

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Deskripsi Responden

Deskripsi profil responden pada penelitian ini akan menjelaskan karakteristik diri responden yang mengisi kuesioner. Karakteristik para responden dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi data responden pada penelitian ini menjelaskan karakteristik responden, berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir dan pendapatan responden.

Tabel 4.1

Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	65	43.3	43.3	43.3
	Perempuan	85	56.7	56.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel diatas dari hasil uji frekuensi karakteristik berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dalam penelitian ini di dominasi responden berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 85 orang atau dengan tingkat persentase 56.7%.

Tabel 4.2
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	46	30.7	30.7	30.7
	26-30	68	45.3	45.3	76.0
	31-40	30	20.0	20.0	96.0
	41-50	6	4.0	4.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil karakteristik usia pada responden diatas dari hasil uji frekuensi bahwa didominasi dengan responden berusia antara 26-30tahun dengan frekuensi sebanyak 68 responden dengan presentase 45.3%.

Tabel 4.3
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK/MA	30	20.0	20.0	20.0
	D1/D2/D3	26	17.3	17.3	37.7
	S1	79	52.7	52.7	90.0
	S2	13	8.7	8.7	98.7
	S3	2	1.3	1.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dari hasil uji fekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan

terakhir di dominasi dengan responden pendidikan terakhir S1 dengan frekuensi sebanyak 79 dengan persentase 52.7.

Tabel 4.4
Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 0 – Rp. 500.000	8	5.3	5.3	5.3
	>Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	25	16.7	16.7	22.0
	>Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	53	35.3	35.3	57.3
	>Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	40	26.7	26.7	84.0
	>Rp. 5.000.000	24	16.0	16.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan pendapatan dari hasil uji fekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan di dominasi dengan responden >Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 dengan frekuensi sebanyak 53 dengan persentase 35.3.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil deskripsi data jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 150 responden sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Kemudahan

No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Cara penggunaan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja mudah di pelajari	1	.7	16	10.7	8	5.3	101	6.3	24	16.0
2	Susunan menu pada layanan <i>e-wallet</i> LinkAja mudah di pahami	0	0	13	8.7	41	27.3	56	37.3	40	26.7
3	<i>E-wallet</i> LinkAja dapat digunakan dengan mudah dimanapun/kapanpun	4	2.7	10	6.7	18	12.0	78	52.0	40	26.7
4	<i>E-wallet</i> LinkAja dapat digunakan dengan mudah diakses dibanding <i>e-wallet</i> lainnya	3	2.0	10	6.7	20	13.3	72	48.0	45	30.0
5	<i>E-wallet</i> LinkAja dapat membantu untuk sering melakukan transaksi	2	1.3	11	7.3	40	26.7	49	32.7	48	32.0
6	Fitur yang ada pada layanan <i>e-wallet</i> LinkAja mudah di mengerti	2	1.3	13	8.7	27	18.0	72	48.0	36	24.0
7	Dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat meningkatkan keterampilan	2	1.3	10	6.7	26	17.3	66	44.0	46	30.7
8	Menggunakan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat memberi penggunaan teknologi dalam transaksi	3	2.0	12	8.0	26	17.3	54	36.0	55	36.7

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil deskripsi jawaban responden diatas pertanyaan yang sangat besar terdapat pada jawaban Setuju (S) terdapat pada jawaban ke 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 101 responden dengan tingkat persentase 6.3%.

Tabel 4.6
Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Manfaat

No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Penggunaan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat memperlancar segala macam transaksi	0	0	16	10.7	16	10.7	78	52.0	40	26.7
2	Penggunaan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja meminimalkan kegiatan terutama dalam bertransaksi	1	.7	8	5.3	31	20.7	72	48.0	38	25.3
3	Melalui <i>e-wallet</i> LinkAja saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan	4	2.7	12	8.0	26	17.3	68	45.3	40	26.7
4	Dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat melakukan transaksi dengan praktis	2	1.3	11	7.3	26	17.3	67	44.7	44	29.3
5	Dengan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja memungkinkan saya lebih cepat dalam bertransaksi	2	1.3	13	8.7	33	22.0	61	40.7	41	27.3
6	Dengan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja memungkinkan saya lebih mudah dalam melakukan bertransaksi	3	2.0	12	8.0	24	16.0	72	48.0	39	26.0
7	Manfaat layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi	2	1.3	11	7.3	25	16.7	72	48.0	40	26.7
8	Manfaat layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi	2	1.3	10	6.7	29	19.3	48	32.0	61	40.7

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil deskripsi jawaban responden diatas pertanyaan yang sangat besar terdapat pada jawaban Setuju (S) terdapat pada jawaban ke 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 78 responden dengan tingkat persentase 52.0%.

