

Faktor Pendukung Perpindahan pada Transaksi *E-Wallet* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*

Risnawati¹, Andri Ikhwana^{2*}

^{1,2}Institut Teknologi Garut, Indonesia

*email: andri_ikhwana@itg.ac.id

Info Artikel

Dikirim: 20 September 2022

Diterima: 25 Oktober 2022

Diterbitkan: 20 Mei 2024

Kata kunci:

Analisis Faktor;

E-Wallet;

Faktor Pendukung;

Persepsi Risiko;

Technology Acceptance Model.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung perpindahan transaksi Pengguna dompet elektronik (*e-wallet*) sesekali bertambah, berkat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mengisi kekosongan dalam bentuk kerjasama di bidang jasa keuangan. Manfaat, kemudahan penggunaan, bahaya, dan tingkat kenyamanan yang dirasakan setiap pengguna berbeda-beda sebagai akibat dari semakin banyaknya penggunaan *e-wallet* ini. Sebagai hasil dari pembenaran ini, peneliti tertarik untuk melihat dampak variabel menggunakan Model Penerimaan Teknologi dari perspektif perilaku pengguna dalam penggunaan dompet digital (*e-wallet*), termasuk faktor-faktor seperti kepercayaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi promosi (*promotion*), dan juga penambahan risiko yang dirasakan (*perceived risk*) (niat perilaku untuk menggunakan) di Kota Garut. Manfaat penelitian ini bagi pengguna uang *e-wallet* temuan penelitian ini memberikan bahan renungan yang dapat dipertimbangkan ketika mendorong pilihan untuk memanfaatkan uang *e-wallet* untuk transaksi pembayaran. Dari hasil penelitian ini pula terdapat 7 indikator yang menjadi faktor penelitian pendukung perpindahan pada transaksi *e-wallet*, diantaranya cara pembayaran, top up dan cara transfer, data pribadi, pemakaian aplikasi, *Cashbac*, *Discount* serta tidak efektif dan efisien. Kemudian berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode analisis faktor, dari 7 indikator menjadi 6 indikator yang dominan untuk menentukan faktor perpindahan pada transaksi *e-wallet* yaitu mudah dan praktis, cara transaksi, memberikan *discount*, kendala penggunaan, keamanan data pribadi dan strategi promosi. Adapaun resiko penggunaan transaksi *e-wallet* dari pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa kendala penggunaan aplikasi, ketidakefektifan *e-wallet*, dan transaksi yang tertolak bernilai signifikansi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap perpindahan penggunaan *e-wallet* di Kabupaten Garut.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan tingkat teknologi dapat mengubah cara individu menjalani kehidupan mereka, termasuk bagaimana mereka melakukan bisnis dalam kehidupan sehari-hari. Cara orang menjalani kehidupan mereka, terutama cara mereka menangani pembayaran untuk transaksi sehari-hari, dapat berubah seiring kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi untuk kepentingan masyarakat berkorelasi dengan kecepatan penyelesaian

masalah, terutama yang berkaitan dengan keuangan [1]. *Fintech* atau teknologi keuangan, telah muncul dan pertumbuhan *financial technology (fintech)* didorong oleh tuntutan dan keinginan masyarakat akan teknologi kekinian yang bermanfaat. pembayaran elektronik. *Fintech* adalah teknologi yang beroperasi menggunakan internet. Teknologi ini pertama kali ditemukan pada tahun 1966 dan dimaksudkan untuk mendobrak batas-batas bisnis. Perkembangan *Fintech* dimulai pada 1980-an ketika bank mulai menggunakan teknologi untuk memfasilitasi operasi mereka dan berlanjut hingga 1990-an seiring dengan meningkatnya dukungan internet [2].

