

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN DAN
INOVASI FITUR TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN
E-WALLET DENGAN *BEHAVIORAL INTENTION*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana di Kota Padang)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

KENDRY HARIANTO
2110070530050

**Diajukan Sebagai Salah Satu untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Baiturrahmah**

**PROGRAM STUDI S1 PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG**

2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH**

**Skripsi, September 2025
Kendry Harianto**

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *E-Wallet* Dengan *Behavioral Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Dikota Padang)

Xi + 193 Halaman + 35 Tabel + 2 Gambar + 9 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *E-Wallet* Dengan *Behavioral Intention* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 150 responden, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan ($t = 3,201$; $p = 0,001$) dan terhadap *Behavioral Intention* ($t = 10,435$; $p = 0,000$). Persepsi Keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan ($t = 2,101$; $p = 0,036$) serta *Behavioral Intention* ($t = 6,003$; $p = 0,000$). Inovasi Fitur terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan ($t = 2,490$; $p = 0,013$) dan *Behavioral Intention* ($t = 5,462$; $p = 0,000$). Variabel *Behavioral Intention* sendiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan ($t = 7,917$; $p = 0,000$).

Selanjutnya, hasil uji *Intervening* menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* me-*Intervening* secara positif dan signifikan hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Intensitas Penggunaan ($t = 6,280$; $p = 0,000$), Persepsi Keamanan dan Intensitas Penggunaan ($t = 4,652$; $p = 0,000$), serta Inovasi Fitur dan Intensitas penggunaan ($t = 4,230$; $p = 0,000$). Temuan ini menegaskan bahwa *Behavioral Intention* menjadi penghubung penting yang memperkuat pengaruh variabel independen terhadap Intensitas Penggunaan. Model penelitian menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,456 untuk *Behavioral Intention*, artinya Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Inovasi Fitur mampu menjelaskan 45,6% variasi *Behavioral Intention*, sementara 54,4% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Intensitas Penggunaan sebesar 0,554 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dan *Behavioral Intention* dapat menjelaskan 55,4% variasi Intensitas Penggunaan, dengan 44,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Inovasi Fitur, *Behavioral Intention*, Intensitas Penggunaan, *E-Wallet*, Dana.

Daftar Bacaan : 63 (1989-2025)

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
BAITURRAHMAH UNIVERSITY**

Skripsi, September 2025

Kendry Harianto

The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Feature Innovation on the Intensity of E-Wallet Use with Behavioral Intention as an Intervening Variable (Case Study of Dana Application Users in Padang City)

Xi + 193 Pages + 35 Tables + 2 Figures + 9 AppendicesZZ

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived security, and feature innovation on the intensity of e-wallet use, with behavioral Intention as an Intervening variable among DANA application users in Padang City. This study used a quantitative method with a purposive sampling technique for 150 respondents, while data analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS).

The results of the study indicate that Perceived ease of use has a positive and significant effect on Intensity of Use ($t = 3.201$; $p = 0.001$) and on Behavioral Intention ($t = 10.435$; $p = 0.000$). Perceived Security also has a positive and significant effect on Intensity of Use ($t = 2.101$; $p = 0.036$) and Behavioral Intention ($t = 6.003$; $p = 0.000$). Feature Innovation is proven to have a positive and significant effect on Intensity of Use ($t = 2.490$; $p = 0.013$) and Behavioral Intention ($t = 5.462$; $p = 0.000$). The Behavioral Intention variable itself has a positive and significant effect on Intensity of Use ($t = 7.917$; $p = 0.000$).

Furthermore, the results of the mediation test showed that Behavioral Intention positively and significantly intervened the relationship between Perceived ease of use and Intensity of Use ($t = 6.280$; $p = 0.000$), Perceived Security and Intensity of Use ($t = 4.652$; $p = 0.000$), and Feature Innovation and Intensity of Use ($t = 4.230$; $p = 0.000$). This finding confirms that Behavioral Intention is an important link that strengthens the influence of independent variables on Intensity of Use. The research model produced an R^2 value of 0.456 for Behavioral Intention, meaning that Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Feature Innovation were able to explain 45.6% of the variation in Behavioral Intention, while 54.4% was influenced by other factors outside this study. The Intensity of Use of 0.554 shows that all independent variables and Behavioral Intention can explain 55.4% of the variation in Intensity of Use, with the remaining 44.6% influenced by other factors not studied.

Keywords: Perceived Ease, Perceived Security, Feature Innovation, Behavioral Intention, Intensity of Use, E-Wallet, Funds.

Reading List : 63 (1989-2025)

SURAT PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan E-Wallet Dengan *Behavioral Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang)

Nama : Kendry Harianto

Npm : 2110070530050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui, dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 15 September 2025.

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Edi Suandi, M.M
NIDN : 2101127702

Harry Wahyudi, Ph.D
NIDN : 1007046401

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
DEKAN

Dr. Yefri Reswita. S.E., M.Si.,Akt
NIDN: 1027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan E-Wallet Dengan *Behavioral Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang)

Nama : Kendry Harianto

Npm : 2110070530050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui, dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan di nyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada Tanggal 15 September 2025.

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Edi Suandi, M.M
NIDN : 2101127702

Harry Wahyudi, Ph.D
NIDN : 1007046401

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen

Rina Febriani, S.E., M.Si
NIDN: 1008028401

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Kendry Harianto

Npm : 2110070530050

Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Baiturrahmah

Dengan Judul:

“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan E-Wallet Dengan Behavioral Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang)”

Padang, 15 September 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua	: Dr. Yefri Reswita, S.E.,M.Si,Akt	1.....
2. Penguji I	: Dr. Yulihardi S.E, MM	2.....
3. Penguji II	: Afrida., S.E., MM.,Akt	3.....
4. Pembimbing I	: Dr. Edi Suandi, M.M	4.....
5. Pembimbing II	: Harry Wahyudi, Ph.D	5.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	: Kendry Harianto
Tempat & Tanggal Lahir	: Padang, 06 Oktober 2003
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Agama	: Islam
Nama Ayah	: Hermanto
Nama Ibu	: Dona Puspita
Anak Ke	: 1 (pertama)
Alamat	: Ladang Keladi, Kel.Sungai Sapih, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatra Barat

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. SDN 12 Sungai Sapih | : Lulusan Tahun 2015 |
| 2. SMPN 27 Padang | : Lulusan Tahun 2018 |
| 3. SMKN 1 Padang | : Lulusan Tahun 2021 |
| 4. Universitas Baiturrahmah | : Lulusan Tahun 2025 |

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Q.S: Al-Baqarah: 216)

“Allah menganugerahkan al hikmah (kefahaman yang dalam tentang Al Quran dan As Sunnah) kepada siapa yang dikehendaki-Nya. Dan barangsiapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah).”

(Q.S: Al-Baqarah: 269)

“Maka Sesungguhnya Beserta Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al Insyirah 5)

Motto

“tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayak yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“perang telah usai, aku bisa pulang

kubaringkan panah dan berteriak **MENANG**”

(Nadin Amizah)

“orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulit nya kita yang mereka tahu hanya bagian succes stories. berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada tepuk tangan. kelak diri kita dimasa depan akan bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang yaa!”

“keberhasilan bukanlah milik orang pintar, melainkan milik mereka yang senantiasa berusaha”

(B.J Habibie)

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya. Atas izin-Nya telah memperkenakan penulis sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk mempersembahkan skripsi ini kepada:

Cinta Pertama Dan Panutanku

Ayahanda Hermanto, meski tak sempat menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, Ayah tak pernah berhenti berjuang memberikan yang terbaik. Dalam setiap lelahmu, selalu terselip doa dan harapan agar anak-anakmu bisa meraih kehidupan yang lebih baik. Terima kasih, Ayah, karena tak pernah meragukan anak pertamamu ini karena selalu berusaha, tanpa mengeluh, agar saya bisa berdiri sampai di titik ini. Di balik diam dan keringat yang jarang diceritakan, saya tahu ada cinta yang begitu besar, cinta yang diwujudkan lewat kerja keras dan pengorbanan tanpa pamrih. Dari Ayah, saya belajar arti keteguhan, tanggung jawab, dan keberanian untuk tidak menyerah meski dunia terasa berat. Walau mungkin jarang terucap, saya ingin Ayah tahu, saya bangga dan bersyukur terlahir sebagai anakmu. Semoga pencapaian kecil ini menjadi salah satu alasan Ayah tersenyum hari ini. Panjang umur dan sehat selalu, Ayah terima kasih sudah menjadi rumah pertama tempat saya belajar arti kasih yang sesungguhnya.

Pintu Surgaku

Ibu Dona Puspita, Perempuan hebat yang menjadi sandaran terkuat di tengah kerasnya dunia. Kasihmu tak pernah habis, doamu tak pernah berhenti mengiringi setiap langkahku. Dalam lembut suaramu, aku temukan ketenangan; dalam pelukmu, aku temukan rumah. Terima kasih, Ibu, atas segala perhatian, kesabaran, dan cinta yang tak terukur. Meski terkadang pikiran kita tak selalu sejalan, nasihatmu selalu menjadi penerang di saat ragu. Engkaulah sumber kekuatan, tempatku kembali ketika dunia terasa asing. Semoga Ibu panjang umur dan senantiasa diberi kesehatan, karena di setiap keberhasilanku, ada doa Ibu yang bekerja dalam diam.

Keluarga besarku tercinta

Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah berhenti mengalir. Meski jarak dan kesibukan kerap memisahkan, ikatan kekeluargaan yang kuat selalu menjadi sumber semangat yang tak ternilai. Kalian bukan hanya pemberi kekuatan moral, tetapi juga inspirasi untuk terus berjuang dan berprestasi. Setiap kata penyemangat, setiap bantuan kecil, dan setiap momen kebersamaan menjadi energi yang menuntun saya melewati setiap tantangan hingga tiba di tahap ini. Semoga hasil karya ini menjadi kebanggaan kita bersama, dan menjadi bukti bahwa cinta serta doa keluarga adalah fondasi terkuat dalam setiap langkah kehidupan.

Teman-temanku

Terima kasih kepada sahabat dan rekan seperjuangan tercinta yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan panjang ini. Kalian bukan hanya teman, tetapi juga keluarga yang hadir dalam setiap suka dan duka, menemani di saat semangat mulai pudar, dan memberi kekuatan ketika langkah terasa berat. Dalam lelah dan kebimbangan, kalian selalu datang membawa tawa, motivasi, serta semangat baru yang menyalakan kembali harapan untuk terus melangkah. Setiap diskusi, candaan, dan kebersamaan yang kita lalui telah menjadi penawar di tengah tekanan, membuat perjalanan menyelesaikan skripsi ini terasa lebih ringan dan bermakna. Terima kasih atas setiap bantuan, perhatian, dan ketulusan yang diberikan tanpa pamrih untuk setiap waktu yang kalian luangkan, setiap kata yang menenangkan, dan setiap dorongan yang membuat saya kembali percaya bahwa perjuangan ini tidak sia-sia. Semoga persahabatan yang terjalin tidak berhenti sampai di sini, melainkan terus hidup dan tumbuh seiring langkah kita menapaki perjalanan kehidupan berikutnya. Kalian adalah bagian dari kisah ini, dan setiap keberhasilan yang saya capai adalah juga milik kalian, yang selalu hadir dengan doa, dukungan, dan cinta yang tulus.

Penulis

Terima kasih kepada satu sosok yang sering kali terlupakan di tengah banyaknya ucapan syukur, yaitu diriku sendiri, Kendry Harianto. Terima kasih telah bertahan sejauh ini di antara segala rasa lelah, ragu, dan kegagalan yang tak terhitung jumlahnya. Terima kasih telah tetap berjuang meski sering merasa tidak cukup, tetap berjalan meski langkah terasa berat, dan tetap percaya ketika harapan hampir padam. Tidak ada yang benar-benar tahu bagaimana perjuanganmu, bagaimana rasanya menahan air mata di tengah malam hanya untuk menyakinkan diri bahwa semuanya akan baik-baik saja. Kau telah melewati hari-hari penuh tekanan, menghadapi keraguan dari orang lain dan bahkan dari dirimu sendiri, namun nyatanya, kau tetap berdiri, tetap melangkah, dan akhirnya sampai di titik ini. Terima kasih telah berani jatuh, karena dari setiap jatuh kau belajar untuk bangkit, terima kasih telah berani gagal, karena dari setiap kegagalan kau belajar menjadi lebih bijaksana dan terima kasih telah tidak menyerah, karena di situlah letak kekuatanmu yang sesungguhnya. Ingatlah, perjalanan ini bukan tentang siapa yang paling cepat, melainkan tentang siapa yang tetap melangkah meski dunia terasa berat. Kau telah membuktikan bahwa mimpi tidak hanya milik mereka yang hebat, tapi juga milik mereka yang berani bertahan. Teruslah melangkah dengan hati yang tulus, teruslah berjuang tanpa kehilangan arah, dan teruslah percaya bahwa segala sesuatu yang kau lakukan dengan niat baik akan menemukan jalannya untuk menjadi indah pada waktunya. Banggalah pada dirimu, bukan karena hasil akhirnya, tetapi karena kau tidak pernah berhenti mencoba. Semua rasa sakit, perjuangan, dan air mata yang pernah jatuh bukanlah tanda kelemahan,

melainkan bukti bahwa kamu berani menghadapi hidup sepenuhnya. Semoga langkahmu ke depan dipenuhi dengan keberanian, ketenangan, dan kebahagiaan, karena kamu pantas mendapatkan semua itu setelah perjalanan panjang yang penuh perjuangan ini.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kendry Harianto
Npm : 2110070530050
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan E-Wallet Dengan Behavioral Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang).

Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah di tetapkan.

demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, 15 september 2025

Yang menyatakan

Kendry harianto
2110070530050

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *E-Wallet* Dengan *Behavioral Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Padang)”**

Peneliti menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari tahap awal sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi :

1. Ibu Dr.Yefri Reswita,S.E,M.Si,Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
2. Ibu Tilawatil CisetaYoda, S.E.,M.Si selaku wakil Dekan I Falkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang
3. Bapak Harry Wahyudi, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
4. Ibu Rina Febriani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.

5. Bapak David Malik, S.E,M.BA selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar, Karyawan serta Karyawati Falkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
7. Bapak Dr. Edi Suandi, MM selaku dosen pembimbingan I dan Bapak Hary Wahyudi, Ph.D selaku dosen pembimbingan II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Seluruh teman - teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Baiturrahmah khususnya untuk angkatan 2021.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dijadikan referensi bagi peneliti untuk perbaikan yang lebih baik lagi. Dengan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan skripsi ini dengan harapan dapat memberikan wawasan dan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya kepada kita semua amin amin yarobal alamin.

Padang, September 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian	19
1.4. Manfaat Penelitian	20
BAB II	22
LANDASAN TEORI.....	22
2.1. Intensitas Penggunaan <i>E-Wallet</i>	22
2.1.1 Pengertian Intensitas Penggunaan <i>E-Wallet</i>	22
2.1.2 Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan <i>E-Wallet</i> ..	23
2.1.3 Indikator Intensitas Penggunaan <i>E-Wallet</i>	25
2.2. <i>Behavioral Intention</i>	26
2.2.1 Pengertian <i>Behavioral Intention</i>	26
2.2.2 Indikator <i>Behavioral Intention</i>	27
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Behavioral Intention</i>	28
2.3. Persepsi Kemudahan	30
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan.....	30
2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan	31
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan	31
2.4. Persepsi Keamanan.....	32
2.4.1 Pengertian Persepsi Keamanan	32
2.4.2 Indikator Persepsi Keamanan	33
2.4.3 Faktor – faktor Persepsi Keamanan	34
2.5. Inovasi Fitur	35
2.5.1 Pengertian Inovasi Fitur	35

2.5.2 Indikator Inovasi Fitur	35
2.6. Penelitian Terdahulu.....	36
2.7. Hubungan Antar Variabel.....	46
2.7.1 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Z)	46
2.7.2 Hubungan Persepsi keamanan (X_2) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Z)	47
2.7.3 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Z)	48
2.7.4 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)	50
2.7.5 Hubungan Persepsi keamanan (X_2) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)	51
2.7.6 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)	52
2.7.7 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y) dengan <i>Behavioral Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i> ...	53
2.7.8 Hubungan Persepsi keamanan (X_2) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y) dengan <i>Behavioral Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i>	54
2.7.9 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y) dengan <i>Behavioral Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i>	55
2.7.10 Hubungan <i>Behavioral Intention</i> (Z) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)	56
2.8. Kerangka Konseptual	58
BAB III.....	60
METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1. Jenis Penelitian.....	60
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian	60
3.3. Variabel Penelitian	60
3.3.1 Variabel Dependen (Terikat)	61
3.3.2 Variabel Independen (Bebas).....	61
3.3.3 Variabel Antara (<i>Intervening</i>).....	61
3.4. Populasi Dan Sampel.....	62
3.4.1 Populasi.....	62
3.4.2 Sampel	62
3.5. Jenis Data dan Sumber Data.....	64

3.5.1 Jenis Data.....	64
3.5.2 Sumber Data	64
3.6. Teknik Pengumpulan Data	65
3.7. Instrumen Penelitian.....	66
3.8. Metode Analisis Data	68
3.8.1 Analisis Deskriptif	68
3.8.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	69
3.8.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	70
3.9. Uji Hipotesis.....	75
BAB IV	76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1 Profil Tentang Aplikasi Dana	76
4.2. Karakteristik Responden	77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	79
4.2.5 Karakteristik Responden Lama Penggunaan Dana.....	80
4.2.6 Karakteristik Responden Penghasilan Bulanan	81
4.3 Analisis Data	82
4.3.1 Analisis Deskriptif Penelitian	82
4.4 Analisis Regresi Moderasi.....	89
4.5 Analisis SEM <i>Partial Least Square</i> Dengan Variable Mediasi	90
4.5.1 Analisis Model Pengukuran Outer Model	90
4.5.2. Analisis Model Struktural <i>Inner Model</i>	97
4.6 Uji Hipotesis.....	101
4.6.1 Pengaruh Langsung.....	102
4.6.2 Pengaruh Tidak Langsung	105
BAB V.....	125
PENUTUP.....	125
5.1. Kesimpulan.....	125

5.2. Implikasi.....	128
5.3. Keterbatasan Penelitian	131
5.4. Saran.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna <i>E-Wallet</i> Di Indonesia Tahun 2021-2024.....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna <i>E-Wallet</i> Di Sumatera barat Tahun 2021-2024	4
Tabel 1. 3 Jumlah Pengguna E-Wallet Di Kota Padang Tahun 2021-2024.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 2. 2 Hipotesis.....	59
Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk Di Kecamatan Kota Padang Tahun 2024.....	62
Tabel 3. 2 kriteria sampel.....	64
Tabel 3. 3 Kisi-kisi <i>Instrumen</i> Penelitian.....	66
Tabel 3. 4 Skor Jawaban Setiap Pernyataan.....	68
Tabel 3. 5 Tingkat Pencapaian Responden.....	69
Tabel 3. 6 Kriteria pengujian validitas cosvergent.....	72
Tabel 3. 7 Kriteria Pengujian Validitas Discriminant.....	73
Tabel 3. 8 Kriteria Uji <i>Reliabilitas</i>	73
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Dana	80
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	81
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	82
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Intensitas Penggunaan.....	83
Tabel 4. 9 Deskriptif Indikator Variabel Persepsi Kemudahan	85
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Persepsi Keamanan	86
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Inovasi Fitur (X3)	87
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Z)	88
Tabel 4. 13 Uji <i>Outer Loading</i>	91
Tabel 4. 14 Uji Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	93
Tabel 4. 15 <i>Cross Loading</i>	94
Tabel 4. 16 Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	96

Tabel 4. 17 Nilai <i>Cronbach Alpha dan Composite Reliability</i>	97
Tabel 4. 18 Nilai <i>R-Square</i>	98
Tabel 4. 19 Nilai <i>F-square</i> (F2)	99
Tabel 4. 20 <i>Strandardized Rood Mean Square Residual</i> (SRMR).....	101
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Pengaruh Lansung.....	102
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	58
Gambar 4. 1 Model <i>Struktural Outer Model</i>	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	139
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	146
Lampiran 3 Analisis Sem-Pls	153
Lampiran 4 Turnitin	177
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Dan Peserta Sempro.....	180
Lampiran 6 SAPS.....	184
Lampiran 7 ACC Sempro dan ACC Revisi Sempro	186
Lampiran 8 ACC Kompre dan ACC Revisi Kompre	186
Lampiran 9 ACC Jilid	186

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak di Asia Tenggara dan membentang dari Sabang hingga Merauke dengan luas wilayah sekitar 5,18 juta km² dan terdiri dari lebih dari 17 ribu pulau. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Digitalisasi sistem pembayaran semakin berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya penggunaan perangkat mobile dan internet. Salah satu inovasi yang semakin populer dalam dunia keuangan adalah dompet digital atau *e-wallet*. *E-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara lebih cepat, praktis, dan efisien tanpa memerlukan uang tunai.

Di Indonesia, berbagai platform *e-wallet* telah berkembang pesat, salah satunya adalah Dana. Dana merupakan salah satu platform dompet digital yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Penggunaan Dana di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan seiring dengan tumbuhnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan digital yang cepat, aman, dan mudah diakses. Perkembangan layanan dompet digital di Indonesia berjalan sangat cepat sejak akhir dekade 2010-an, dan DANA muncul sebagai salah satu pemain lokal yang menonjol resmi diluncurkan pada akhir 2018 dan segera memperoleh izin operasional dari otoritas terkait sehingga dapat beroperasi sebagai penyedia e-money dan layanan pembayaran digital di bawah pengawasan Bank Indonesia

(Wikipedia contributor, [https://en.wikipedia.org/wiki/DANA_\(payment_service\)\)](https://en.wikipedia.org/wiki/DANA_(payment_service))).

Sejalan dengan kebijakan nasional untuk mendorong transaksi nontunai (mis. Gerakan Nasional Non Tunai dan standardisasi QRIS oleh Bank Indonesia), platform seperti DANA memanfaatkan momentum peningkatan penetrasi smartphone dan standar pembayaran berbasis QR untuk memperluas jangkauan layanan ke merchant, UMKM, dan konsumen ritel (Bank Indonesia, 2021). Selain fungsi dasar top-up, kirim-kirim uang, dan pembayaran tagihan, DANA mengembangkan fitur keamanan (PIN, enkripsi, proteksi transaksi seperti ‘DANA Protection’) dan integrasi layanan (mis. kerja sama dengan penyedia layanan digital dan *merchant* besar) yang ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna sebuah hal yang banyak ditelaah dalam studi akademik tentang persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan e-wallet (IAIN Bone, 2021). Adopsi fitur-fitur ini juga didorong oleh strategi ekosistem terbuka (*open platform*) yang memungkinkan interoperabilitas dengan layanan lain (mis. pembayaran App Store pada 2020) dan kolaborasi dengan bank serta investor strategis; kombinasi inovasi produk, regulasi yang menuntut kepatuhan, dan kampanye edukasi membuat intensitas penggunaan DANA meningkat pesat sejak peluncuran, sehingga DANA menjadi contoh bagaimana e-wallet lokal bertransformasi dari alat pembayaran sederhana menjadi platform layanan keuangan digital yang lebih kompleks dan terintegrasi (PR Newswire 2020 July 22, <https://www.prnewswire.com>). Berikut disajikan tabel jumlah pengguna E-wallet di Indonesia tahun 2021-2024:

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna E-Wallet Di Indonesia Tahun 2021-2024

Tahun	Pengguna			
	Dana	Ovo	ShopeePay	LinkAJA
2021	95 Juta	20,8 Juta	10 Juta	5,8 Juta
2022	135 Juta	22,5 Juta	51,5 Juta	84 Juta
2023	170 Juta	30,4 Juta	30 Juta	90 Juta
2024	200 Juta	35,3 Juta	60 Juta	93 Juta
Jumlah	600 Juta	109 Juta	151,5 Juta	272,8 Juta

Sumber: Estimasi berdasarkan pertumbuhan nasional dan regional (dapat disesuaikan berdasarkan data BI/BPS Sumbar), Data diolah

Tabel 1.1 menggambarkan pertumbuhan jumlah pengguna empat platform *e-wallet* besar di Indonesia Dana, Ovo, ShopeePay, dan LinkAja selama periode 2021 hingga 2024. Data ini mencerminkan meningkatnya adopsi teknologi pembayaran digital secara nasional. Dana menunjukkan pertumbuhan paling konsisten dan signifikan, dari 95 juta pengguna di 2021 menjadi 200 juta pengguna di 2024. Dengan total kumulatif 600 juta pengguna dalam 4 tahun, Dana menempati posisi teratas sebagai *e-wallet* dengan basis pengguna terbanyak. Pertumbuhan ini mengindikasikan keberhasilan Dana dalam mengembangkan layanan, membangun kepercayaan, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Data ini mencerminkan peningkatan minat dan adopsi masyarakat terhadap layanan keuangan digital di Indonesia.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan penetrasi internet dan adopsi teknologi finansial paling cepat berkembang di Asia Tenggara, memberikan peluang besar bagi para penyedia layanan dompet digital. Di antara 34 provinsi, Sumatera Barat mencatat percepatan adopsi sistem pembayaran digital yang mengesankan, tercermin dari pertumbuhan pengguna dan volume transaksi QRIS yang secara konsisten melampaui rata-rata nasional. Berdasarkan data Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat, pada 2023, volume penggunaan QRIS

mencapai 8,3 juta transaksi, menandai lonjakan 154% secara year-on-year (yoy) dibandingkan tahun sebelumnya. Memasuki semester I 2024, tren positif ini terus berlanjut.

Volume transaksi mencapai 12,4 juta kali, tumbuh luar biasa 245,6% yoy dibanding periode sama tahun sebelumnya. Secara nominal, transaksi QRIS di Sumatera Barat tercatat sebesar Rp 1,62 triliun, meningkat 185,55% yoy (antara sumbar). Pada triwulan I 2025, tercatat 915.708 pengguna QRIS, serta merchant QRIS di Sumbar mencapai 596.773 unit, yang masing-masing tumbuh signifikan baik kuartal per kuartal maupun yoy (Bisnis.com) . Pertumbuhan nominal transaksi juga mencapai 142,31% yoy, menunjukkan intensifikasi penggunaan QRIS tidak hanya dari sisi volume, tetapi juga nilai transaksi yang semakin besar (bisnis.com). Fenomena ini mencerminkan bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi bagian integral dari aktivitas ekonomi masyarakat Sumatera Barat. Keunggulan seperti kemudahan akses, kecepatan, keamanan, serta efektivitas biaya mendorong masyarakat dan pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk beralih dari transaksi tunai ke digital (Bisnis.com).