Tabel 4.7
Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kepercayaan

No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Layanan <i>e-wallet</i> LinkAja telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal	1	.7	17	11.3	15	10.3	80	53.3	37	24.7
2	Layanan <i>e-wallet</i> LinkAja menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan data penggunanya	0	0	10	6.7	28	18.7	67	42.7	48	32.0
3	Layanan <i>e-wallet</i> LinkAja selalu memberikan perlindungan terhadap saldo yang dimiliki pengguna	4	2.7	13	8.7	25	16.7	73	48.7	35	23.3
4	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja lebih terjamin keamanannya karena transaksi melalui perangkat pribadi	2	1.3	12	8.0	24	16.0	58	38.7	54	36.0
5	Keamanan <i>e-wallet</i> LinkAja lebih terjamin karena adanya verifikasi setiap bertransaksi	0	0	10	6.7	33	22.0	79	52.7	28	18.7
6	<i>E-wallet</i> LinkAja kompeten dalam bertransaksi secara tepat waktu	2	1.3	16	10.7	17	11.3	62	41.3	53	35.3

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil deskripsi jawaban responden diatas pertanyaan yang sangat besar terdapat pada jawaban Setuju (S) terdapat pada jawaban ke 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 80 responden dengan tingkat persentase 53.3%.

Tabel 4.8
Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Minat Menggunakan

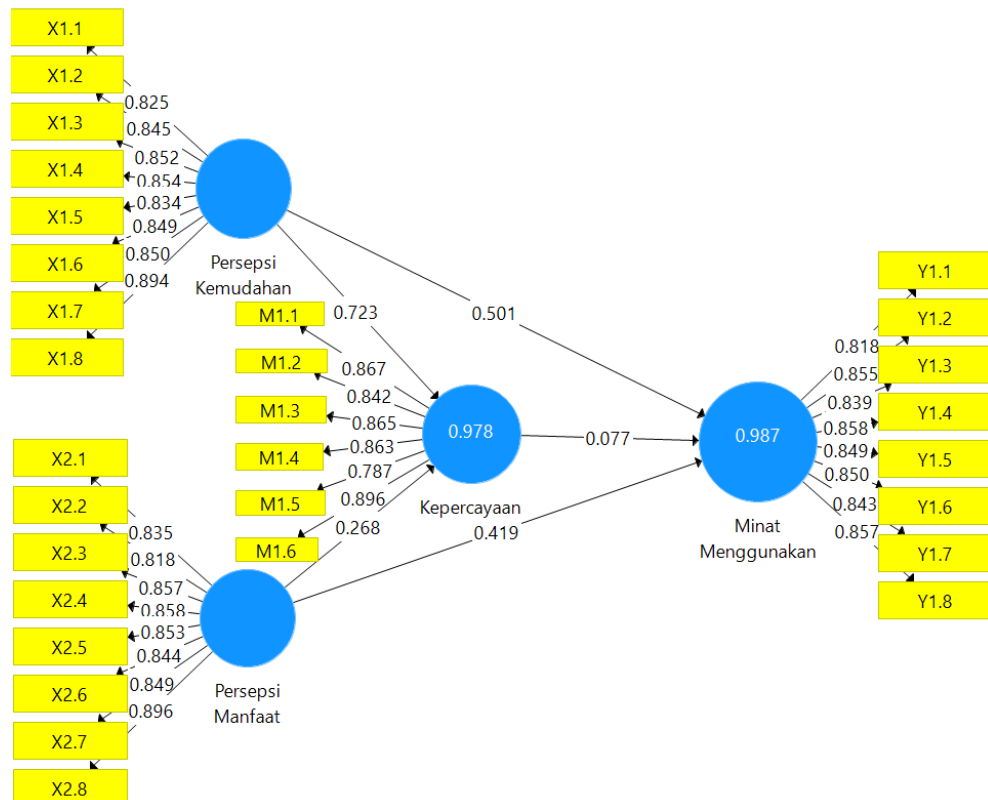
No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya minat menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja karena kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam bertransaksi	0	0	13	8.7	24	16.0	83	55.3	30	20.0
2	Saya tertarik menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja berdasarkan tingkat kerahasiaannya	3	2.0	11	7.3	23	15.3	63	4.2	50	33.3
3	Saya berencana menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja	3	2.0	8	5.3	34	22.7	68	45.3	37	24.7
4	Saya akan mencoba untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi	1	.7	14	9.3	26	17.3	60	40.0	49	32.7
5	Saya berniat untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> sebagai alat pembayaran	3	2.0	13	8.7	25	16.7	70	46.7	39	26.0
6	Saya akan terus menggunakan layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dimasa yang akan datang	2	1.3	11	7.3	28	18.7	71	47.3	38	25.3
7	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja dibanding dengan uang elektronik konvensional	4	2.7	9	6.0	20	13.3	75	50.0	42	28.0
8	Saya berminat mereferensikan <i>e-wallet</i> LinkAja kepada orang lain yang akan menggunakan <i>e-wallet</i>	2	1.3	11	7.3	27	18.0	63	42.0	47	31.3

Sumber data : Data diolah, 2024

Hasil deskripsi jawaban responden diatas pertanyaan yang sangat besar terdapat pada jawaban Setuju (S) terdapat pada jawaban ke 1 dengan jumlah jawaban sebanyak 83 responden dengan tingkat persentase 55.3%.

