital maka semakin tinggi juga keinginan menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Pengamatan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara yang menggunakan aplikasi pembayaran digital untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) diukur dengan empat indikator yaitu: kemudahan mempelajari, kemudahan untuk digunakan, kemudahan melakukan sesuai yang diinginkan dan mampu menjadi terampil. Hasil jawaban responden untuk indikator kemudahan mempelajari aplikasi pembayaran digital memiliki nilai paling tinggi dikarenakan meskipun mahasiswa baru menggunakan dan memiliki pengalaman yang minim terhadap aplikasi pembayaran digital mahasiswa akan mampu menggunakan aplikasi pembayaran digital dengan baik. Indikator selanjutnya yang memiliki nilai tinggi yaitu mudah untuk digunakan. Ketika mahasiswa merasa bahwa aplikasi pembayaran digital mudah dipelajari maka mahasiswa akan memiliki perilaku yang semakin besar untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital melalui kemudahan penggunaan pada aplikasi pembayaran digital.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2015) yang menyatakan bahwa kemudahan mempelajari layanan jejaring social berbasis lokasi memberikan kemudahan penggunaan dan mudah untuk menjadi terampil akan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan layanan. Penelitian ini juga sesuai dengan Venkates dan Davis (1996) yang menyatakan bahwa website yang ramah pengguna (user friendly) akan meningkatkan niat penggunaan. Penelitian Lee et.al (2006) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan. Kemudahan penggunaan IIT (Image Interactive Technology) memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan tentang produk pakaian yang mengarah ke niat perilaku positif. Penelitian Tampubolon dan Prabawani (2017) juga menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan variabel kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Pertamina Go di Semarang.

Hipotesis Kedua Variabel Persepsi Kegunaan Berpengaruh terhadap Niat Untuk Menggunakan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukan adanya pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Untuk Menggunakan dengan original sampel sebesar 0,327, nilai t-statistik 3,807 dengan p-value 0,000. Dari hasil ini menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan karena nilai t-statistik lebih besar >1,96 dengan p-value <0,05 (5%). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kutai Kartanegara sehingga hipotesis kedua diterima. Berdasarkan

pengamatan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menggunakan aplikasi pembayaran digital untuk variabel persepsi kegunaan (X2) diukur dengan empat indikator yaitu: efisiensi, efektif, berguna dalam meningkatkan kinerja dan kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi. Indikator pertama yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah efisiensi. Dimana dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital dapat membantu segala kegiatan baik berbelanja, transaksi finansial, dan lain sebagainya dengan tepat waktu dan cepat. Indikator kedua yang memiliki rata-rata nilai tertinggi adalah efektif. Salah satu alasan mahasiswa menggunakan aplikasi pembayaran digital dikarenakan aplikasi pembayaran digital mampu meningkatkan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan aplikasi pembayaran digital dibandingkan pembayaran tunai tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat sehingga membuat mahasiswa lebih efektif dalam bertransaksi. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Saat seseorang mempunyai penilaian yang baik tentang sistem teknologi informasi yaitu yakin bahwa hal itu bisa memberikan kegunaan, maka konsumen akan memakai sistem tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang mempunyai penilaian bahwa aplikasi pembayaran digital itu tidak bisa memberikan kegunaan, maka seseorang tidak akan memakai sistem tersebut. Dalam hal ini aplikasi pembayaran digital bermanfaat kepada pengguna karena pengguna tidak perlu lagi membawa uang cash untuk bertransaksi serta lebih efektif dan efisien.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan aplikasi pembayaran digital akan mempengaruhi niat penggunaan layanan konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2015), Kim dan Qu (2014), Mandilas et al (2013) dan Bowman (2011).

Hipotesis Ketiga Variabel Niat Untuk Menggunakan Berpengaruh terhadap Penggunaan Aktual

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukan adanya pengaruh Niat Untuk Menggunakan terhadap Penggunaan Aktual dengan orignal sampel sebesar 0,499, nilai t-statistik 10,768 dengan p-value 0,000. Dari hasil ini menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan karena nilai t-statistik lebih besar >1,96 dengan p-value <0,05 (5%). Hasil ini menunjukan bahwa niat untuk menggunakan berpengaruh terhadap penggunaan actual pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kutai Kartanegara dengan demikian hipotesis ketiga diterima. Niat awal yang positif akan mendorong perilaku yang semakin tinggi untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital, namun apabila niat awal yang negatif, maka dapat mengurangi perilaku seseorang untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Dengan demikian seseorang akan menggunakan aplikasi pembayaran digital jika telah memiliki niat awal untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital sebagai sarana melakukan transaksi pembayaran online (Anggraeni, 2015). Pengamatan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, niat penggunaan yang positif mampu mendorong perilaku mahasiswa yang semakin tinggi untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital secara aktual.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggreani (2015), Leng et al (2011) dan Bouwman (2011) dimana niat penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan actual.