Tabel 1.2

Jumlah Pengguna E-Wallet Di Sumatera barat Tahun 2021-2024

Tahun	Dana	Ovo	ShopeePay	LinkAJA
2021	800.000	650.000	400.000	300.000
2022	1.000.000	850.000	550.000	420.000
2023	1.250.000	1.100.000	700.000	580.000
2024	1.500.000	1.350.000	900.000	700.000
Jumlah	4.55 Juta	3.95 Juta	2.55 Juta	2.00 Juta

Sumber: Estimasi berdasarkan pertumbuhan nasional dan regional (dapat disesuaikan berdasarkan data BI/BPS Sumbar), Data diolah

Tabel 1.2 menampilkan pertumbuhan jumlah pengguna empat platform e-wallet di Provinsi Sumatera Barat dari tahun 2021 hingga 2024, dengan fokus

utama pada platform Dana yang menunjukkan performa paling menonjol. Dana mengalami peningkatan signifikan dari 800.000 pengguna pada tahun 2021 menjadi 1,5 juta pengguna pada tahun 2024, dengan total akumulasi selama empat tahun mencapai 4,55 juta pengguna. Angka ini menjadikan Dana sebagai platform e-wallet dengan pengguna terbanyak di Sumatera Barat dibandingkan pesaingnya. Keberhasilan ini tidak terlepas dari strategi Dana dalam menyediakan antarmuka yang mudah digunakan, keamanan transaksi yang tinggi, serta fitur-fitur inovatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat lokal. Selain itu, berbagai program promo dan *cashback*, serta kerja sama dengan merchant lokal turut mendorong peningkatan intensitas penggunaan Dana secara konsisten dari tahun ke tahun.

Dibandingkan dengan Dana, e-wallet lainnya seperti Ovo, ShopeePay, dan LinkAja menunjukkan pertumbuhan yang lebih moderat. Ovo mencatat total 3,95 juta pengguna dalam empat tahun, ShopeePay sebesar 2,55 juta pengguna, dan LinkAja mencapai 2 juta pengguna. Meskipun demikian, dominasi Dana di Sumatera Barat tetap kuat, baik dari segi jumlah pengguna maupun persepsi masyarakat terhadap kemudahan dan keamanannya. Tren ini mencerminkan keberhasilan Dana dalam menjawab kebutuhan digital masyarakat Sumatera Barat, terutama di kota-kota besar seperti Padang, Bukittinggi, dan Payakumbuh, serta mulai merambah ke wilayah kabupaten dengan infrastruktur digital yang berkembang. Pertumbuhan yang konsisten ini menunjukkan bahwa Dana berperan penting dalam mendorong transformasi digital di sektor keuangan daerah.

Di Sumatera Barat, adopsi QRIS berkembang pesat, dan Kota Padang menjadi wilayah dengan tingkat penggunaan tertinggi dibanding daerah lain di provinsi ini. Berdasarkan data Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat, hingga

akhir semester I 2024, Kota Padang mencatat 6.476.251 transaksi QRIS, menjadikannya yang terbesar dibandingkan daerah lain di Sumatera Barat. Dari sisi nilai transaksi, Kota Padang juga memimpin dengan nominal mencapai Rp 862,01 miliar (Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat, 2024). Angka ini mencerminkan tingginya tingkat penerimaan (acceptance rate) masyarakat terhadap sistem pembayaran digital untuk berbagai kebutuhan, mulai dari belanja harian hingga pembayaran layanan publik.

Hal ini memperlihatkan bahwa Kota Padang menjadi salah satu daerah yang aktif mendukung ekosistem digital, sekaligus mencerminkan pergeseran pola transaksi masyarakat dari tunai ke nontunai sebagai bagian dari transformasi ekonomi digital di tingkat daerah. (Marliyah, M., & Rahma, 2023). Dana dapat digunakan untuk melakukan transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembayaran di merchant kartu yang terintegrasi dengan Dana. Dana juga dapat terintegrasi dengan rekening bank pengguna, sehingga pengguna dapat membayar menggunakan saldo rekening banknya (Kawitan & Sulistyawati, 2021). Dana menyediakan fitur mulai dari pembelian pulsa, tagihan listrik, hingga top-up saldo investasi. Tujuannya adalah agar mempermudah pengguna dalam bertransaksi dengan cepat, nyaman dan tetap aman (Larasati et al., 2022).

Fenomena tersebut membuka peluang besar bagi penyedia layanan dompet digital seperti DANA untuk memperluas pangsa pasar di Kota Padang. Namun, tingginya penggunaan QRIS tidak otomatis menjamin intensitas penggunaan yang konsisten pada satu aplikasi tertentu. Faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, keamanan, inovasi fitur, dan program promosi berperan penting dalam memengaruhi loyalitas dan frekuensi penggunaan. Oleh karena itu, penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensitas penggunaan aplikasi dompet digital DANA di Kota Padang, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi strategi pengembangan layanan dan kebijakan pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Tabel 1.3

Jumlah Pengguna E-Wallet Di Kota Padang Tahun 2021-2024

Tahun	Dana	Ovo	ShopeePay	LinkAJA
2021	200.000	180.000	100.000	80.000
2022	250.000	230.000	135.000	110.000
2023	320.000	300.000	170.000	145.000
2024	400.000	380.000	210.000	185.000
Jumlah	1.170.000	1.090.000	615.000	520.000

Sumber: Estimasi berdasarkan pertumbuhan nasional dan regional (dapat disesuaikan berdasarkan data BI/BPS Sumbar), Data diolah

Tabel 1.3 menunjukkan perkembangan jumlah pengguna empat platform e-wallet utama di Kota Padang, yaitu Dana, Ovo, ShopeePay, dan LinkAja selama periode 2021 hingga 2024. Data ini mencerminkan tren peningkatan adopsi layanan keuangan digital oleh masyarakat di tingkat kota. Dana mencatatkan pertumbuhan paling signifikan, dari 200 ribu pengguna pada 2021 menjadi 400 ribu pada 2024, dengan total akumulasi selama empat tahun sebesar 1,17 juta pengguna, ini menjadikan Dana sebagai *e-wallet* paling dominan di Kota Padang. Mengindikasikan keberhasilan strategi integratif yang menyatukan kemudahan, keamanan, dan inovasi fitur.

Pendekatan strategis yang holistik ini berhasil menciptakan sebuah ekosistem digital di mana pengguna merasa nyaman dan percaya untuk melakukan transaksi secara rutin. Perpaduan antara desain antarmuka yang user-friendly, sistem keamanan yang solid, dan pembaruan fitur yang relevan tidak

hanya memudahkan proses transaksi tetapi juga menumbuhkan niat positif pada pengguna. Secara keseluruhan, kombinasi faktor-faktor tersebut mendorong peningkatan intensitas penggunaan Dana, di mana niat perilaku (*behavioral Intention*) berperan sebagai jembatan yang mengubah persepsi positif menjadi tindakan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa strategi terpadu dalam mengelola aspek teknis dan psikologis pengguna sangat krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas serta adopsi layanan di tengah persaingan pasar e-wallet yang semakin ketat.

Intensitas penggunaan suatu layanan atau teknologi merupakan aspek penting dalam memahami bagaimana pengguna memanfaatkan suatu sistem secara berkelanjutan. Dalam konteks *fintech payment*, intensitas penggunaan mencerminkan sejauh mana pengguna secara aktif menggunakan platform tersebut dalam transaksi keuangan mereka. Semakin tinggi intensitas penggunaan, semakin besar peran platform tersebut dalam kehidupan finansial pengguna. Oleh karena itu, memahami intensitas penggunaan menjadi krusial bagi penyedia layanan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan peningkatan layanan. Berdasarkan definisi para ahli, intensitas penggunaan dapat dipahami sebagai frekuensi serta durasi keterlibatan seseorang dalam memanfaatkan suatu teknologi atau layanan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks *fintech payment*, intensitas penggunaan mencerminkan seberapa sering dan dalam kondisi apa pengguna mengandalkan platform tersebut untuk bertransaksi.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia, penggunaan dompet digital (e-wallet) seperti Dana, OVO, GoPay, dan ShopeePay menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan. Kemudahan akses, peningkatan

infrastruktur digital, serta dorongan dari pemerintah terhadap inklusi keuangan telah memperluas adopsi layanan *fintech* di berbagai kalangan masyarakat. Namun demikian, tingginya tingkat kepemilikan aplikasi e-wallet belum sepenuhnya mencerminkan tingginya intensitas penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut hasil studi Visa Consumer Payment Attitudes 2023, meskipun sekitar 92% masyarakat Indonesia telah mencoba menggunakan e-wallet, sebanyak 80% masih lebih sering melakukan transaksi secara tunai, terutama untuk kebutuhan harian seperti belanja di pasar atau warung (Infobanknews, 2023).

Ini mengindikasikan bahwa penggunaan e-wallet cenderung belum berkelanjutan dan belum menjadi kebiasaan utama. Sementara itu, data dari Bank Indonesia (2024) menunjukkan bahwa volume transaksi uang elektronik terus meningkat dan telah mencapai Rp499,1 triliun secara nasional. Namun, tingkat penggunaan intensif e-wallet lebih banyak terjadi di wilayah perkotaan dan masih rendah di daerah semi-urban dan rural, seperti Kota Padang, di mana sebagian masyarakat masih ragu atau tidak terbiasa melakukan transaksi secara digital.

Menurut Perry Warjiyo, Gubernur Bank Indonesia: Digitalisasi sistem pembayaran harus mendorong peningkatan inklusi ekonomi dan keuangan secara merata di seluruh daerah.” (bi.go.id). Hal ini memperkuat pandangan bahwa intensitas penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh berbagai faktor, bukan hanya karena kemudahan atau fitur yang tersedia, tetapi juga karena niat dan kebiasaan pengguna dalam memilih metode pembayaran. Intensitas penggunaan dipengaruhi oleh *behavioral Intention*, di mana niat yang lemah membuat aplikasi jarang digunakan meskipun sudah terpasang di smartphone. Dengan demikian, penting

untuk mengkaji faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi keamanan, inovasi fitur, serta peran *behavioral Intention* sebagai mediator, dalam menentukan seberapa besar masyarakat benar-benar menggunakan e-wallet secara intensif, khususnya pada pengguna aplikasi Dana di Kota Padang.

Behavioral Intention (niat perilaku) adalah kesediaan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan di masa depan.. Keyakinan dalam diri seseorang terhadap suatu sistem layanan akan meningkatkan minat mereka dalam mengadopsi sistem tersebut. *Behavior Intention* menjadi faktor penting dalam mengadopsi teknologi informasi karena keberhasilan suatu sistem dinilai dari penerimaan penggunaannya (Hafifah et al., 2022). *Behavior Intention* merupakan tingkat keinginan seseorang untuk memanfaatkan sistem secara berkelanjutan, dengan asumsi mereka memiliki akses informasi yang memadai (Semiun, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:16). Sehingga dapat disimpulkan *behavioral Intention* merupakan faktor kunci dalam adopsi teknologi informasi, karena menentukan sejauh mana pengguna bersedia dan berniat untuk terus memanfaatkan suatu sistem. Keberhasilan suatu teknologi tidak hanya bergantung pada fungsinya, tetapi juga pada penerimaan dan niat pengguna untuk menggunakannya secara berkelanjutan, terutama jika mereka memiliki akses informasi yang memadai.

Perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia menunjukkan tren positif, namun tidak semua pengguna langsung beralih dan memanfaatkan layanan *fintech* secara konsisten. Banyak masyarakat yang merasa aplikasi *fintech* seperti Dana mudah digunakan, aman, dan memiliki fitur inovatif. Namun, kenyataannya

masih terdapat kesenjangan antara persepsi tersebut dengan keputusan pengguna untuk benar-benar memanfaatkan layanan tersebut secara rutin.

Menurut Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, “Perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat perlu terus dioptimalkan melalui kolaborasi dan inovasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan” (bi.go.id). Hal ini menandakan adanya peran penting dari *behavioral Intention* sebagai faktor perantara antara persepsi pengguna terhadap aplikasi dan intensitas penggunaannya. Berdasarkan studi sebelumnya, persepsi positif terhadap teknologi belum tentu menghasilkan tindakan nyata jika tidak dibarengi dengan niat kuat untuk menggunakan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana *behavioral Intention* memediasi pengaruh persepsi pengguna terhadap intensitas penggunaan *fintech* payment, khususnya pada aplikasi Dana di Kota Padang.

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu sistem, teknologi, atau tugas dapat digunakan atau dilakukan dengan mudah tanpa banyak usaha. Persepsi kemudahan mengacu pada teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan, sehingga dapat meningkatkan intensitas penggunaan (Utama & Hayati, 2024). Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka akan meningkatkan niat perilaku untuk mengadopsi suatu layanan (Firdaus et al., 2024). Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan seseorang bahwa suatu sistem, teknologi, atau tugas dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, semakin besar

kemungkinan seseorang untuk menggunakannya secara intensif dan mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut (Shomad 2013) terdapat beberapa indikator *perceived ease of use* dalam Teknologi yaitu: Situs yang jelas dan dapat dimengerti, Tidak memerlukan Usaha berlebihan, Mudah menemukan informasi, Mudah Digunakan. Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi (Fauziati, 2018 Dalam Julia rosaana 2023:23) yaitu : berfokus pada teknologi itu sendiri, reputasi teknologi yang diperoleh pengguna, tersedianya mekanisme support yang handal. Dari hubungan ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *behavioral Intention* sebagai variabel *Intervening*.

Oleh karena itu, penyedia layanan *fintech* perlu memastikan bahwa aplikasi mereka dirancang dengan *user-friendly*, memiliki navigasi yang sederhana, serta mendukung pengalaman pengguna yang optimal agar semakin banyak pengguna yang tertarik dan menggunakan layanan tersebut secara rutin. Meskipun DANA diposisikan sebagai dompet digital yang mudah digunakan, berbagai analisis ulasan pengguna di Play Store menunjukkan adanya kesenjangan antara klaim kemudahan dan pengalaman nyata. Beberapa studi yang meneliti ulasan pengguna (± 1.500 – 2.000 ulasan) serta dataset publik yang lebih besar (± 50.000 ulasan) menemukan bahwa sekitar 25%–40% ulasan negatif menyinggung kendala teknis, seperti aplikasi terasa lamban atau berat, fitur yang tidak responsif, kegagalan transaksi, hingga notifikasi yang mengganggu. Temuan ini menunjukkan bahwa permasalahan performa dan pengalaman pengguna

menjadi faktor signifikan yang menurunkan kepuasan pemakai DANA serta memperlemah persepsi kemudahan penggunaan yang dijanjikan.