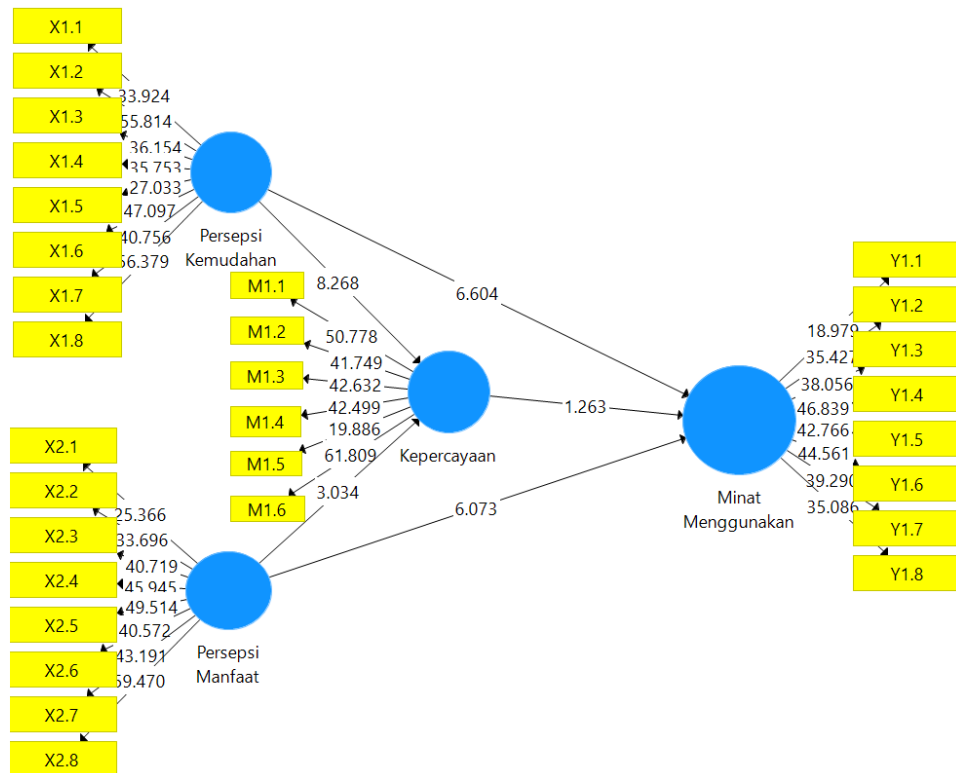
4.1.3 Skema Program PLS

Aplikasi Smart PLS 3.0 dan teknik analisis data parsial Least Square (PLS) digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian ini. Model program PLS yang dicoba ditunjukkan secara skematis dibawah ini adalah :



Gambar 4.1 Outer Model

Spesifikasi keterkaitan variabel laten dengan indikatornya dipastikan melalui pengujian outer model. Validitas, Reliabilitas, *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)* merupakan faktor-faktor dalam pengujian ini.



Gambar 4.2 Inner Model

Keterkaitan variabel laten dan variabel lainnya dinilai dengan menggunakan *Inner model*. Nilai R^2 (*R-square*), *Path Coefficient* dan *Specific Indirect Effect* merupakan dua analisis yang digunakan untuk mengukur inner model.

4.1.4 Pengujian *Outer Model*

a) *Convergent Validity* (uji validitas konvergen)

Kegunaan nilai *convergent Pvalidity* yakni untuk menguji kebenaran konvergensi. Apabila nilai outer loading >0.7 maka setiap pernyataan dianggap memenuhi validitas konvergen (Hair *et al*, 2014)

Tabel 4.9
Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0.825	Valid
	X1.2	0.845	Valid
	X1.3	0.852	Valid
	X1.4	0.854	Valid
	X1.5	0.834	Valid
	X1.6	0.849	Valid
	X1.7	0.850	Valid
	X1.8	0.894	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0.835	Valid
	X2.2	0.818	Valid
	X2.3	0.857	Valid
	X2.4	0.858	Valid
	X2.5	0.853	Valid
	X2.6	0.844	Valid
	X2.7	0.849	Valid
	X2.8	0.896	Valid
Kepercayaan (M)	M1.1	0.867	Valid
	M1.2	0.842	Valid
	M1.3	0.865	Valid
	M1.4	0.863	Valid
	M1.5	0.787	Valid
	M1.6	0.896	Valid
Minat Menggunakan (Y)	Y1.1	0.818	Valid
	Y1.2	0.855	Valid
	Y1.3	0.839	Valid
	Y1.4	0.858	Valid
	Y1.5	0.849	Valid
	Y1.6	0.850	Valid
	Y1.7	0.843	Valid
	Y1.8	0.857	Valid

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing indikator setiap variabel konstruk memiliki nilai *outer loading* >0,7. Semua indikator dianggap layak untuk penelitian dan dapat dianalisis lebih lanjut, karena data diatas menunjukkan tidak ada indikator variabel dengan nilai kurang dari 0,5.

b) Discriminant Validity

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

Tabel 4.10
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0.724	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	0.725	Valid
Kepercayaan (M)	0.729	Valid
Minat Menggunakan (X)	0.716	Valid

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Pada nilai variabel diatas masing-masing lebih dari 0,5. Dengan skor terbesar 0.729 untuk variabel kepercayaan, skor sebesar 0.725 untuk variabel persepsi manfaat, skor 0.724 untuk variabel persepsi kemudahan dan skor 0.716 untuk variabel minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dianggap sah atau disebut valid.