SIMPULAN

Dari hasil analisis data penelitian dan pembahasan serta pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil perhitungan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Untuk Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital. Semakin mudah dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital akan semakin meningkat pula niat pengguna pada mahasiswa untuk terus menggunakan aplikasi pembayaran digital. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya;

Hasil perhitungan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Untuk Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital. Dengan kegunaan yang ada pada aplikasi pembayaran digital akan semakin meningkatkan niat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti kebenarannya; dan

Hasil perhitungan bahwa Niat Untuk Menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Aktual Aplikasi Pembayaran Digital. Dengan niat penggunaan yang positif akan mendorong perilaku yang semakin besar pada mahasiswa untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima dan terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghdaie, S.F.A., Sanayei, A., and Etebari, M., 2012, Evaluation of the consumer's trust effect on viral marketing acceptance based on the technology acceptance model, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4, No. 6, Published by Canadian Center of Science and Education.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1).
- Anggraeni Rila (2015), "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)" *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 20, Nomor 1, Maret 2015*, hlm 1-52.
- Anisah Luvi, 2019 "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Website Dan Aplikasi Shoppe Untuk Berbelanja Online Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma" *Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Aulina Refila, 2018, Pengaruh Teknologi Acceptance Model (TAM) Pada Intention To Use Internet Banking Perbankan Syariah Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variable Intervening Studi Pada Mahasiswa Pelaku Usaha Di Kota Malang" *Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Arts, J.W.C., Frambach, R.T., and Bijmolt, T.H.A., 2011, Generalizations on consumer innovation adoption: A meta-analysis on drivers of intention and behavior, *International Journal of Research InMarketing*, Vol. 28, No.2
- Bouwman, M.E., 2011, Revising the TAM in hedonic information systems: The influence of the TAM, perceived enjoyment, innovativeness and extraversion on the use of location-based social networks, *University of Twente, Faculty of Behavioural Sciences, Department of Media, Communication & Organisation, Thesis*.
- 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, Published by Management Information Systems Research Center, University of Minnesota
- Dewi Mahrani Rangkuty (2021), Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia?. *Jurnal Universitas Pembangunan Panca Budi*, Vol. 01, No. 01, 2021.
- Henderson, R., and Divett, M.J., 2003, Perceived usefulness, ease of use and electronicsupermarket use, *International Journal Human-Computer Studies*, Issue 59, pp. 383-395, Retrieved from www.proquest.com
- Jogiyanto, (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kim, M., and Qu, H., 2014, Traveler's behavioral intention toward hotel self-service kiosks usage, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 26, No. 2, pp. 225-245, Published by Emerald Group Publishing Limited 09596119
- Järnefelt, P., 2013, An empirical study on the adoption of mobile location-based advertising, *Department of Marketing Aalto University School of Business, Thesis*

- Lee, H.H., Fiore, A.M., and Kim, J., 2006, The role of the technology acceptance model in explaining effects of image interactivity technology on consumer responses, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 34, No. 8, pp. 621-644, Published by Emerald Group Publishing Limited 0959-0552.
- Leng, G.S, Lada, S., Muhammad, M.Z., Ibrahim, A.A.H.A, and Amboala, T., 2011, An exploration of social networking sites (SNS) adoption in Malaysia using technology acceptance model (TAM), theory of planned behavior (TPB) and intrinsic motivation, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 16, No. 2, Retrieved from <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>.
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, M. and Tsourgiannis, T., 2013, Predicting consumer's perceptions in on-line shopping, *Procedia Technology* 8, pp. 435–444, Published by Elsevier Ltd., Retrieved from www.sciencedirect.com
- Olsen, M., Hedman, J., & Vatrapu, R. (2011). e-wallet Prototypes. *International Conference on Design Science Research in Information Systems* (pp. 223- 236). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Putri Kartika Candra (2020) "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen Mcdonald's Sriwijaya". *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram*, Vol 2 No.1 Maret 2020. Pranoto Dery (2021) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero Tbk. Cabang Tenggarong). Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Rifai Agus (2015), Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga (Pilot Studi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) *Jurnal Al-Maktabah* Vol. 14 : 56-65.
- Rajasa, M. A. (2021). Lima Dompot Digital Paling Banyak Digunakan selama Kuartal I. *Media Indonesia*.
- Pranoto Dery (2021) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero Tbk. Cabang Tenggarong). Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Saputra Muhammad Rizpai (2020) "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Kedai Zevin Tenggarong)". Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Tampubolon Very Torganda dan Prabawani Bulan "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Terhadap Penggunaan Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang (Survey Pada Pengguna Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang)".
- Wallace, L. G., & Steven D. S. (2014). The Adoption of Software Measures: A Technology Acceptance Model (TAM) Perspective. *Information and Management*, 249-259.