Selain itu, terdapat peningkatan penggunaan *fintech*, khususnya internet banking. Dengan terbitnya Surat Edaran Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) No. 18/22/DKSP, Indonesia telah mengambil langkah untuk mengatur *fintech*. Yang dimaksud dengan layanan tekfin adalah layanan yang diberikan di bidang sistem pembayaran dengan menggunakan teknologi *mobile* atau *online*, asalkan dilakukan melalui kerjasama dengan pihak lain. pihak yang terlibat dalam inklusi keuangan (Indonesia, 2016). Salah satu penemuan *fintech* adalah *e-wallet*. Sebuah aplikasi smartphone yang disebut "*e-wallet*" berfungsi sebagai cara untuk menyimpan mata uang elektronik untuk digunakan dalam transaksi menurut [3]. Mekanisme pembayaran alternatif yang dikenal dengan "*e-wallet*" menggunakan media berbasis internet dan merupakan jenis *Fintech (financial technology)*. Dengan akses teknologi terkini, *e-wallet* seolah memberikan kemudahan tambahan. Mayoritas generasi milenial di Indonesia saat ini adalah remaja yang tumbuh dengan dan menggunakan teknologi. Di seluruh negeri, hampir setiap orang memiliki akses ke internet. Bagi sektor perbankan dan *e-commerce* untuk mengembangkan usahanya di era industri 4.0 ini merupakan prospek yang sangat menarik [4].

Azjen dan Fishbein pertama kali memperkenalkan *Theory of Reasoned Action (TRA)* pada tahun 1980, dan Davis kemudian mengusulkannya. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang dimodifikasi dari TRA. Model penerimaan teknologi (TAM) menggambarkan bagaimana pengguna melihat sistem teknologi dalam hal bagaimana mereka akan menggunakannya [5], [6]. Sangat penting untuk menguji model TAM telah dimodifikasi untuk memasukkan variabel keamanan dan kepercayaan yang dirasakan, kenyamanan (*convenient*), dan promosi (*promotion*) bagi TAM di tengah perkembangan sistem pembayaran digital, salah satunya salah satunya adalah *e-wallet* [7], [8].

1) Persepsi Kepercayaan (*Trust*)

Dalam hal transaksi *online*, termasuk yang melibatkan *e-wallet* kepercayaan sangat penting. Kepercayaan pengguna terhadap ide *e-wallet* dapat ditingkatkan melalui proses transaksi yang transparan dan sederhana untuk pembayaran, top-up, efek dari beragam aktivitas pengguna yang juga berasal dari pemikiran dan masalah privasi mereka. Misalnya, Pelanggan akan termotivasi untuk melakukan pembelian tambahan jika mereka merasa dipercaya. Pengguna harus memiliki keyakinan pada perusahaan yang menyediakan platform saat melakukan bisnis *online* karena penyalahgunaan data pribadi dapat mengakibatkan biaya *non-finansial* bagi pengguna [7].

H1 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*

2) Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

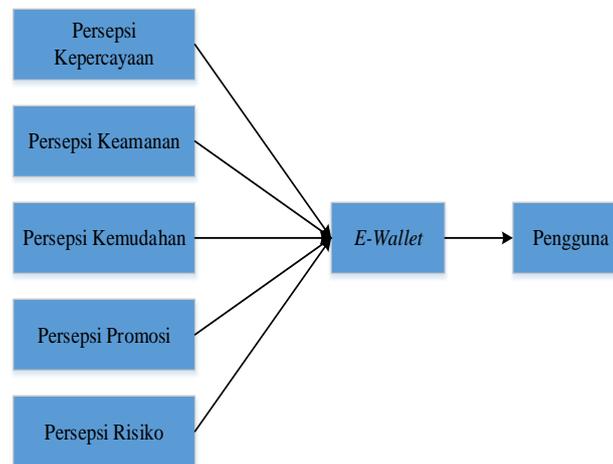
Gagasan bahwa menggunakan teknologi pembayaran *online* untuk melakukan transaksi akan aman dikenal sebagai persepsi keamanan (PS). Persepsi keamanan adalah keyakinan yang dimiliki konsumen atas fakta bahwa ketika mereka melakukan transaksi keuangan secara *online*, baik pengguna resmi maupun penyedia layanan pembayaran *online* tidak akan melihat, menyimpan, atau menyalahgunakan informasi pribadi mereka. Keamanan adalah faktor kunci kepercayaan dalam studi kasus pembelian *online* dan platform *e-commerce* [7].