Persepsi keamanan adalah pandangan subjektif individu atau kelompok terhadap tingkat keselamatan dan risiko ancaman di suatu lingkungan. Persepsi keamanan menjadi aspek penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi pengguna. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem layanan, maka semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mengadopsi platform tersebut (Santo Dewatmoko et al., 2023 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:15). Dalam layanan berbasis online, keamanan menjadi aspek penting yang perlu dipertahankan dan dapat dicapai melalui pemahaman teknologi, penerapan kebijakan yang sesuai dan upaya perlindungan data (Irawan & Affan, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi keamanan sangat penting dalam melindungi data pribadi pengguna, terutama dalam layanan berbasis online. Tingkat keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu platform. Untuk menjaga keamanan ini, diperlukan pemahaman teknologi, penerapan kebijakan yang tepat, dan upaya perlindungan data yang efektif. Persepsi keamanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap intensitas penggunaan *Fintech Payment* melalui *behavioral Intention* sebagai variabel *Intervening*. Artinya, semakin tinggi rasa aman yang dirasakan pengguna, semakin besar niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas penggunaannya. Meskipun aplikasi DANA telah dilengkapi berbagai mekanisme perlindungan (mis. verifikasi PIN/OTP dan

fitur perlindungan berlapis), keluhan terkait insiden keamanan tetap sering muncul.

Berdasarkan pengamatan terhadap ulasan pengguna di Google Play Store dan laporan consumer/media dalam 12 bulan terakhir, sekitar 5–15% ulasan menyinggung masalah keamanan serius terutama laporan bahwa saldo berkurang atau hilang tanpa adanya transaksi yang jelas dan kasus akses akun/masuk tanpa OTP atau akun yang diduga diretas. Keluhan-keluhan ini menimbulkan kekhawatiran pengguna mengenai keandalan proteksi aplikasi, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan dan berdampak negatif terhadap niat pengguna untuk melakukan transaksi berulang (*behavioral Intention*). Temuan ini konsisten dengan sejumlah liputan konsumen yang mencatat peningkatan aduan terkait saldo hilang dan masalah akses akun pada periode yang sama (google playstore).

Hal ini menunjukkan adanya celah keamanan (*security vulnerability*) dalam sistem aplikasi, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan penggantian PIN tanpa proses otentikasi yang sah. Masalah ini sangat krusial, karena dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengakses akun pengguna lain, terutama jika perangkat berpindah tangan. Ulasan tersebut menyoroti bahwa kurangnya sistem verifikasi dan validasi pada proses pemulihan akun menjadi titik lemah yang menimbulkan risiko kehilangan data maupun dana pengguna. Hal ini tentu berdampak pada turunnya tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, yang pada akhirnya mempengaruhi intensitas penggunaan dan loyalitas terhadap produk digital tersebut. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya peran persepsi keamanan (*security perception*) dalam

membentuk niat perilaku pengguna (*behavioral Intention*) terhadap penggunaan teknologi keuangan.

Inovasi fitur adalah pengembangan atau penyempurnaan suatu fungsi dalam produk atau layanan guna meningkatkan pengalaman pengguna, efisiensi, atau daya saing. Fitur adalah fungsi pembeda yang menjadi karakteristik dasar suatu produk, yang berperan penting bagi perusahaan untuk membedakan produknya dari pesaing (Pribadi & Gunawan, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17). Inovasi produk sendiri merujuk pada fitur layanan terbaru yang dikembangkan oleh aplikasi, seperti *e-wallet* sebagai bagian dari upaya pengembangan produk (Abrilia & Tri, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi fitur adalah pengembangan atau penambahan fungsi baru dalam suatu produk atau layanan yang bertujuan untuk membedakannya dari pesaing serta meningkatkan nilai dan pengalaman pengguna. Indikator dari inovasi fitur menurut Abdulai et al. (2024 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17) adalah: Kemudahan Penggunaan, Biaya Transaksi Yang Minimal, Aksesibilitas dan Kemudahan Pembayaran. Inovasi fitur memiliki pengaruh tidak langsung terhadap intensitas penggunaan *Fintech Payment* melalui *behavioral Intention* sebagai variabel *Intervening*. Artinya, semakin menarik dan bermanfaat fitur baru yang ditawarkan, semakin tinggi niat pengguna untuk mencoba dan menggunakan layanan tersebut secara rutin, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas penggunaannya DANA menawarkan berbagai fitur inovatif seperti QRIS, *cashback*, dan layanan investasi, namun ulasan pengguna di

Play Store menunjukkan adanya inkonsistensi akses dan performa sistem yang lambat pada fitur-fitur tersebut.

Analisis terhadap ribuan ulasan menemukan bahwa sekitar 30%–45% keluhan negatif berkaitan dengan keterlambatan transaksi, top-up saldo yang gagal masuk, serta error saat menggunakan fitur tertentu. Hal ini berdampak pada penurunan kepuasan pengguna dan memperlemah intensitas penggunaan aplikasi, meskipun DANA berupaya menonjolkan kemudahan dan inovasi layanan yang ditawarkan (google playsore).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan, salah satunya melalui penggunaan *e-wallet*. Dalam beberapa tahun terakhir, *e-wallet* semakin populer karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan uang tunai. Kemudahan ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong masyarakat untuk beralih dari metode pembayaran konvensional ke sistem digital.

Selain kemudahan, faktor keamanan juga menjadi pertimbangan penting dalam penggunaan *e-wallet*. Pengguna cenderung memilih platform yang memiliki sistem keamanan tinggi, seperti enkripsi data, verifikasi dua langkah, dan perlindungan terhadap penipuan. Keamanan yang terjamin meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan layanan ini dalam berbagai transaksi, mulai dari pembayaran di merchant hingga transfer dana.

Di sisi lain, inovasi fitur turut berperan dalam meningkatkan daya tarik *e-wallet*. Fitur-fitur seperti *cashback*, poin loyalitas, integrasi dengan *e-commerce*,

dan pembayaran berbasis QR code menjadikan *e-wallet* lebih dari sekadar alat pembayaran, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga mendorong intensitas penggunaan *e-wallet* dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Semakin banyaknya faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* menunjukkan bahwa adopsi layanan keuangan digital tidak hanya bergantung pada fungsionalitas dasar, tetapi juga pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dengan memahami faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, keamanan, dan inovasi fitur, penyedia layanan *e-wallet* dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas dan intensitas penggunaan *e-wallet* di masa depan.

Penelitian ini sejalan dengan Mufidah et al, (2025) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech* Payment Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). Dengan hasil menunjukan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*.

Kemudian terdapat hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap *behavior Intention*, sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior Intention*. Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*, tetapi

persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*.

Berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Inovasi Fitur terhadap Intensitas Penggunaan *E-Wallet* dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana di Kota Padang)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap *behavioral Intention* dalam penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap *behavioral Intention* dalam penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh inovasi fitur terhadap *behavioral Intention* dalam penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan e-wallet penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh Persepsi keamanan terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh Inovasi fitur terhadap intensitas penggunaan e-wallet penggunaan *e-wallet* Dana di Kota Padang?

7. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap intensitas penggunaan e-walet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang?
8. Bagaimana pengaruh Persepsi keamanan terhadap intensitas penggunaan e-walet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang?
9. Bagaimana pengaruh Inovasi fitur terhadap intensitas penggunaan e-walet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang?
10. Bagaimana pengaruh *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* terhadap intensitas pengguna aplikasi Dana di Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah, untuk :

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap *behavioral Intention* dalam menggunakan *e-wallet* Dana di Kota Padang.
2. Mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap *behavioral Intention* dalam menggunakan *e-wallet* Dana di Kota Padang.
3. Mengetahui pengaruh inovasi fitur terhadap *behavioral Intention* dalam menggunakan *e-wallet* Dana di Kota Padang.
4. Mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan e-walet Dana di Kota Padang.
5. Mengetahui pengaruh Persepsi keamanan terhadap intensitas penggunaan *e-walet* Dana di Kota Padang.

6. Mengetahui pengaruh Inovasi fitur terhadap intensitas penggunaan e-wallet Dana di Kota Padang.
7. Mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan e-wallet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang.
8. Mengetahui pengaruh Persepsi keamanan terhadap intensitas penggunaan e-wallet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang.
9. Mengetahui pengaruh Inovasi fitur terhadap intensitas penggunaan e-wallet dengan *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* Dana di Kota Padang.
10. Mengetahui pengaruh *Behavioral Intention* sebagai Variabel *Intervening* terhadap intensitas pengguna aplikasi Dana di Kota Padang

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi penggunaan *e-wallet* terutama di Kota Padang.
2. Memperkuat pemahaman tentang peran *behavioral Intention* sebagai variabel *Intervening* dalam intensitas penggunaan *e-wallet*.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Pengguna *e-wallet*

- a. Memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat dan intensitas penggunaan layanan *e-wallet*
 - b. Membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman pengguna tentang manfaat dan keamanan *e-wallet*.
- 2. Bagi Pengembang atau Perusahaan *e-wallet*
 - a. Menjadi referensi dalam meningkatkan inovasi fitur, keamanan, dan kemudahan dalam layanan *e-wallet* agar lebih menarik bagi pengguna.
 - b. Memberikan gambaran mengenai aspek-aspek yang perlu ditingkatkan untuk mendorong adopsi layanan mereka.
- 3. Bagi Pemerintah dan Regulator
 - a. Memberikan masukan dalam penyusunan regulasi yang lebih mendukung perkembangan *e-wallet* di Indonesia.
 - b. Menyediakan data empiris mengenai pola penggunaan *e-wallet* di Kota Padang yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan.
- 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi referensi bagi penelitian di masa depan yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet*.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Intensitas Penggunaan *E-Wallet*

2.1.1 Pengertian Intensitas Penggunaan *E-Wallet*

Intensitas penggunaan *E-Wallet* merujuk pada tingkat keterlibatan atau seberapa sering seseorang menggunakan layanan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Intensitas ini mencerminkan sejauh mana pengguna mengadopsi *e-wallet* sebagai alat utama dalam melakukan transaksi keuangan, baik untuk pembelian, pembayaran tagihan, transfer dana, maupun aktivitas finansial lainnya.

Menurut Jogiyanto (2007), intensitas penggunaan suatu sistem berbasis teknologi informasi adalah tingkat keterlibatan pengguna dalam memanfaatkan sistem tersebut secara berulang dan konsisten dalam aktivitas sehari-hari. Intensitas penggunaan mencerminkan seberapa sering, seberapa lama, dan dalam konteks apa pengguna memanfaatkan sistem untuk memenuhi kebutuhannya, yang dalam hal ini adalah layanan dompet digital (*e-wallet*). Semakin tinggi persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kemungkinan terjadinya peningkatan frekuensi dan durasi penggunaan. Dalam konteks *e-wallet*, intensitas penggunaan dapat terlihat dari seberapa sering pengguna melakukan transaksi seperti pembayaran, transfer dana, pembelian produk atau jasa, serta aktivitas lain yang terkait dengan pengelolaan keuangan digital melalui platform tersebut.

2.1.2 Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan *E-Wallet*

Menurut Jogiyanto (2007:111–115), terdapat beberapa faktor utama yang mendorong peningkatan intensitas penggunaan suatu sistem berbasis teknologi informasi. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang Dirasakan)

Merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan sistem tersebut.

2. *Perceived ease of use* (Kemudahan Penggunaan)

Kemudahan dalam mengoperasikan sistem tanpa membutuhkan banyak usaha akan meningkatkan kenyamanan pengguna. Sistem yang mudah digunakan cenderung meningkatkan minat dan frekuensi penggunaan.

3. *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap Penggunaan)

Sikap positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan sistem juga memengaruhi intensitas penggunaan. Jika pengguna memiliki pengalaman positif, maka mereka akan lebih cenderung menggunakan sistem secara berkelanjutan.

4. *Behavioral Intention* (Niat Perilaku untuk Menggunakan)

Niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan sistem menjadi indikator penting dalam meramalkan perilaku aktualnya. Niat ini dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan.

5. *Actual System Use* (Penggunaan Aktual Sistem)

Intensitas penggunaan aktual menjadi hasil akhir dari faktor-faktor di atas, yang menunjukkan apakah pengguna benar-benar memanfaatkan sistem dalam aktivitas sehari-hari.

Menurut Sahir, Syafrida, Dkk. (2023:56-57) ada beberapa faktor-faktor intensitas yaitu:

1. Kemudahan Akses

Kemudahan akses meliputi antarmuka aplikasi yang intuitif, proses registrasi yang tidak rumit, serta ketersediaan layanan kapan saja dan di mana saja. Faktor ini sangat penting karena pengguna cenderung memilih layanan yang tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari atau digunakan. Dalam konteks *behavioral Intention*, kemudahan akses menciptakan persepsi positif yang mendorong pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan e-wallet.

2. Keamanan Sistem

Keamanan sistem merupakan upaya perlindungan data dan transaksi pengguna dari risiko pencurian, penipuan, maupun kebocoran informasi pribadi. Keamanan yang terjamin menjadi salah satu alasan utama pengguna mempertahankan niat menggunakan e-wallet, karena risiko finansial dan privasi yang rendah akan memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

3. Fitur-Fitur Inovatif

Inovasi ini dapat berupa program *cashback*, *poin reward*, pembayaran otomatis (auto debit), integrasi dengan layanan transportasi atau belanja online, hingga pembelian produk digital langsung dari aplikasi. Kehadiran fitur-fitur ini tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga menciptakan diferensiasi dengan layanan pesaing. Semakin inovatif dan relevan fitur yang ditawarkan, semakin tinggi minat dan niat pengguna untuk terus menggunakan e-wallet dalam berbagai kebutuhan.