4.1.5 Uji Reliabilitas

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

Tabel 4.11

Composite Reliability

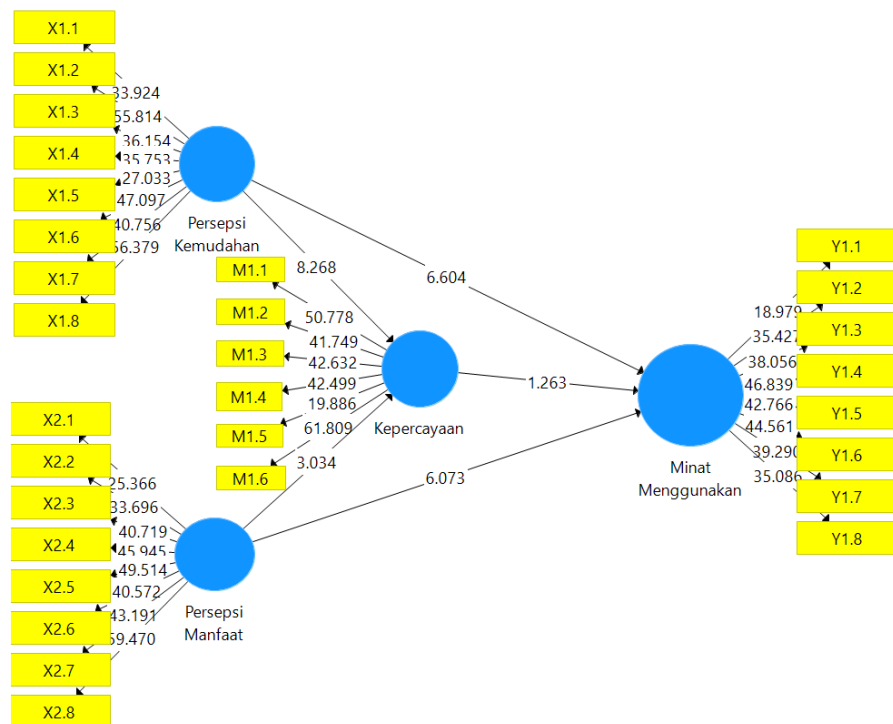
Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0.954	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0.955	Reliabel
Kepercayaan (M)	0.942	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0.953	Reliabel

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Nilai variabel diatas masing-masing lebih dari 0.6 seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan skor terbebesar 0.955 untuk variabel persepsi manfaat, skor sebesar 0.954 untuk variabel persepsi kemudahan, skor sebesar 0.953 untuk variabel minat menggunakan dan skor sebesar 0.942 untuk variabel kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa tiap variabel pada penelitian ini dapat dianggap reliabel.

4.1.6 Pengujian *Inner Model*

Pengujian Model Struktural (inner model) secara statistik dilakukan untuk melihat setiap hubungan yang di hipotesiskan dilalui dengan menggunakan simulasi. Menguji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian. Hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut :



Gambar 4.3 Hasil Bootstrapping Model

2.1.6.2 Nilai R-Square

Pengujian inner model dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 4.7 merupakan hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. 12
Analisis R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepercayaan	0.978	0.978
Minat Menggunakan	0.987	0.986

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Berdasarkan sajian data diatas, dapat disimpulkan bahwa *R-Square* untuk variabel kepercayaan adalah 0.978. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya Kepercayaan dapat dijelaskan oleh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat sebesar 97,8%. Kemudian disimpulkan bahwa *R-Square* untuk variabel Minat menggunakan adalah 0.986. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya Minat Menggunakan dapat dijelaskan oleh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan kepercayaan sebesar 98,6%.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

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

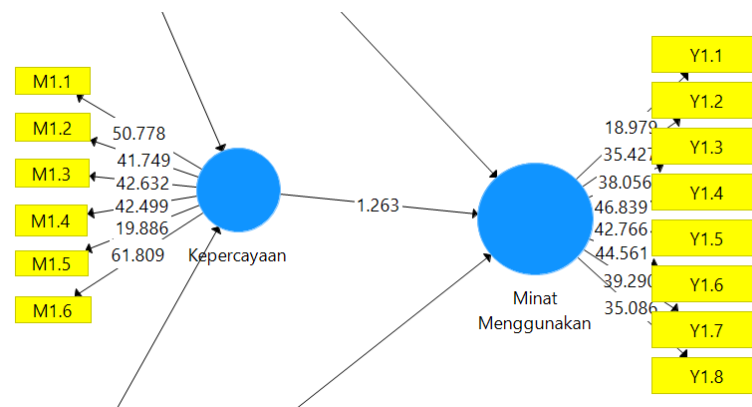
Tabel 4. 13
Path Coefficient (Direct Effect)