H2 : Keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*

3) Persepsi Kemudahan (*Convenience*)

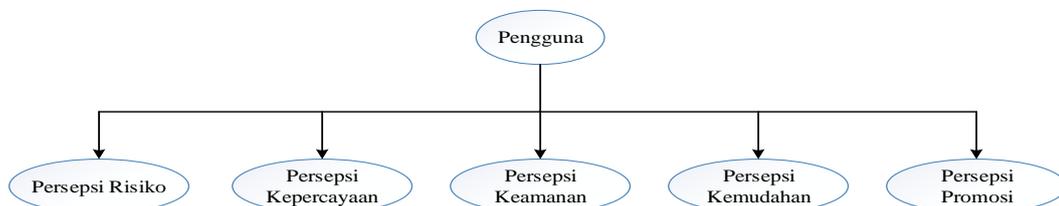
Salah satu aplikasi di smartphone adalah *fintech e-wallet*. Karena mudah digunakan, program *e-wallet* populer di kalangan pengguna. Persepsi konsumen tentang seberapa nyaman suatu sistem atau aplikasi didasarkan pada seberapa mudah mereka menggunakannya. Salah satu karakteristik yang menentukan apakah orang memiliki sikap positif atau negatif terhadap penggunaan sistem informasi dan dompet elektronik adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan [9].

- H3 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*
- 4) Persepsi Promosi (*Promotion*)
 Salah satu unsur bauran pemasaran adalah promosi untuk mempromosikan barang perusahaan, pesan harus dibuat dan didistribusikan kepada pelanggan melalui promosi. Promosi adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk mendistribusikan pengetahuan dan meyakinkan masyarakat untuk menggunakan produk suatu perusahaan. Penyelenggara *e-wallet* menggunakan *cashback* dan diskon sebagai taktik pemasaran saat menjalankan promosi. *Cashback* didefinisikan sebagai sejumlah uang tertentu, baik tunai maupun digital. *Cashback* ini sering kali memiliki batas yang rendah.
- H4 : Promosi berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*
- 5) Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)
 Risiko (*risk*) dapat memberikan pengertian kepada konsumen saat membeli barang atau jasa, membuat mereka cenderung tidak mencari informasi produk. Ada sejumlah tantangan yang datang dengan menggunakan dompet digital untuk pembayaran non-tunai, baik dari segi penggunaan dan bahaya. Menurut Setyowati, Bank Indonesia mulai memperhatikan metode pembayaran baru ini dengan menggunakan *Quick Response Code (QR Code)* karena dapat menimbulkan masalah (*fraud*) (BI). *E-wallet* yang tidak efektif dan tidak efisien, yang hanya akan membuang-buang waktu, terkait dengan kesulitan yang dialami pengguna dalam menggunakannya.
- H5 : Potensi risiko berdampak negatif terhadap penggunaan *e-wallet*



Gambar 1. framework yang menggambarkan pola hubungan pengaruh penggunaan

2. METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 2. kerangka kerja penelitian

Penelitian yang digunakan adalah pendekatan *Mix Method* (Kuantitatif dan Kualitatif). Pendekatan ini digunakan sesuai dengan permasalahan yang terjadi untuk penyelesaiannya yaitu berupa hasil perhitungan dan juga penjabaran dari setiap hasil yang didapatkan dengan metode kuantitatif [10]. Data primer merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti sebelumnya memeriksa dan menganalisis penelitian tentang topik yang terkait dengan peningkatan tingkat kecanggihan teknis, termasuk metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi sehari-hari, yang berpotensi mengubah gaya hidup masyarakat, sebagai bagian dari

studi pendahuluan. Kemajuan teknologi tersebut berdampak pada sistem pembayaran berbasis teknologi yang pada akhirnya akan mengubah fungsi uang menjadi bentuk digital yang lebih nyaman, efektif, dan aman [9].