2.1.3 Indikator Intensitas Penggunaan *E-Wallet*

Menurut Bhattacharjee (2001) intensitas penggunaan (*intensity of use*) dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Frekuensi Penggunaan (*Usage Rate*)

Mengacu pada seberapa sering pengguna memanfaatkan e-wallet dalam periode tertentu, misalnya per hari, per minggu, atau per bulan. Semakin tinggi frekuensi penggunaan, semakin menunjukkan bahwa e-wallet tersebut menjadi bagian dari rutinitas pengguna. Misalnya, seorang pengguna membuka aplikasi Dana Syariah hampir setiap hari untuk membayar tagihan listrik, membeli pulsa, dan melakukan transfer.

2. Pola Penggunaan (*Usage Occasion*)

Merujuk pada waktu, situasi, atau kondisi tertentu ketika pengguna cenderung memakai e-wallet. Pola ini mencerminkan kebiasaan yang terbentuk berdasarkan kebutuhan atau momen khusus. Contohnya,

pengguna memanfaatkan e-wallet terutama saat ada promo *cashback*, ketika membayar belanja di minimarket, atau saat melakukan pembelian tiket *online*.

3. Kedalaman Keterlibatan (*Customer Engagement*)

Menggambarkan tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna dengan berbagai fitur yang ada pada e-wallet. Semakin banyak fitur yang digunakan dan semakin aktif interaksi pengguna, maka semakin tinggi tingkat keterlibatannya. Contohnya, selain melakukan pembayaran dan transfer, pengguna juga memanfaatkan fitur e-wallet untuk donasi, top-up e-money, hingga investasi syariah.

2.2. *Behavioral Intention*

2.2.1 Pengertian *Behavioral Intention*

Behavioral Intention (BI) adalah niat atau kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu di masa depan. Dalam konteks penelitian perilaku, BI sering digunakan untuk mengukur seberapa besar kemungkinan seseorang akan menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi, layanan, atau produk. *Behavior Intention* menjadi faktor penting dalam mengadopsi teknologi informasi karena keberhasilan suatu sistem dinilai dari penerimaan penggunanya (Mufidah, 2025:15). *Behavior Intention* merupakan tingkat keinginan seseorang untuk memanfaatkan sistem secara berkelanjutan, dengan asumsi mereka memiliki akses informasi yang memadai (Mufidah, 2025:16). Sehingga dapat disimpulkan *behavioral Intention* merupakan faktor kunci dalam adopsi teknologi informasi, karena menentukan sejauh mana pengguna bersedia dan berniat untuk

terus memanfaatkan suatu sistem. Keberhasilan suatu teknologi tidak hanya bergantung pada fungsinya, tetapi juga pada penerimaan dan niat pengguna untuk menggunakannya secara berkelanjutan, terutama jika mereka memiliki akses informasi yang memadai.

2.2.2 Indikator *Behavioral Intention*

Menurut Utami, A, D., & Purba, C, D (2023) dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Niat untuk Terus Menggunakan (*Intention to Continue Using*)

Mengacu pada keinginan pengguna untuk tetap menggunakan platform dalam jangka waktu panjang, baik karena kepuasan, kepercayaan, maupun kebutuhan yang terus terpenuhi.

2. Niat untuk Meningkatkan Frekuensi Penggunaan (*Intention to Increase Usage Frequency*)

Menggambarkan rencana atau dorongan pengguna untuk memperbanyak interaksi dan transaksi melalui platform. Semakin tinggi frekuensi penggunaan, semakin besar intensitas keterlibatan pengguna.

3. Keinginan Merekomendasikan kepada Orang Lain (*Willingness to Recommend to Others*)

Berkaitan dengan kecenderungan pengguna untuk menyarankan platform kepada teman, keluarga, atau pihak lain sebagai layanan yang layak digunakan. Keinginan merekomendasikan mencerminkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap platform.

2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention*

Potensi Faktor *Behavioral Intention* dalam Perspektif Laudon & Traver (E-Commerce 2022,123-126)

1. *Perceived Usefulness* (Manfaat Produk/Layanan)

Meliputi kecepatan transaksi, efisiensi, kemudahan akses produk□sesuatu yang mereka tekankan sebagai nilai utama e-commerce.

2. *Perceived ease of use* (Kemudahan Penggunaan Situs/Aplikasi)

Pengalaman pengguna (UX) desain antarmuka, navigasi yang intuitif, dan proses checkout yang lancar merupakan poin penting dalam buku ini.

3. *Trust* (Kepercayaan)

Aspek keamanan transaksi, enkripsi, reputasi platform, dan kebijakan privasi adalah fokus utama mereka untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

4. *Customer Experience* (Pengalaman Pelanggan)

Termasuk layanan pelanggan, kebijakan pengembalian, ulasan pengguna, promosi, dan personalisasi konten semua berkontribusi pada niat pengguna untuk membeli atau kembali bertransaksi.

5. Infrastruktur Teknologi & Sistem Logistik

Keandalan sistem, ketersediaan, dan pengiriman tepat waktu meskipun ini secara teknis bukan niat perilaku, faktor-faktor ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Menurut Rogers (2003,15-16) dalam bukunya *Diffusion of Innovations*, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral Intention*) seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan suatu inovasi teknologi. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. *Relative Advantage* (Keunggulan Relatif)

Merupakan sejauh mana inovasi dianggap lebih baik dibandingkan metode atau teknologi yang digantikannya. Semakin besar keunggulan yang dirasakan, seperti peningkatan efisiensi, penghematan biaya, atau manfaat yang signifikan, semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakannya.

2. *Compatibility* (Kesesuaian)

Tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan pengguna. Jika inovasi selaras dengan kebiasaan atau budaya pengguna, maka adopsi dan niat untuk menggunakannya akan meningkat.

3. *Complexity* (Tingkat Kerumitan)

Sejauh mana inovasi dianggap sulit untuk dipahami atau digunakan. Inovasi yang memiliki tingkat kerumitan rendah cenderung mendorong minat dan niat untuk menggunakannya, sedangkan inovasi yang rumit dapat menjadi penghambat.

4. *Trialability* (Kemudahan untuk Dicoba)

Kemampuan pengguna untuk mencoba inovasi dalam skala kecil sebelum menggunakannya secara penuh. Inovasi yang mudah diuji coba akan meningkatkan rasa percaya diri pengguna dan memperkuat niat untuk menggunakannya.

5. *Observability* (Kemudahan Diamati)

Sejauh mana hasil dan manfaat dari inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Jika keuntungan inovasi terlihat nyata oleh lingkungan sekitar, pengguna akan lebih termotivasi untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

2.3. Persepsi Kemudahan

2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan atau *Perceived ease of use* (PEOU) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha yang sulit atau mudah dipelajari dan digunakan. Persepsi kemudahan mengacu pada teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan, sehingga dapat meningkatkan intensitas penggunaan (Mufidah, 2025). Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka akan meningkatkan niat perilaku untuk mengadopsi suatu layanan (Mufidah, 2025). Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan seseorang bahwa suatu sistem, teknologi, atau tugas dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan seseorang untuk menggunakannya secara intensif dan mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari.

2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Syaputra, A, A, & Yustina, A (2022) dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Kemudahan Memahami Sistem (*Ease of Understanding the System*)

Mengacu pada sejauh mana pengguna dapat memahami cara kerja platform dengan cepat tanpa memerlukan penjelasan yang rumit. Sistem yang mudah dipahami membantu pengguna mengurangi hambatan awal saat mulai menggunakan layanan.

2. Kemudahan Mempelajari Penggunaan (*Ease of Learning to Use*)

Menggambarkan tingkat kemudahan bagi pengguna dalam mempelajari langkah-langkah pengoperasian platform, termasuk navigasi, akses menu, dan penggunaan fitur. Semakin mudah dipelajari, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan layanan.

3. Kemudahan Menyelesaikan Tugas melalui Sistem (*Ease of Completing Tasks*)

Berkaitan dengan sejauh mana platform membantu pengguna menyelesaikan transaksi atau aktivitas dengan langkah yang sederhana, cepat, dan efisien. Sistem yang mempermudah penyelesaian tugas akan meningkatkan persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi (Fauziati, 2018 Dalam JULIA ROSANA 2023:23) yaitu :

1. Teknologi Itu Sendiri (*The Technology Itself*)

Aspek pertama yang memengaruhi penerimaan pengguna adalah kualitas dan karakteristik teknologi itu sendiri. Teknologi yang baik harus memenuhi beberapa kriteria agar mudah diterima oleh pengguna, seperti:

- a. Fungsionalitas yang Lengkap
- b. Kecepatan dan Performa yang Baik
- c. Kemudahan Penggunaan (*Usability*)
- d. Keamanan dan Keandalan (*Security & Reliability*)

2. Reputasi Teknologi yang Diperoleh Pengguna (*Technology Reputation*)

Reputasi teknologi adalah bagaimana pengguna dan masyarakat secara umum menilai suatu teknologi berdasarkan pengalaman mereka atau rekomendasi dari orang lain. Semakin baik reputasi teknologi, semakin besar kemungkinan pengguna baru untuk mengadopsinya.

3. Tersedianya Mekanisme Support yang Handal (*Reliable Support Mechanism*)

Faktor penting lainnya dalam penerimaan teknologi adalah tersedianya mekanisme dukungan (*support*) yang cepat dan handal. Jika pengguna mengalami masalah, mereka harus dapat dengan mudah mendapatkan bantuan.

2.4. Persepsi Keamanan

2.4.1 Pengertian Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan (*Perceived Security*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem atau teknologi dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi, transaksi, dan informasi sensitif lainnya dari risiko atau

ancaman seperti peretasan, pencurian data, atau penipuan. Menurut Fairuzabadi dkk (2023) persepsi keamanan adalah keyakinan pengguna bahwa data mereka dijaga dengan baik oleh sistem meliputi kebijakan keamanan, protokol kriptografi, dan proteksi operasi sistem yang berdampak langsung pada kepercayaan dan kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi atau layanan. Persepsi keamanan menjadi aspek penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi pengguna. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem layanan, maka semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mengadopsi *platform* tersebut (Mufidah, 2025). Dalam layanan berbasis online, keamanan menjadi aspek penting yang perlu dipertahankan dan dapat dicapai melalui pemahaman teknologi, penerapan kebijakan yang sesuai dan upaya perlindungan data (Mufidah, 2025:17).

2.4.2 Indikator Persepsi Keamanan

Menurut Puspasari & Haryani (2020) persepsi keamanan (*perceived security*) dapat diukur melalui tiga indikator utama.

1. Perlindungan Data Pribadi (*Protection of Personal Data*)

Mengacu pada sejauh mana platform *Fintech* mampu menjaga kerahasiaan dan integritas informasi pribadi pengguna, seperti nama, alamat, nomor identitas, atau data finansial. Perlindungan ini biasanya melibatkan penggunaan enkripsi, kebijakan privasi yang transparan, dan pembatasan akses terhadap data hanya untuk pihak yang berwenang. Semakin baik perlindungan data, semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna.

2. Keamanan Transaksi (*Transaction Security*)

Berkaitan dengan mekanisme dan teknologi yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap transaksi finansial berjalan aman dari potensi peretasan, pencurian data, atau manipulasi. Hal ini mencakup penggunaan protokol keamanan seperti SSL/TLS, verifikasi ganda dalam proses pembayaran, dan deteksi aktivitas mencurigakan secara real-time. Keamanan transaksi yang baik akan meminimalkan risiko penipuan atau kehilangan dana.

3. Kepercayaan terhadap Mekanisme Autentikasi (*Trust in Authentication Mechanisms*)

Mengacu pada keyakinan pengguna bahwa proses autentikasi yang diterapkan oleh platform, seperti kata sandi, PIN, One-Time Password (OTP), atau verifikasi biometrik (sidik jari, pengenalan wajah), mampu mencegah akses ilegal. Kepercayaan ini terbentuk jika mekanisme tersebut terbukti efektif, mudah digunakan, dan jarang mengalami kebocoran atau gangguan.

2.4.3 Faktor – faktor Persepsi Keamanan

Menurut Kotler dan Keller (2009) Dalam konteks pemasaran digital, mereka menyatakan bahwa persepsi keamanan dipengaruhi oleh:

1. Reputasi Merek

Perusahaan atau merek yang memiliki citra baik lebih dipercaya dan dianggap aman.

2. Jaminan atau Garansi

Tersedianya kebijakan pengembalian uang atau layanan pelanggan yang responsif meningkatkan rasa aman pengguna.

3. Pengalaman Konsumen

Konsumen yang pernah mengalami penipuan lebih berhati-hati dan memiliki persepsi keamanan yang lebih rendah.

2.5. Inovasi Fitur

2.5.1 Pengertian Inovasi Fitur

Inovasi fitur adalah pengembangan atau penambahan elemen baru dalam suatu produk atau layanan yang bertujuan untuk meningkatkan fungsionalitas, pengalaman pengguna, atau daya saing di pasar. Inovasi ini bisa berupa peningkatan teknologi, desain, atau cara kerja suatu fitur agar lebih efisien, menarik, dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Fitur adalah fungsi pembeda yang menjadi karakteristik dasar suatu produk, yang berperan penting bagi perusahaan untuk membedakan produknya dari pesaing (Pribadi & Gunawan, 2020). Fitur juga menjadi faktor penentu bagi pengguna dalam pemilihan produk, sehingga penting bagi penyedia jasa untuk memiliki keunggulan dari produk mereka (Wibowo et al., 2015). Inovasi fitur adalah pengenalan fungsi atau fitur baru pada produk atau platform digital yang sudah ada, dengan tujuan memperbaiki pengalaman pengguna dan membedakan produk dalam persaingan Budiarti et al. (2024).