	Hipotesis	Original Sampel	T-Statistic	P-Value
Kepercayaan-> Minat Menggunakan	H3	0.077	1.263	0.207
Persepsi Kemudahan-> Kepercayaan	H1	0.723	8.268	0.000
Persepsi Kemudahan-> Minat Menggunakan	H4	0.501	6.604	0.000
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	H2	0.268	3.034	0.002
Persepsi Manfaat -> Minat Menggunakan	H5	0.419	6.073	0.000

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

4.1.8 Pengujian Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

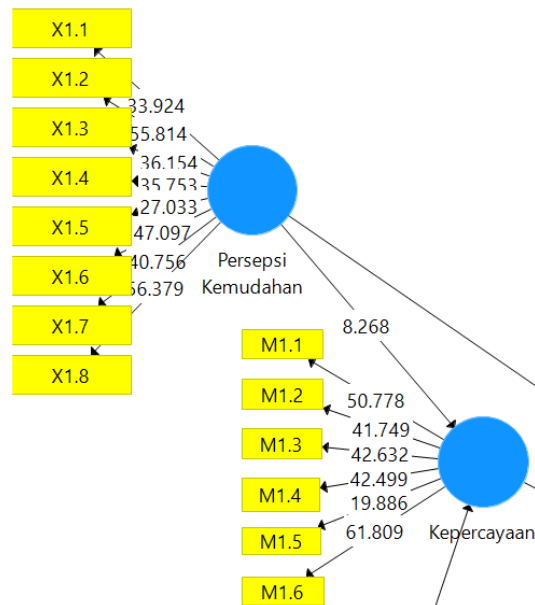


Gambar 4.4 Model pengukuran antara Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan

Hipotesis ke-tiga menguji apakah Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 1.263 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.077 dan p-value sebesar 0.207. Dengan nilai t-statistik lebih dari 1,96 ($t \text{ statistik} > 1,96$) dan p value kurang dari 0,05 ($p \text{ value} < 0,05$) maka hipotesis ketiga tidak terdukung karena tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kepercayaan dan Minat Menggunakan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

4.1.9 Pengujian Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

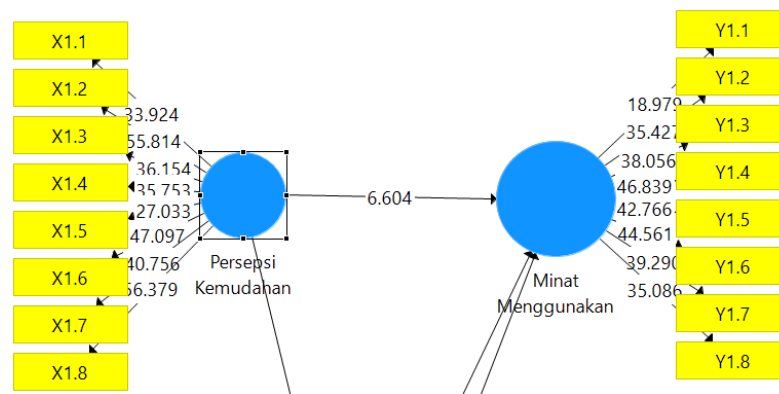


Gambar 4.5 Model pengukuran antara Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan

Hipotesis ke-satu menguji apakah Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Kepercayaan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 8.268 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.723 dan p-value sebesar 0.000, yang menunjukkan bahwa nilai t-statistik lebih besar dari 1.96 dan nilai p-value kurang dari 0.05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Kepercayaan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

4.1.10 Pengujian Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :

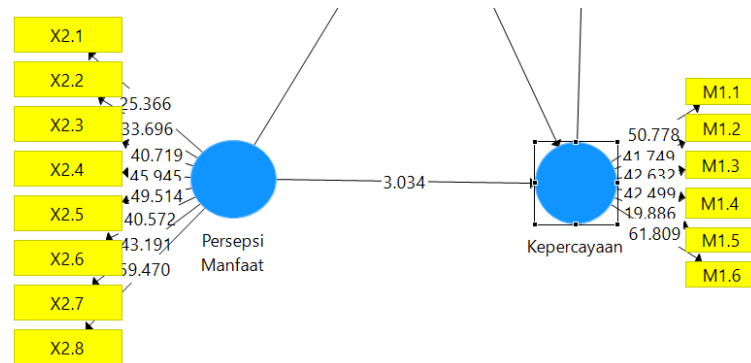


Gambar 4.6 Model pengukuran antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan

Hipotesis ke-empat menguji apakah Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 6.604 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.501 dan p-value sebesar 0.000. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

4.1.11 Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :