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum, data primer merupakan sumber data penelitian. Data primer adalah sumber yang secara langsung menawarkan data kepada pengumpul data, seperti data yang dipilih dari responden melalui kuesioner atau data hasil wawancara peneliti dengan narasumber [11]. Kuesioner adalah cara pengumpulan data di mana 100 responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk ditanggapi. Dalam penelitian ini, skala *Likert* digunakan [11].

Skala *Likert* “digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok individu tentang fenomena sosial” menurut Sugiyono (2018: 93). Data yang dikumpulkan dengan kuesioner kemudian ditransformasikan oleh penulis ke dalam bentuk kualitatif, yaitu dengan memberikan skor pada jawaban responden terhadap pertanyaan, dimana ketentuannya berdasarkan ketentuan [12].

Adapun kriteria pertimbangan responden dalam pemilihan sampel, yaitu sebagai berikut:

- 1) Responden yang memiliki rentang usia 18 hingga 50 tahun
- 2) Responden yang pernah bertransaksi *e-wallet* minimal 5 kali dalam 1 tahun
- 3) Jenis kelamin responden laki-laki dan perempuan
- 4) Profesi responden dari pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan lain-lain.

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Variabel Operasional
1	Kepercayaan Dalam hal transaksi online, termasuk yang melibatkan <i>e-wallet</i> , kepercayaan sangat penting. Gagasan tentang dompet elektronik membuat prosedur transaksi menjadi jelas dan dapat dipahami [7].	Transaksi Transaksi merupakan cara pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan media online dengan teknologi internet yang dapat dengan mudah diakses dari berbagai perangkat digital seperti smartphone, laptop atau komputer, dan juga komputer tablet (Tablet PC) [13]	1. Cara pembayaran Metode pembayaran berbasis internet merupakan salah satu alternatif metode pembayaran yang digunakan. [4]. 2. Top up dan transfer Isi ulang dapat menggunakan <i>e-wallet</i> melalui ATM, Alfamart, Indomaret, dan Hypermart, serta mobile banking [14].	1. Kepercayaan sangat penting dalam hal transaksi <i>online</i> 2. Perincian prosedur transaksi yang ringkas dan mudah dipahami 1. Teknologi internet yang dapat dengan mudah diakses dari berbagai perangkat digital 2. Pengguna dapat melakukan isi ulang <i>e-wallet</i> di Alfamart, Indomaret, Hypermart, atau melalui mobile banking 5. Meningkatkan penggunaan <i>E-Wallet</i> sebagai sistem pembayaran 6. Dapat menggunakan program <i>e-wallet</i> tanpa harus mendaftarkan rekening bank terlebih dahulu.

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Variabel Operasional
2	Keamanan harapan pengguna bahwa menggunakan teknologi pembayaran <i>online</i> akan menghasilkan transaksi yang aman [7]	Kepercayaan Pengguna kepercayaan pengguna mengenai data pribadinya pada saat melakukan transaksi menggunakan teknologi pembayaran online [7]	Data Pribadi Pengguna harus memasukkan kode pin yang mereka buat sebelumnya untuk mengakses program e-wallet, mencegah akses ke e-wallet oleh siapa pun yang tidak mengetahui kode pin [15]	1. tidak akan menggunakan data pribadi secara tidak semestinya, yang dapat menyebabkan konsumen menderita kerugian non-materi (milik privasi) 2. Saat melakukan transaksi keuangan, baik penyedia layanan pembayaran online maupun pengguna tidak sah lainnya tidak akan membaca, menyimpan, atau menyalahgunakan data pribadi. 3. Pengguna diminta untuk memasukkan kode pin yang telah mereka atur sebelumnya untuk mengakses program <i>e-wallet</i> .
3	Kemudahan Sistem teknologi informasi dengan kepercayaan individu mengurangi upaya yang dirasakan diperlukan untuk menggunakannya disebut sebagai sistem kenyamanan yang dirasakan.	Tidak Merepotkan Pelanggan tidak perlu khawatir membawa banyak uang tunai, ATM, kartu kredit, atau kartu debit saat menggunakan <i>e-wallet</i> .	Pemakaian Aplikasi Transaksi apapun bisa dilakukan kapanpun kita mau dengan menggunakan dompet elektronik di smartphone.	1. Tidak perlu menggunakan ATM, kartu kredit, atau kartu debit, juga tidak perlu membawa banyak uang tunai. 2. Menggunakan <i>E-Wallet</i> dapat diakses dimana dan kapan saja 3. Tidak merepotkan sebuah usaha yang besar dalam menggunakannya 4. Melalui aplikasi e-wallet tunggal, mudah untuk isi pulsa, membeli paket data, membayar tagihan listrik, menjalankan bisnis online,