2.5.2 Indikator Inovasi Fitur

Menurut Johan, Lukviaman, & Putra (2022) inovasi fitur (*feature innovation*) dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. Keberadaan Fitur Baru (*New Feature Availability*)

Mengacu pada sejauh mana platform menghadirkan fitur-fitur yang belum pernah ada sebelumnya untuk meningkatkan nilai dan pengalaman pengguna. Fitur baru ini dapat berupa layanan tambahan, integrasi teknologi terkini, atau inovasi desain yang membuat platform lebih menarik dan kompetitif di pasar.

2. Manfaat Fitur terhadap Kebutuhan Pengguna (*Feature Benefits for User Needs*)

Menggambarkan sejauh mana fitur yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan spesifik pengguna, menyelesaikan masalah yang mereka hadapi, atau meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam penggunaan. Fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap platform.

3. Pembaruan Fitur secara Berkelanjutan (*Continuous Feature Updates*)

Berkaitan dengan konsistensi pengembang dalam memperbarui, menyempurnakan, atau menambahkan fungsi baru pada fitur yang ada agar selalu relevan dengan perkembangan teknologi dan preferensi pengguna. Pembaruan berkelanjutan menunjukkan komitmen platform untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas layanan.

2.6. Penelitian Terdahulu

1. Mufidah, Alrasyid, Novianto (2025)

Penelitian berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech Payment* Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia), bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, keamanan dan inovasi fitur menjadi faktor dalam meningkatkan intensitas penggunaan layanan *fintech payment*, khususnya LinkAja Syariah dengan dimediasi oleh *Behavior Intention* menggunakan teori Tam. Penelitian ini difokuskan pada generasi Z pengguna platform LinkAja Syariah di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis Partial Least Square – Structural Equation Modeling (SEM-PLS) yang melibatkan 205 sampel dari populasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*. Kemudian terdapat hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap *behavior Intention*, sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior Intention*. Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*, tetapi persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*. Kata Kunci :

Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Inovasi Fitur, Behavior *Intention*, *Fintech* Payment, LinkAja Syariah, TAM.

2. Basalamah dkk, (2022)

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Tecnology (Fintech)* Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu, bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian merupakan generasi milenial yang ada di Kota Palu dengan jumlah 180.724. Sampel penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik aksidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang di analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay. Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh Sig.nifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay, sementara risiko tidak berpengaruh Sig.nifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa aplikasi gopay dianggap mudah dan memiliki risiko yang kecil.

Berdasarkan hal tersebut maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, menggunakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dan mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Dengan mengangkat topik yang sama namun dengan menambahkan variabel agar dapat menggambarkan minat penggunaan *fintech*.

3. Nurdin Nurdin, Raihan Basalamah (2022)

penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (*Fintech*) Go-Pay Pada Generasi Milenial. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah adanya pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial kota Palu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jumlah populasi 180.724 generasi milenial kota Palu yang tercatat pada badan pusat statistik kota Palu dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket dengan teknik pengambilan sampel aksidental sampling (nonprobability sampling), untuk analisis data menggunakan aplikasi alat bantu yang digunakan berupa program SPSS.25.

Hasil penelitian menunjukkan nilai Adjusted RSquare sebesar $0,483 \times 100 = 48,3 \%$. Variabel dependen yaitu Minat 48,3 % dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X_1) dan Risiko (X_2), sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk pengukuran Koefisien Jalur > 0 maka akan dikatakan

positif, nilai dari masing-masing variabel independen Persepsi Kemudahan (X_1) sebesar $0,000 < 0,1$ maka variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat, variabel Risiko (X_2) sebesar $-0,058 < 0$ maka variabel Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat.

Untuk analisis signifikansi dengan tingkat kesalahan 10 % dengan nilai sig $0,000 < 0,1$ dan variabel independen Risiko (X_2) menunjukkan nilai $0,428 > 0,1$ yang berarti H_0 ditolak H_1 diterima, untuk variabel independen Risiko (X_2) menunjukkan nilai sig $0,428 > 0,1$ yang berarti H_0 diterima dan H_2 ditolak. Jadi dapat disimpulkan Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat dan Risiko secara parsial dan tidak signifikan terhadap variabel Minat. Jadi dapat disimpulkan Persepsi Kemudahan dan Risiko berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap variabel Minat.

4. Hanifah Silvia Putri, Wisnu Panggah Setiyono (2025)

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Tecnology (Fintech)* Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu, bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian merupakan generasi milenial yang ada di Kota Palu dengan jumlah 180.724. Sampel penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik aksidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup

yang di analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay. Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay, sementara risiko tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa.

Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa aplikasi gopay dianggap mudah dan memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan hal tersebut maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, menggunakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dan mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Dengan mengangkat topik yang sama namun dengan menambahkan variabel agar dapat menggambarkan minat penggunaan *fintech*.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Silvia Nathania Mufidah, Harun Alrasyid, Abdullah Syakur Novianto <i>Sumber: Warta Ekonomi Vol.8 No. 1 Tahun 2025 E-ISSN: 1829-8576</i>	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan <i>Fintech</i> Payment Dengan <i>Behavior Intention</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia)	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Keamanan (X_2) Dan Inovasi Fitur (X_3) Terhadap Intensitas Penggunaan <i>Fintech</i> Payment (Y) Dengan <i>Behavior Intention</i> (Z) Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Dan kuantitatif	(Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan <i>fintech</i> payment, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan <i>fintech</i> payment. persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap behavior <i>Intention</i> , sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavior <i>Intention</i> . Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui behavior <i>Intention</i> , tetapi persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui behavior <i>Intention</i> .
2	Raihanah, Nurdin, Ahmad, Noval, Jalil <i>Sumber: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 4 No.1 2022 E-ISSN:2686-6633 P-ISSN:2962-0872</i>	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (<i>Fintech</i>) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1), Financial Technology (<i>Fintech</i>) (Y) Dan Kuantitatif	Resiko (X), Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu	Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh Signifikan terhadap minat menggunakan <i>fintech</i> gopay, sementara risiko tidak berpengaruh Signifikan

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

3	Nurdin Nurdin, Raihan Basalamah. <i>Sumber: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 4 No.1 2022 E-ISSN:2686-6633 P-ISSN:2962-0872</i>	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (<i>Fintech</i>) Go-Pay Pada Generasi Milenial	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1), Financial Tecnology (<i>Fintech</i>) (Y) Dan Kuantitatif	Risiko (X), Go-Pay Pada Generasi Milenial	Jadi dapat disimpulkan Persepsi Kemudahan dan Risiko berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap variabel Minat.
4	Hanifah, Wisnu Panggah Setiyono, Detak Prapanca Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 2025. <i>Sumber: jurnal Ilmu Ekonomi Vol.8 No.3 Juli 2025 E-ISSN: 2622-6383</i>	Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan, dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Daerah Sidoarjo)	Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Intensitas Penggunaan E-wallet	Gaya Hidup	persepsi keamanan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet di kalangan generasi Z di wilayah Sidoarjo. Persepsi keamanan yang tinggi meningkatkan intensitas penggunaan e-wallet, di mana pengguna merasa aman memberikan informasi dan percaya bahwa data serta dana mereka terlindungi selama transaksi. Kemudahan penggunaan juga berperan penting, di mana semakin mudah penggunaan e-wallet

2.7. Hubungan Antar Variabel

2.7.1 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap *Behavioral Intention* (Z)

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha yang sulit. Persepsi kemudahan mengacu pada teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan, sehingga dapat meningkatkan intensitas penggunaan (Utama & Hayati, 2024 Dalam Mufidah, 2025). Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka akan meningkatkan niat perilaku untuk mengadopsi suatu layanan (Firdaus et al., 2024 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025). Persepsi Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem, teknologi, atau tugas dapat digunakan dengan mudah tanpa usaha yang berlebihan. Konsep ini sering digunakan dalam bidang teknologi informasi, psikologi kognitif, dan pemasaran untuk mengukur bagaimana pengguna menilai kesederhanaan suatu produk atau layanan.

Penelitian ini sejalan dengan Silvia Nathania Mufidah yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech Payment* Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*. Kemudian terdapat hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap *behavior Intention*, sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap behavior *Intention*. Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui behavior *Intention*, tetapi persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui behavior *Intention*.

H1: Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Z) pengguna Dana di Kota Padang.

2.7.2 Hubungan Persepsi keamanan (X_2) terhadap *Behavioral Intention* (Z)

Persepsi Keamanan adalah pandangan subjektif seseorang atau kelompok tentang seberapa aman mereka merasa dalam suatu lingkungan, baik secara fisik, digital, maupun psikologis. Persepsi keamanan menjadi aspek penting karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi pengguna. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem layanan, maka semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mengadopsi platform tersebut (Santo Dewatmoko et al., 2023 Dalam Mufidah, 2025 Dalam Mufidah, 2025:15). Dalam layanan berbasis online, keamanan menjadi aspek penting yang perlu dipertahankan dan dapat dicapai melalui pemahaman teknologi, penerapan kebijakan yang sesuai dan upaya perlindungan data (Irawan & Affan, 2020 Dalam Mufidah, 2025:17). Persepsi keamanan adalah pandangan atau perasaan subjektif seseorang terhadap tingkat keamanan di suatu lingkungan, baik dalam aspek fisik, digital, maupun psikologis. Persepsi ini tidak selalu mencerminkan kondisi keamanan yang sebenarnya, tetapi dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, informasi dari media, serta faktor sosial dan lingkungan.

Penelitian ini sejalan dengan Mufidah yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech* Payment Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech* payment, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *fintech* payment. Kemudian terdapat hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap *behavior Intention*, sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior Intention*. Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*, tetapi persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*.

H2: Persepsi Keamanan (X_2) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Z) pengguna di Kota Padang.

2.7.3 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap *Behavioral Intention* (Z)

Inovasi Fitur adalah pengembangan atau penambahan fungsi baru dalam suatu produk, layanan, atau sistem untuk meningkatkan pengalaman pengguna, efisiensi, atau daya saing. Fitur adalah fungsi pembeda yang menjadi karakteristik dasar suatu produk, yang berperan penting bagi perusahaan untuk membedakan produknya dari pesaing (Pribadi & Gunawan, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17). Inovasi produk sendiri merujuk pada fitur layanan terbaru yang dikembangkan oleh aplikasi, seperti *e-wallet* sebagai bagian dari

upaya pengembangan produk (Abrilia & Tri, 2020 Dalam Silvia Nathania Mufidah, 2025:17). Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi fitur adalah pengembangan atau penambahan fungsi baru dalam suatu produk atau layanan yang bertujuan untuk membedakannya dari pesaing serta meningkatkan nilai dan pengalaman pengguna. Inovasi fitur adalah pengembangan atau pembaruan suatu fungsi dalam produk, layanan, atau sistem untuk meningkatkan kinerja, pengalaman pengguna, atau nilai tambah. Inovasi ini bisa berupa penambahan fitur baru, penyempurnaan fitur yang sudah ada, atau penerapan teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih efektif.

Penelitian ini sejalan dengan Silvia Nathania Mufidah yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech Payment* Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, persepsi kemudahan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*, namun inovasi fitur memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *fintech payment*. Kemudian terdapat hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap *behavior Intention*, sedangkan persepsi keamanan dan inovasi fitur justru memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior Intention*. Hasil pengujian hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*, tetapi persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan melalui *behavior Intention*.

H3: Inovasi Fitur (X_3) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (Z) pengguna Dana Syariah di Kota Padang.

2.7.4 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y)

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha yang sulit. Persepsi kemudahan mengacu pada teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan, sehingga dapat meningkatkan intensitas penggunaan (Utama & Hayati, 2024 Dalam Mufidah, 2025). Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka akan meningkatkan niat perilaku untuk mengadopsi suatu layanan (Firdaus et al., 2024 Dalam Mufidah, 2025). Persepsi Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem, teknologi, atau tugas dapat digunakan dengan mudah tanpa usaha yang berlebihan. Konsep ini sering digunakan dalam bidang teknologi informasi, psikologi kognitif, dan pemasaran untuk mengukur bagaimana pengguna menilai kesederhanaan suatu produk atau layanan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian putri, setiyono dan prapanca dengan judul Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan, dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Daerah Sidoarjo) (2025) Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan pada generasi z di wilayah Sidoarjo. Dengan Nilai Koefisien yang diperoleh adalah 0.222 dengan nilai T statistic sebesar 2.461 dan P-values 0.014. Hal ini menunjukan semakin tinggi

kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna semakin tinggi pula intensitas penggunaan e-wallet.

H4: Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap Intensitas Penggunaan e-wallet (Y)

2.7.5 Hubungan Persepsi keamanan (X₂) terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y)

Persepsi keamanan Merupakan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan *e-wallet* adalah aman, bebas dari risiko penipuan, kebocoran informasi, atau penyalahgunaan data finansial, (Rosli *et al.*, 2023), sedangkan intensitas penggunaan *e-wallet* Menggambarkan seberapa sering dan konsisten individu menggunakan layanan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk pembayaran, pembelian, maupun transfer dana, (Supahan, 2024).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian putri, setiyono dan prapanca dengan judul Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan, dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Daerah Sidoarjo) (2025) Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan pada generasi z di wilayah Sidoarjo. Dengan Nilai Koefisien yang diperoleh adalah 0.332 dengan nilai T statistic sebesar 2.828 dan P-value 0.005. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula intensitas penggunaan e-wallet. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukan bahwa persepsi keamanan berperan penting dalam keputusan penggunaan layanan e wallet.

H5 : Persepsi keamanan (X_2) berpengaruh positif terhadap terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)

2.7.6 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y)

Inovasi fitur yang relevan dan bermanfaat dalam e-wallet terbukti meningkatkan intensitas penggunaan karena pengguna merasa lebih nyaman, efisien, dan terpenuhi kebutuhannya. Studi oleh Goh et al. (2025) dan Nurabiah & Ridhawati (2024) menunjukkan bahwa fitur-fitur seperti keamanan tambahan, integrasi dompet loyalti, hingga personalisasi meningkatkan loyalitas serta penggunaan berulang.