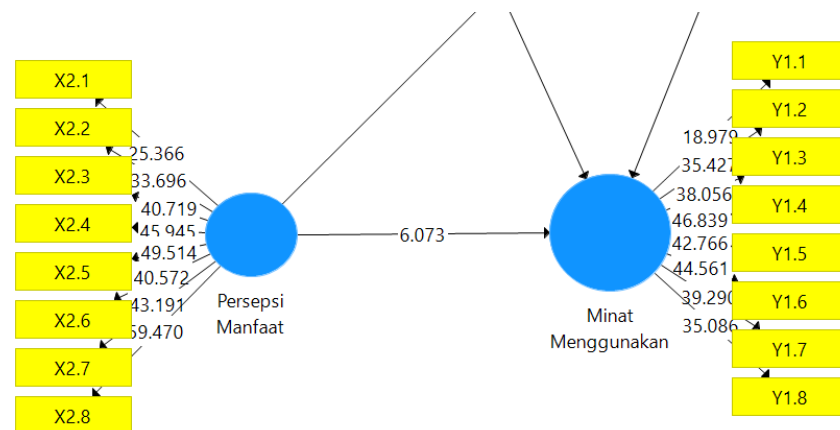
Gambar 4.7 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Menggunakan

Hipotesis ke-dua menguji apakah Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Kepercayaan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 3.034 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.268 dan p-value sebesar 0.002. Maka dapat disimpulkan hipotesis ke-dua dapat di terima karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

4.1.12 Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung sebagai berikut :



Gambar 4.8 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Hipotesis ke-lima menguji apakah Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistik sebesar 6.073 dengan ukuran pengaruh sebesar 0.419 dan p-value sebesar 0.00. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan pada *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

Tabel 4. 14
Uji Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

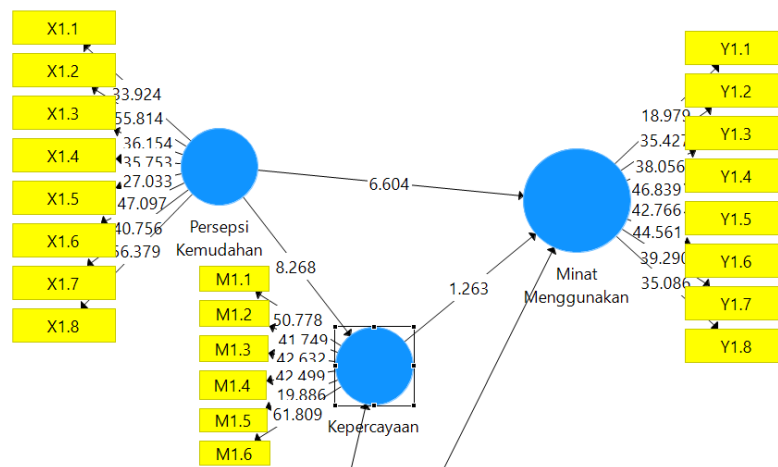
	Hipotesis	Original Sampel	T-Statistic	P-Value
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	H6	0.055	1.188	0.235
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Minat Menggunakan	H7	0.021	1.241	0.215

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa :

4.1.13 Pengujian Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening sebagai berikut :

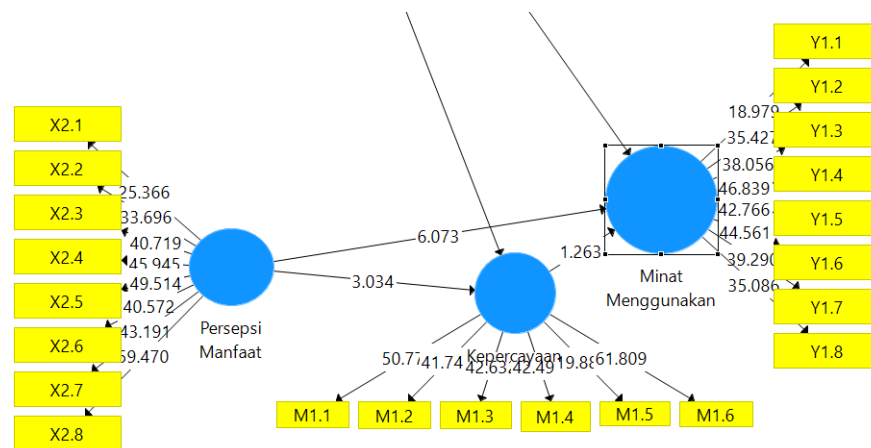


Gambar 4.9 Model pengukuran antara Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan Minat Menggunakan sebagai Variabel Intervening

Hipotesis ke-enam menguji apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 1.188 yang artinya lebih kecil dari t tabel >1.96 . Kemudian nilai p value sebesar 0.235 dan lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-enam ditolak yaitu Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.