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Variabel Operasional
				mengirim uang kepada orang lain, memesan makanan secara online, membeli tiket pesawat, dan membayar pajak, antara lain.
				5. Biaya koneksi internet dalam <i>e-wallet</i> terjangkau
4	Promosi Untuk mempromosikan barang perusahaan, pesan harus dibuat dan didistribusikan kepada pelanggan melalui promosi [9].	Memasarkan Produk Perusahaan Adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk menyebarkan pengetahuan dan meyakinkan orang untuk membeli produk mereka. Dompet elektronik menawarkan bonus dan diskon kepada penggunaannya selain kenyamanan.	1. Cashback adalah uang tunai yang telah diganti dalam jumlah tertentu. 2. Discount Apakah pembeli menerima asuransi setelah melakukan pembelian dalam jumlah tertentu [9]	1. Memberikan <i>cashbac</i> , jumlah yang telah ditentukan, baik dalam mata uang nyata atau digital 2. Mempunyai batasan dalam nominal tertentu 3. Menawarkan diskon kepada pelanggan yang membelanjakan jumlah tertentu. 4. Potongan harga menarik masyarakat menggunakan <i>e-wallet</i> 5. Bisnis harus mengembangkan pesan dan menggunakan promosi untuk menyebarkannya kepada pelanggan.
5	Risiko Minat untuk menggunakan dompet digital secara signifikan dipengaruhi oleh seberapa berisiko orang memandang transaksi mereka. [11]	Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> yang tidak efektif dan tidak efisien, yang hanya akan membuang-buang waktu, terkait dengan kesulitan yang dialami pengguna dalam menggunakannya.	Tidak Efektif dan efisien	1. Kendala penggunaan aplikasi 2. Menghabiskan waktu 3. transaksi yang ditolak sistem karena pembaca tidak berfungsi

(Sumber: Penulis 2022)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Faktor

1. Uji KMO (*Kaiser Mayer Olkinmeasure Of Sampling Adequency*)

Dengan memiliki nilai-nilai yang mengacu pada rumusan berikut, uji KMO digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel yang digunakan sebagai instrumen penelitian dapat diuji atau diklaim layak pada pengujian selanjutnya.

$0,9 \leq KMO \leq 1,0$ = data sangat baik

$0,8 \leq KMO < 0,9$ = data baik

$0,7 \leq KMO < 0,8$ = data cukup

$0,6 \leq KMO < 0,7$ = data kurang

$0,5 \leq KMO < 0,6$ = data buruk

$KMO < 0,5$ = data tidak dapat diterima

Hasil pengujian KMO ditunjukkan pada tabel di bawah ini dengan nilai sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji KMO

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.827
Bartlett's Test Of	Approx. Chi Square	1110.507
Sphericity	df	231
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel diatas melalui pengolahan data menggunakan *Software SPSS 23*, nilai KMO = 0,827 hal tersebut artinya data baik dan data layak untuk diuji ke tahapan selanjutnya.

2. Rotation Faktor

Rotation Faktor dengan menggunakan *varimax* method dengan bertujuan untuk mengelompokan indikator yang telah dibuat ke dalam faktor baru yang dihasilkan, pada penelitian ini faktor baru yang dihasilkan adalah sebanyak 6 faktor. Berikut merupakan data hasil pengolahan data menggunakan *Software SPSS 23*.