Penelitian ini sejalan dengan Silvia Nathania Mufidah yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech Payment* Dengan *Behavior Intention* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Inovasi Fitur berpengaruh terhadap Intensitas Penggunaan *Fintech Payment*, dengan nilai p-values sebesar $0.002 < 0,05$ dan nilai T-hitung $3.098 > 1,96$. Hasil uji Bootstrapping dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.288, yang memperlihatkan adanya hubungan positif antara Inovasi fitur dan Intensitas

H6: Inovasi fitur (X_3) berpengaruh positif terhadap terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y).

2.7.7 Hubungan Persepsi kemudahan (X_1) terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

Persepsi kemudahan merupakan salah satu komponen utama dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan e-wallet mudah dipahami, dioperasikan, dan tidak membutuhkan usaha besar. Penelitian terkini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara langsung meningkatkan *behavioral Intention*, yaitu niat pengguna untuk terus menggunakan e-wallet. Menurut Goh et al. (2025), mahasiswa yang merasa penggunaan e-wallet praktis dan tidak rumit menunjukkan niat lebih tinggi untuk melanjutkan penggunaannya.

Nawi et al. (2024) juga menegaskan bahwa persepsi kemudahan mendorong pembentukan niat melalui perasaan percaya diri dalam menggunakan teknologi, khususnya pada generasi muda yang melek digital. Temuan serupa dikemukakan oleh Gunawan & Samuel (2025), yang menemukan bahwa sikap positif yang dibentuk oleh kemudahan penggunaan menjadi prediktor kuat dari niat untuk menggunakan GoPay secara berkelanjutan. *Behavioral Intention* berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam memperkuat pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan e-wallet. Artinya, meskipun persepsi kemudahan dapat memengaruhi perilaku penggunaan secara langsung, efeknya menjadi lebih kuat apabila dimediasi oleh niat perilaku.

Penelitian Pratiwi & Lawita (2024) menggunakan pendekatan Utaut dan menemukan bahwa niat berperilaku menjembatani persepsi pengguna terhadap kemudahan dan keputusan mereka untuk mengadopsi e-wallet sebagai alat transaksi utama. Ha et al. (2023) dalam studi PLS-SEM mereka di Vietnam juga menemukan bahwa niat menggunakan e-wallet memediasi hubungan persepsi kemudahan dan perilaku aktual, dengan kontribusi yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, hubungan ini membuktikan pentingnya tidak hanya desain antarmuka yang mudah digunakan, tetapi juga upaya untuk membangun niat positif pengguna agar intensitas penggunaan meningkat secara konsisten.

H7 : Persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

2.7.8 Hubungan Persepsi keamanan (X_2) terhadap intensitas penggunaan e-walet (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

Persepsi keamanan secara signifikan memengaruhi niat perilaku pengguna (*behavioral Intention*) dalam menggunakan e-wallet. Ketika pengguna merasa bahwa platform e-wallet memberikan perlindungan data dan transaksi yang memadai, mereka lebih cenderung membentuk niat yang kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh Saputra dan Ridhaningsih (2025) menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak hanya memengaruhi kenyamanan psikologis pengguna, tetapi juga membentuk keyakinan bahwa sistem dapat diandalkan, yang pada akhirnya mendorong niat untuk menggunakan e-wallet

secara berkelanjutan. Selain itu, Goh et al. (2025) menggarisbawahi bahwa dimensi keamanan memiliki efek signifikan terhadap intensi perilaku dalam model lanjutan TAM. Selanjutnya, niat perilaku (Z) bertindak sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh persepsi keamanan terhadap intensitas penggunaan e-wallet. Nawi et al. (2024) melalui pendekatan serial mediation menemukan bahwa meskipun persepsi keamanan memiliki dampak langsung terhadap intensitas penggunaan, pengaruh tersebut menjadi jauh lebih kuat ketika dimediasi oleh *behavioral Intention*. Artinya, persepsi keamanan membentuk niat, dan niat tersebut kemudian mendorong frekuensi penggunaan yang lebih tinggi. Studi lain oleh Supahan (2024) dan Lawita & Pratiwi (2024) juga menunjukkan bahwa kepercayaan dan rasa aman meningkatkan intensitas penggunaan secara tidak langsung melalui niat yang lebih kuat untuk menggunakan *e-wallet*.

H8: Persepsi keamanan (X_2) berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

2.7.9 Hubungan Inovasi fitur (X_3) terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

Inovasi fitur dalam *e-wallet* secara langsung mendorong peningkatan *behavioral Intention* karena memberikan nilai tambah dan kenyamanan baru yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Pengguna cenderung merasa tertarik untuk terus menggunakan e-wallet jika fitur-fiturnya intuitif, efisien, dan sesuai dengan preferensi personal. Studi oleh Supahan (2024) menunjukkan bahwa

desain inovatif dan personalisasi aplikasi e-wallet berdampak positif pada niat perilaku untuk terus menggunakannya. Penelitian Goh et al. (2025) juga menegaskan bahwa kemudahan navigasi, fitur loyalty, dan keamanan yang ditingkatkan secara signifikan meningkatkan kepercayaan serta intensi pengguna dalam penggunaan jangka panjang. *Behavioral Intention* bertindak sebagai variabel mediasi yang penting, karena meskipun inovasi fitur dapat meningkatkan penggunaan, niat pengguna menjadi penghubung yang memperkuat efek tersebut. Dalam studi oleh Yeh (2024), fitur-fitur yang meyakinkan secara desain mendorong pembentukan intensi positif yang kemudian mengarah pada peningkatan frekuensi penggunaan. Zaman et al. (2025) dalam penelitiannya tentang Gen Z di platform video pendek menyatakan bahwa inovasi fitur memainkan peran besar dalam menciptakan keterlibatan emosional, yang mendorong intensi dan akhirnya konsistensi penggunaan. Dengan demikian, hubungan antara inovasi fitur dan intensitas penggunaan e-wallet menjadi lebih kuat ketika dimediasi oleh *behavioral Intention*.

H9 : Inovasi fitur (X_3) berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening*

2.7.10 Hubungan *Behavioral Intention* (Z) terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y)

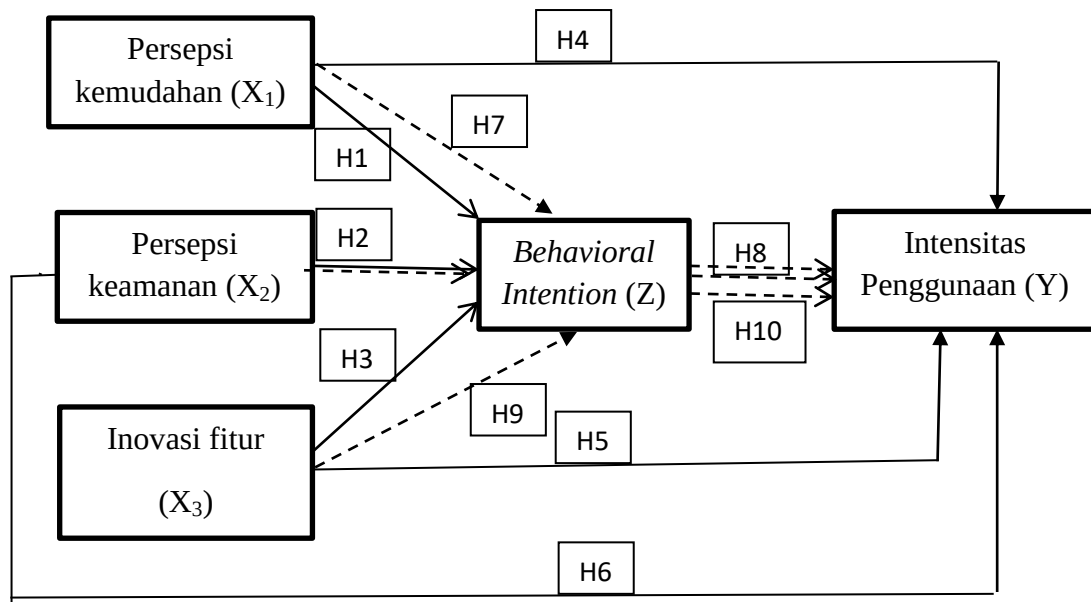
Menurut Al-Emran et al. (2020), *behavioral Intention* didefinisikan sebagai sejauh mana kemudahan penggunaan teknologi mendorong individu

untuk menggunakannya kembali di masa depan Sementara itu, Wu et al. (2021) menyatakan bahwa niat perilaku juga mencerminkan tingkat risiko yang dirasakan konsumen, yang menjadi penentu apakah mereka akan melanjutkan penggunaan teknologi tersebut. Dalam kerangka model UTAUT yang dikembangkan lebih lanjut dalam konteks e-wallet, studi di Indonesia tahun 2022–2023 oleh Kurniawan dan Anandya (Syntax Literate) menambahkan bahwa variabel seperti *price value*, *perceived credibility*, dan *lifestyle compatibility* signifikan memengaruhi *behavioral Intention* terhadap layanan e-wallet. Penggunaan (Y) Wulandari, Suryawardani, dan Marcelino (2020) menegaskan bahwa *intensitas penggunaan* e-wallet pada dasarnya merupakan frekuensi dan lamanya seseorang benar-benar menggunakan layanan—dan bahwa kepuasan konsumen menjadi mediator penting antara persepsi konsumen dan intensitas tersebut Selain itu, sebuah penelitian pada tahun 2022 yang mengamati mahasiswa Universitas Negeri Malang menemukan bahwa intensitas penggunaan e-wallet erat kaitannya dengan tiga faktor utama: *practicality*, *efficiency*, dan *discount*

H10 : *Behavioral Intention* (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan (Y) e-wallet

2.8. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teoritis diatas penulis akan menggambarkan hubungan dari variabel penelitian tersebut dengan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

Keterangan :

- = Berpengaruh secara langsung
- - - - - = Berpengaruh secara tidak langsung

Tabel 2.3 Hipotesis

	HIPOTESIS
H1	Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral <i>Intention</i> (Z) pengguna Dana di Kota Padang.
H2	Persepsi Keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral <i>Intention</i> (Z) pengguna di Kota Padang.
H3	Inovasi Fitur (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral <i>Intention</i> (Z) pengguna Dana di Kota Padang.
H4	Persepsi Kemudahan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensitas Penggunaan e-wallet (Y).
H5	Persepsi keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y).
H6	Inovasi fitur (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y).
H7	Persepsi kemudahan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan Behavioral <i>Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i>
H8	Persepsi keamanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan Behavioral <i>Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i>
H9	Inovasi fitur (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet (Y) dengan Behavioral <i>Intention</i> (Z) sebagai Variabel <i>Intervening</i>
H10	Behavioral <i>Intention</i> (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan (Y) e wallet

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:63) penelitian asosiatif adalah suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Keamanan (X_2), dan Inovasi Fitur(X_3) terhadap Intensitas Penggunaan (Y) *e-wallet* dengan *Behavioral Intention* (Z) sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengguna Dana di Kota Padang).

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2025 sampai selesai.

3.3. Variabel Penelitian

Di dalam melaksanakan penelitian, variabel merupakan konsep penting dalam penelitian yang tidak dapat dipisahkan. Menurut Darwin, (2021:16) variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian. Variabel adalah komponen utama dalam penelitian, oleh sebab itu penelitian tidak akan berjalan tanpa ada variabel yang diteliti. Karena variabel merupakan objek utama dalam penelitian. Untuk menentukan variabel

tentu harus dengan dukungan teoritis yang diperjelas melalui hipotesis penelitian. Penelitian ini memiliki 3 variabel yang akan diteliti, berikut variabel yang digunakan pada penelitian ini :

3.3.1 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Darwin, (2021:17) variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi variabel bebas, variabel terikat merupakan akibat dari variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Intensitas Penggunaan (Y).

3.3.2 Variabel Independen (Bebas)

Menurut Darwin, (2021:16) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel bebas merupakan penyebab perubahan variabel lain. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Keamanan (X_2), dan Inovasi Fitur (X_3).

3.3.3 Variabel Antara (*Intervening*)

Menurut Sugiyono, (2019:39) mengutip pendapat Tuckman menyatakan *“An Intervening variable is that factor that theoretically affect the observed phenomenon but cannot be seen, measure, or manipulate “* Variabel *Intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel

dependen. Variabel *Intervening* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention* (Z).

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2019:126) populasi merupakan seluruh subjek yang diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Menurut Darwin, (2021:34) populasi merupakan skor keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, dan benda-benda. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna non tunai aplikasi Dana pada masyarakat Kota Padang.

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Di Kecamatan Kota Padang Tahun 2024

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1.	Bungus Teluk Kabung	29.251
2.	Lubuk Kilangan	61.665
3.	Padang Selatan	62.750
4.	Padang Timur	78.591
5.	Padang Barat	43.263
6.	Padang Utara	55.564
7.	Nanggalo	59.450
8.	Kuranji	155.485
9.	Pauh	63.886
10.	Koto Tangah	203.854
11.	Lubuk Begalung	130.410
Jumlah		954.177

Sumber : <https://padangkota.bps.go.id>

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti

tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan pertimbangan, ukuran dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum dilaksanakannya proses penelitian. Ciri utama dari penggunaan teknik ini yakni sampel harus mampu merepresentatifkan hasil penelitian yang telah diharapkan oleh peneliti. Sehingga, kriteria di masing-masing unit sangat penting dalam mewujudkan tujuan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti. Dalam menentukan ukuran maka digunakan rumus *Lemeshow* yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

d = Presisi

P = Estimasi Proporsi

Z = Tingkat Kepercayaan

$$n = \frac{1,96 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,08)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0064}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0064}$$

$$n = 150,06 \text{ atau } n = 150$$

Berdasarkan rumus yang digunakan maka diperoleh besarnya sampel untuk dalam penelitian ini adalah 150 orang.