4.1.14 Pengujian Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan variabel Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening

Berikut adalah gambar model pengujian pengaruh antara Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan sebagai variabel Intervening sebagai berikut :



Gambar 4.10 Model pengukuran antara Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan dengan Minat Menggunakan Minat Menggunakan sebagai Variabel Intervening

Hipotesis ke-tujuh menguji apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 1.241 yang artinya lebih kecil dari t tabel >1.96 . Kemudian nilai p value sebesar 0.215 dan lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-tujuh ditolak yaitu Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang dimediasi oleh Kepercayaan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan

Berdasarkan hasil temuan penelitian, Persepsi Kemudahan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kemudahan merupakan salah satu faktor pertimbangan dalam melakukan penggunaan teknologi, karena kemudahan merupakan hal yang diinginkan setiap orang dalam mencapai tujuannya secara mudah dan lancar.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Kota Bandar Lampung menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja kemudian merasakan kemudahan dalam penggunaannya, maka segala aktivitas mereka akan terasa lebih mudah. Semakin mudah digunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja digunakan bertransaksi maka masyarakat semakin percaya dan memiliki keinginan untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja. Persepsi kepercayaan dapat dijelaskan oleh 3 indikator, yakni : Mudah untuk dipelajari, Mudah untuk didapatkan dan Mudah untuk dioperasikan. Indikator yang paling sedikit pengaruhnya adalah indikator mudah untuk dipelajari "Susunan menu pada layanan *e-wallet* Linkaja mudah di pahami." pada temuan ini dapat diketahui bahwa minimnya literasi kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* pada masyarakat dapat menyebabkan utama sepinya kepercayaan terhadap menggunakan *e-wallet*.

Sedangkan indikator yang besar pengaruhnya adalah indikator mudah untuk dioperasikan pada pertanyaan "Pembayaran menggunakan *e-wallet* LinkAja lebih praktis dibanding pembayaran dengan uang tunai". Pada temuan ini dapat diketahui bahwa transaksi menggunakan *e-wallet* sangat cepat dan mudah, hanya perlu memasukan kode atau me-scan barcode dan transaksi akan selesai pada hitungan detik. Tidak perlu lagi menghitung uang tunai atau menunggu kembalian, membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien.

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

4.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel Persepsi Manfaat mempunyai dampak positif terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Kota Bandar Lampung menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja kemudian merasakan manfaat dalam penggunaannya, maka segala aktivitas mereka akan terasa lebih mudah dan bermanfaat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin banyak manfaat yang digunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja digunakan bertransaksi maka masyarakat semakin percaya dan memiliki keinginan untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja.

Persepsi Kemudahan dapat dijelaskan oleh 4 indikator, yaitu : Meningkatkan efektivitas, Mempercepat proses pekerjaan, Mudah dalam bertransaksi dan Meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran. Indikator yang besar pengaruhnya adalah Meningkatkan efektivitas “Melalui *e-wallet* LinkAja saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan”, pada temuan ini dapat diketahui bahwa *E-wallet* LinkAja dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pembelian *voucer* digital, transaksi *ecommerce* serta membeli tiket kereta api.

Sedangkan indikator yang kecil pengaruhnya adalah Mempercepat proses pekerjaan “Layanan *e-wallet* LinkAja dapat memperlancar segala macam transaksi” pada temuan ini dapat diketahui bahwa *e-wallet* LinkAja memiliki kekurangan pada *basic service*, yang dimana terletak pada

fiturnya, yaitu bagi *basic service*, user hanya dapat melakukan kegiatan transaksi seperti pembayaran online maupun merchant tertentu saja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Lalu *et al*, 2021), menunjukkan bahwa keuntungan yang dirasakan mempunyai dampak langsung terhadap kepercayaan. Semakin banyak manfaat yang dirasakan terhadap *e-wallet*, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan pelanggan terhadap *e-wallet*. banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh penyedia *e-wallet* dapat menanamkan sikap positif pada pengguna, khususnya dalam hal kepercayaan, karena konsumen pada umumnya memilih program yang bermanfaat.

4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan

Kepercayaan tidak mempunyai dampak positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak karena tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan, dikarenakan maraknya kasus dalam *e-wallet* dari kebocoran data pengguna hingga hilangnya uang di dompet digital, dengan rendahnya literasi pada masyarakat dalam penggunaan *e-wallet* LinkAja di kota Bandar Lampung dan rendahnya kepercayaan masyarakat dalam minat menggunakan.

Kepercayaan dapat dijelaskan oleh 3 indikator, yaitu : Berkompeten dan tepat waktu, jujur dalam berurusan pada konsumen dan tidak merugikan saat digunakan untuk berinteraksi. Indikator yang besar pengaruhnya adalah "Jujur dalam berurusan kepada konsumen". Sedangkan indikator yang kecil pengaruhnya adalah "Berkompeten tepat waktu" Hal ini keamanan *e-wallet* LinkAja terjamin karena adanya verifikasi setiap berinteraksi, dapat diketahui bahwa masih banyak masyarakat yang khawatir dalam menggunakan *e-wallet* dikarenakan maraknya saat ini pada kebocoran data

pada penggunaan e-wallet. Kebocoran data terjadi ketika sumber internal membeberkan informasi, sementara itu pelanggaran data terjadi ketika sumber eksternal membobol sistem dalam serangan siber.

Hal ini berkebalikan dengan penelitian (Afolo & Dewi, 2022) yang mengemukakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Namun sejalan dengan penelitian (Fernos & Alfadino, 2021) yang juga mengemukakan bahwa tidak ada pengaruh pada minat nasabah menggunakan layanan *mobile bankin*.

