

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 TAM.....	11
2.1.2 Minat Menggunakan.....	12
2.1.3 Persepsi Kemudahan.....	15
2.1.4 Persepsi Manfaat	18
2.1.5 Kepercayaan	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24

2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Kerangka Penelitian	29
2.5 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Tempat dan Waktu.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	34
3.5 Variabel Penelitian	35
3.6 Devinisi Operasional Variabel	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	41
4.1 Deskripsi Responden.....	41
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	43
4.1.3 Skema Program PLS	42
4.1.4 Pengujian Outer Model	49
4.1.5 Uji Reliabilitas	52
4.1.6 Pengujian Inner Model.....	53
4.1.7 Pengujian Hipotesis	55
4.2 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Penggunaan dompet digital 2023	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Instrumen Kuisisioner	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendapatan	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Kemudahan	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Manfaat	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kepercayaan	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Minat Menggunakan	47
Tabel 4.9 Outer Loading	50
Tabel 4.10 Average Variance Extracted	51
Tabel 4.11 Composite Reliability	52
Tabel 4.12 Analisis R-Square	54
Tabel 4.13 Path Coefficient	55
Tabel 4.14 Indirect Effect	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Outer Model	48
Gambar 4.3 Inner Model.....	49
Gambar 4.3 Hasil Bootstrapping Model	53
Gambar 4.4 Pengukuran Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan	56
Gambar 4.5 Pengukuran Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan	57
Gambar 4.6 Pengukuran Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan	58
Gambar4.7 Pengukuran Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan	59
Gambar 4.8 Pengukuran Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan	60
Gambar 4.9 Pengukuran Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai Variabel Intervening	61
Gambar 4.10 Pengukuran Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai Variabel Intervening	62

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* LINKAJA DI KOTA BANDAR LAMPUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

YASINTA AMARTIWI

E-mail : yashintaamartiwi@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Bandar Lampung. Sampel data diambil dengan menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode judgement sampling, dengan mengumpulkan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Path Analysis dengan pendekatan *Partial Least Square* atau *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan variabel Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan melalui Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Variabel Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan melalui Kepercayaan juga tidak berpengaruh signifikan. Selanjutnya Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung. Variabel Kepercayaan dikatakan tidak menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

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

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED BENEFITS ON THE INTENTION TO USE E-WALLET LINKAJA IN THE CITY OF BANDAR LAMPUNG WITH TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE

By :

YASINTA AMARTIWI

E-mail : yashintaamartiwi@gmail.com

This research aims to analyze the influence of Perceived Ease of Use and Perceived Benefits on the Intention to Use the LinkAja e-wallet in the city of Bandar Lampung with Trust as an intervening variable. This study is quantitative research. The population in this study is the community of Bandar Lampung city. Data samples were taken using non-probability sampling technique through judgment sampling method, by distributing questionnaires to 150 respondents. The data obtained were then analyzed using Path Analysis with Partial Least Square approach or Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study indicate that the Perceived Ease of Use variable on Intention to Use through Trust does not have a significant influence. The Perceived Benefits variable on Intention to Use through Trust also does not have a significant influence. Furthermore, Perceived Ease of Use significantly influences the Intention to Use the LinkAja e-wallet in the city of Bandar Lampung. Perceived Benefits significantly influence the Intention to Use the LinkAja e-wallet in the city of Bandar Lampung. The Trust variable is said to not produce a positive and significant influence on the Intention to Use the LinkAja e-wallet in the city of Bandar Lampung.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Trust, Intention to Use*