Tabel 3.2 kriteria sampel

No	Kriteria Sampel
1.	Usia minimal 17 tahun
2.	Responden harus merupakan pengguna aktif aplikasi Dana.
3.	Responden harus tinggal atau beraktivitas di Kota Padang.

3.5. Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dari responden yaitu masyarakat Kota Padang yang melakukan pembayaran non tunai di aplikasi Dana sebanyak 150 orang.

3.5.2 Sumber Data

Menurut Amrudin (2022:212) data untuk penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data ini biasanya dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner atau materi

wawancara. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa data hasil kuesioner yang akan diisi oleh pengguna metode transaksi non tunai aplikasi Dana di Kota Padang terkait dengan variabel yang diteliti penulis yaitu pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan inivasi fitur terhadap intensitas penggunaan dengan *behavioral Intention* variabel *Intervening* (studi kasus pengguna Dana dikota padang) yang kemudian di olah langsung oleh penulis.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari pihak lain atau lembaga yang telah menggunakan atau mempublikasikannya.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi hal yang sangat penting diperhatikan dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data adalah cara bagaimana kita mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk membahas masalah yang ada dalam penelitian yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan inivasi fitur terhadap intensitas penggunaan dengan *behavioral Intention* variabel *Intervening* (studi kasus pengguna Dana dikota padang). Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara online kepada pengguna transaksi non tunai aplikasi Dana di Kota Padang sebanyak 150 responden.

2. Studi Pustaka

Teknik melakukan pencairan informasi atau data-data dari buku, literature, jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, dalam penelitian ini studi kepustakaan dilakukan dengan mencari landasan teoritis yang berhubungan dengan judul penelitian.

3.7. Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner terdiri atas pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertutup, artinya responden hanya memilih satu alternative jawaban yang telah tersedia. Tabel 3.3. dibawah ini mendeskripsikan variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya masing-masing.

Tabel 3.3

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel penelitian	Indikator	Item pernyataan/ petanyaan	sumber
1.	Persepsi kemudahan (X ₁)	1. Kemudahan Memahami Sistem (<i>Ease of Understanding the System</i>) 2. Kemudahan Mempelajari Penggunaan (<i>Ease of Learning to Use</i>) 3. Kemudahan Menyelesaikan Tugas melalui Sistem (<i>Ease of Completing Tasks</i>)	1-2 3-4 5-6	Saputra, A. A., & Yustina, A. (2022)
2.	Persepsi keamanan (X ₂)	1. Perlindungan data pribadi (<i>Protection of Personal Data</i>) 2. Keamanan transaksi (<i>Transaction Security</i>) 3. Kepercayaan terhadap mekanisme autentikasi (<i>Trust in Authentication Mechanisms</i>)	1-2 3-4 5-6	Puspasari & Haryani (2020)

Tabel 3.4
Kisi-kisi Instrumen Penelitian (Lanjutan)

3.	Inovasi fitur (X ₃)	1. Keberadaan fitur baru (<i>New Feature Availability</i>) 2. Manfaat fitur terhadap kebutuhan pengguna (<i>Feature Benefits for User Needs</i>) 3. Pembaruan fitur secara berkelanjutan (<i>Continuous Feature Updates</i>)	1-2 3-4 5-6	Johan, Lukviarman, & Putra (2022)
4.	<i>Behavioral Intention</i> (Z)	1. Niat untuk terus menggunakan (<i>Intention to Continue Using</i>) 2. Niat untuk meningkatkan frekuensi penggunaan (<i>Intention to Increase Usage Frequency</i>) 3. Keinginan merekomendasikan kepada orang lain (<i>Willingness to Recommend to Others</i>)	1-2 3-4 5-6	Utami, A. D., & Purba, C. D. (2023)
5.	Intensitas pengunann <i>E-Wallet</i> (Y)	1. Frekuensi Penggunaan (<i>Usage Rate</i>) 2. Pola Penggunaan (<i>Usage Occasion</i>) 3. Kedalaman Keterlibatan (<i>Customer Engagement</i>)	1-2 3-4 5-6	Bhattacharjee (2001)

Menurut Sugiyono, (2019:146) setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran salah satunya skala Likert. Skala ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social, dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau

pertanyaan, dalam penelitian ini jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *Likert* menggunakan skor seperti yang disajikan dalam tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.5 Skor Jawaban Setiap Pernyataan

No	Pertanyaan	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugioyono (2019:206) Analisis deskriptif merupakan alat statistik yang digunakan untuk menganalisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan menyampaikan data yang telah terkumpul, yang bertujuan untuk mencapai pemahaman dan kesimpulan. Statistik deskriptif melibatkan pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan interpretasi data dengan tujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang dihadapi.

Tujuan analisis deskriptif ini untuk mengurai atribut-atribut dari setiap variabel penelitian, dengan membuat tabel distribusi frekuensi data, mencari rata-rata, skor total, dan Tingkat capaian responden (TCR), kemudian menginterpretasikan hasilnya. Analisis ini tidak menjalin hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya, dan juga tidak membandingkan variabel yang satu dengan variabel yang lain.

Untuk menghitung tingkat capaian jawaban dari responden, dengan cara :

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden (Rerata)

N : Nilai skor maksimum

100% : Angka tetap skor

Adapun kriteria jawaban responden menurut Sugiyono, (2019:208-209) sebagai berikut:

Tabel 3.6 Tingkat Pencapaian Responden

No	Angka	Keterangan
1.	0% -20,99%	Kurang Baik
2.	21% - 40,99%	Cukup
3.	41% - 60,99%	Cukup Baik
4.	61% - 80,99%	Baik
5.	81% - 100%	Sangat Baik

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pencapaian jawaban dari responden 81%-100% memiliki kriteria sangat baik, 61%-80,99% memiliki kriteria baik, 41%-60,99% memiliki kriteria cukup baik, 21%-40,99% memiliki kriteria cukup dan 0-20,99% memiliki kriteria kurang baik.

3.8.2 Analisis *Structural Equation Modeling*

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis data berupa Partial Least Square (PLS) untuk menguji hipotesis dengan melalui aplikasi

perangkat lunak yaitu SmartPLS. Structural Equation Model (SEM) adalah sekelompok teknik statistika yang digunakan untuk menguji hubungan yang kompleks dan tidak dapat diselesaikan hanya dengan menggunakan persamaan regresi linier. SEM dapat dianggap sebagai perpaduan antara analisis regresi dan analisis faktor. Di sisi lain, SEM juga dapat merujuk kepada Path Analysis atau Confirmatory Factor Analysis, karena keduanya adalah jenis khusus dari SEM. SEM dapat membangun hubungan antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independent.

SEM terdapat tiga kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (Confirmatory Factor Analysis), pengujian model hubungan antara variabel (Path Analysis), dan pengembangan model yang sesuai untuk tujuan prediksi (model struktural dan analisis regresi). Sebuah model SEM yang lengkap terdiri dari dua bagian, yaitu model pengukuran (measurement model) dan model struktural atau model sebab-akibat. Menurut Lenni (2016) model pengukuran digunakan untuk menilai validitas dan validitas diskriminan, sementara model struktural digunakan untuk menggambarkan hubungan yang diajukan dalam hipotesis.

3.8.3 *Partial Least Square (PLS)*

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan perangkat lunak Smart PLS. PLS digunakan karena memiliki suatu keunggulan tidak terikat dalam asumsi yang diberikan, sehingga memungkinkan untuk menangani permasalahan seperti kelainan karena multikolinearitas, dan autokorelasi. PLS bekerja dengan baik dengan ukuran sampel yang kecil dan ukuran sampel yang

mungkin dan dapat diterapkan pada konstruksi formatif dan reflektif menurut Willy (2015:38).

Metode analisis Partial Metode analisis *Least Square* (PLS) adalah teknik analisis struktural yang dapat mengevaluasi model eksternal dan model internal secara bersamaan. Menggunakan proses literasi algoritma, model pengukuran digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas. Parameter model dan nilai R² digunakan sebagai indikator sensitivitas model prediksi. Sebaliknya, model struktural digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan bootstrapping, untuk menemukan hubungan sebab akibat parameter statistik dihasilkan.

Oleh karena itu, PLS dipilih sebagai alat analisis untuk menganalisis dan memprediksi keberadaan variabel laten independent dan dependen dalam penelitian ini, terutama karena ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Teknik analisis menggunakan PLS dilakukan dalam dua tahap :

3.8.4.1 Outer Model (model pengukuran)

Outer model merujuk pada penilaian terhadap instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, evaluasi ini dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen tersebut. Aturan untuk mengukur validitas dan reliabilitas dapat dilihat dibawah ini:

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dalam prosedur pengujian melibatkan menghubungkan skor item atau komponen dengan skor konstruk

terkait untuk mengukur sejauh mana item atau komponen tersebut benar-benar mencerminkan konstruk tersebut. Evaluasi validitas konvergen sering dilakukan dengan memeriksa Loading Factor, yang merupakan seberapa kuatnya hubungan antara item atau komponen dengan konstruk yang sedang diukur. Menurut Sekaran (2016:61) Loading Factor dianggap tinggi jika nilainya melebihi 0,70, menunjukkan bahwa item atau komponen tersebut secara kuat terhubung dengan konstruk yang diukur. Agar lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.7

Kriteria pengujian validitas *covergent*

Uji validitas	Kriteria pengujian	Sumber
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading Factor</i> > 0,70	Sekaran (2016:62)
	AVE > 0,50	

2. Validitas Deskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas disriminan merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam *outer* model. Pengukuran validitas diskriminan dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Vatiance Extracted* (AVE). Menurut Sholihin & Ratmono (2018:108) validitas diskriminan bisa dikategorikan telah tercapai jika nilai variabel yang diberi tanda kurung pada kolom diagonal lebih tinggi dari nilai variabel yang berada di bawah atau di atasnya.

Tabel 3.8
Kriteria Pengujian Validitas *Discriminant*

Uji validitas	Kriteria pengujian	sumber
<i>Validitas Discriminant</i>	>0,7 untuk setiap variabel	Sekaran (2016:62)

3. Reliabilitas Komposit (*Composite Reliabilty*)

Menurut Hair, (2018:69) *composite reliabilty* adalah ukuran seberapa baik indikator-indikator dalam suatu konstruk dapat menyatu untuk membentuk konstruk tersebut. Variabel dapat dikatakan memenuhi *composite reliability* jika diperoleh nilai $\geq 0,70$. Menurut Sakaran, (2016:70) berpendapat bahwa jika nilai reliabilty's $\alpha \geq 70$ dapat dikategorikan baik. Untuk informasi lebih lanjut dapat ditemukan dalam tabel dibaawah ini :

Tabel 3.9
Kriteria Uji Reliabilitas

Uji Reavilitas	Kriteria Pengujian	Sumber
<i>Cronbach's Alhpa Composite Reliability (rho_c)</i>	“>0,70 dikategorikan baik 0,6 < 0,70 dapat diterima < 0,60 rendah “	Sekaran (2016:70)

3.8.4.2 Inner Model (*Model Structural*)

Evaluasi inner model, atau evaluasi struktur model yang dilakukan, bertujuan untuk mengukur beberapa aspek penting, yaitu : *R Square* (R^2) yang mengidikasikan sejauh mana variabilitas dalam konstruk dapat dijelaskan, koefisien jalur (*Path Coefficient*) yang menggambarkan hubungan antara variabel,

validasi kesesuaian model (Model Fit). Menurut Duryadi (2021:62) dalam model struktural ini berpedoman kepada:

1. *R-Square (R^2)*

Dalam menilai struktural dimulai dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-square* (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai *R-squares* 0.75, 0.50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah Hair et al. dalam Ghazali dan Latan (2015). Hasil dari PLS *R-squares* merepresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model Ghazali dan Latan, (2015). Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

2. *Effect Size (F-square)*

Effect Size (f-square), selain mengevaluasi nilai R^2 dari semua konstruk endogen, perubahan nilai R^2 ketika konstruk eksogen tertentu dihilangkan dari model dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada konstruk endogen, ukuran ini disebut sebagai ukuran efek F^2 . Pedoman untuk menilai F^2 adalah bahwa nilai-nilai 0,02, 0,15, dan 0,35, masing-masing mewakili efek kecil, sedang, dan besar dari variabel laten eksogen. Nilai ukuran efek kurang dari 0,02 menunjukkan bahwa tidak ada efek.

3. *Predictif relevan (Q-Square)*

Pengujian *Q-Square* adalah untuk mengetahui kapabilitas prediksi mengenai berapa baik nilai yang dihasilkan. *Q-Square* (>0) mempunyai *predictive relevance*, sedangkan *Q-Square* (<0) kurang *predictive relevance*. Adapun nilai 0,02 dinyatakan kecil, 0,15 dinyatakan sedang dan 0,35 dinyatakan besar Ghazali dan Laten (2015).

4. *Goodness of Fit*(GoF)

Digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) yang nilainya terbentang antara 0-1 dengan interpretasi yaitu 0-0,25 (GoF Kecil), 0,25-0,36 (GoF moderat), dan diatas 0,36 (GoF besar).

3.9. Uji Hipotesis

Jika evaluasi model pengukuran dan model struktural telah dilakukan, selanjutnya adalah menguji hipotesis yang ada di penelitian ini. Uji hipotesis ini dilakukan dengan melihat nilai dari T-Statistics dan nilai dari p-values. Hipotesis akan dinyatakan diterima dengan kriteria nilai dari p-values $< 0,5$ Yamin dan Kurniawan,(2011).