4.2.4 Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil temuan penelitian, Persepsi Kemudahan mempunyai dampak positif terhadap Minat Menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Kota Bandar Lampung menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja kemudian merasakan kemudahan dalam penggunaannya, maka segala aktivitas mereka akan terasa lebih mudah. Semakin mudah digunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja digunakan bertransaksi maka masyarakat semakin berminat untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja.

Persepsi Kemudahan dapat dijelaskan oleh 4 indikator, yaitu : Mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah dipahami dan fleksibel. Indikator yang besar pengaruhnya adalah Fleksibel ”*E-wallet* LinkAja dapat memberi penggunaan teknologi dalam bertransaksi”. Sedangkan indikator yang kecil pengaruhnya adalah Mudah digunakan ”Cara penggunaan layanan *e-wallet* LinkAja mudah di pelajari. Dari temuan tersebut bahwa semakin mudah aplikasi e-wallet LinkAja digunakan saat bertransaksi maka masyarakat semakin berminat untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pangestika & Achyani, 2022) yang mengemukakan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

4.2.5 Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Persepsi Manfaat mempengaruhi minat menggunakan secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat pada aplikasi *e-wallet* LinkAja sangat membantu segala aktivitas maupun memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat kabupaten Karanganyar. Melalui aplikasi *e-wallet* LinkAja mereka dapat melakukan transaksi yang bersifat *cashless* seperti pembayaran belanja, pembayaran BPJS, PDAM, token listrik, bayar zakat, investasi hingga pembayaran haji dan umroh. Tak hanya itu, masyarakat dapat melakukan pembayaran transportasi secara online seperti naik KRL, ojek online hingga bayar Blue Bird.

Persepsi Manfaat dapat dijelaskan oleh 4 indikator, yaitu : Meningkatkan efektivitas, mempercepat proses pekerjaan, mempermudah transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran. Indikator yang besar pengaruhnya adalah Mempermudah transaksi "Dengan *e-wallet* LinkAja memungkinkan saya lebih mudah dalam melakukan bertransaksi". Sedangkan indikator yang kecil pengaruhnya adalah Mempercepat proses transaksi "Penggunaan layanan *e-wallet* LinkAja dapat memperlancar segala macam bertransaksi". Dari temuan tersebut bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan dengan menggunakan *e-wallet* LinkAja maka masyarakat semakin percaya dan berminat menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Achadi & Winarto, 2020) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan layanan Go-

Pay. Dengan begitu ketika informasi mengenai manfaat dapat diterima jelas maka minat menggunakan sebuah aplikasi juga akan meningkat.

4.2.6 Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan dimediasi Kepercayaan

Berdasarkan tabel 4.8, bahwa Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat yang dimediasi oleh Kepercayaan. Nilai t-statistic sebesar 1.188, yang menunjukkan bahwa nilai t tabel lebih kecil dari 1.96, dan nilai p-value sebesar 0.235.

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang di mediasi oleh Kepercayaan. Dimana Persepsi Kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening. Dapat disimpulkan bahwa semakin sulit dalam mengakses atau menggunakan *e-wallet* LinkAja akan semakin banyak juga yang tidak berminat menggunakan *e-wallet* tersebut. Jika faktor-faktor ini kurang memenuhi harapan pengguna, maka persepsi kemudahan penggunaan saja tidak akan cukup untuk meningkatkan kepercayaan secara signifikan. Jika ada kesalahan sistem yang sering terjadi, masalah keamanan, atau fitur yang tidak berfungsi dengan baik, maka persepsi kemudahan penggunaan tidak akan cukup untuk membangun kepercayaan yang tinggi pada pengguna yang mengalami masalah tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mulyati, 2023) bahwa persepsi kemudahaan penggunaan yang dimediasi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan transaksi QRIS di Jawa. Hasil penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan oleh (Sahari, 2021)

bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan yang dimediasi oleh kepercayaan. Hal ini bisa diakibatkan karena pengalaman pengguna sebelumnya.

4.2.7 Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan dimediasi Kepercayaan

Hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan dimediasi oleh Kepercayaan. Berdasarkan tabel 4.8, nilai t-statistic sebesar 1.241, yang menunjukkan bahwa nilai t tabel lebih kecil dari 1.96, dan nilai p-value sebesar 0.215, yang menunjukkan bahwa nilai p lebih dari 0.05.

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan yang di mediasi oleh Kepercayaan. Dimana Persepsi Manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening. Namun kegunaan yang dirasakan responden tersebut tidak mampu mendorong atau menumbuhkan keinginan responden untuk berminat menggunakan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan bukanlah variable yang memediasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dengan minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Laora *et al*, 2023) Dengan demikian memiliki pengaruh yang negative dan tidak signifikan terhadap penggunaan Aplikasi belanja online. Konsep kepercayaan disini dimana kepercayaan pada kemanfaatan dalam meningkatkan efektifitas, meningkatkan kinerja dan membantu pekerjaan responden menjadi lebih cepat dan efisien pada *E-Commerce* aplikasi belanja online .