Tabel 3. *Component Matrix*

	Component Matrix ^a					
	Component					
	1	2	3	4	5	6
X01	.573	-.318	.489	.152	.369	.029
X02	.576	-.142	.353	.418	.153	-.253
X03	.648	-.091	.145	.041	-.019	.394
X04	.649	-.148	.086	.261	.196	.216
X05	.584	-.219	.125	-.438	-.241	.043
X06	.538	.031	-.180	-.041	-.180	-.449
X07	.498	-.134	-.367	.528	-.338	.146
X08	.708	-.149	.179	.174	-.114	.068
X09	.704	.009	-.273	.243	.063	-.113
X10	.725	-.023	-.001	-.249	.110	.339
X11	.694	-.225	-.197	-.284	-.095	.082
X12	.735	-.029	-.261	-.061	-.009	.054
X13	.756	-.031	-.359	.037	.091	.008
X14	.676	.298	-.113	.000	.219	.084
X15	.635	-.067	.049	-.222	-.310	.126
X16	.240	.316	-.274	-.270	.633	.018
X17	.689	.166	.001	-.079	.114	-.455
X18	.679	.151	.396	-.175	-.240	-.203
X19	.764	.025	-.042	-.073	-.017	-.240
X20	.251	.754	.148	.072	-.069	-.008
X21	.100	.775	-.107	.220	-.160	.142
X22	.263	.668	.324	-.050	-.077	.164

Component Matrix ^a					
Component					
1	2	3	4	5	6

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 6 components extracted.

Tabel 4. Faktor Baru

No	Indikator	Faktor Loading	Nama Faktor	
1	Cara Pembayaran	Akses mudah ke teknologi Internet di berbagai perangkat digital	0,558	
2	Top Up dan Cara Transfer	Saldo <i>e-wallet</i> Anda dapat diisi ulang menggunakan mobile banking, ATM, Alfamart, atau Hypermart	0,752	
3	Pemakaian Aplikasi	Gunakan ATM, kartu kredit, dan kartu debit daripada membawa uang tunai dalam jumlah besar	0,681	Mudah dan praktis
4		Pengguna dapat mengakses <i>e-wallet</i> kapan saja dan dari mana saja	0,670	
5	<i>Cashbac</i>	Memberikan <i>cashbac</i> , jumlah yang telah ditentukan, baik dalam mata uang nyata atau digital	0,677	
6	<i>Discount</i>	Potongan harga menarik masyarakat menggunakan <i>e-wallet</i>	0,511	
7	Cara Pembayaran	Kepercayaan sangat penting dalam hal transaksi online	0,854	Cara Transaksi
8		Proses transaksi dijelaskan dengan jelas dan mudah diikuti	0,749	
9	Top Up dan Cara Transfer	Meningkatkan penggunaan <i>e-wallet</i> sebagai sistem pembayaran	0,582	
10		Dapat menggunakan program <i>e-wallet</i> tanpa harus mendaftarkan rekening bank terlebih dahulu	0,685	
11	<i>Discount</i>	Menawarkan diskon kepada pelanggan yang membelanjakan jumlah tertentu	0,718	Memberikan <i>Discount</i>
12		Berikan diskon kepada konsumen jika mereka membelanjakan jumlah tertentu	0,576	
13		Kendala Penggunaan Aplikasi	0,790	Kendala Penggunaan
14	Tidak efektif dan efisien	Ketidak efektifan <i>e-wallet</i> menghabiskan waktu	0,779	
15		Transaksi yang ditolak sistem karena pembaca tidak dapat dioperasikan	0,770	
16	Data Pribadi	tidak akan menggunakan data pribadi secara tidak semestinya, yang dapat menyebabkan konsumen menderita kerugian non-materi (milik privasi)	0,854	Keamanan Data Pribadi
17		Untuk menggunakan Pengguna harus memasukkan kode pin yang dihasilkan sebelumnya dalam program <i>e-wallet</i>	0,536	
18	Pemakaian Aplikasi	Pengguna bisa isi pulsa, beli paket data, bayar tagihan listrik, berbisnis online, kirim uang ke orang lain, pesan makanan online, beli tiket pesawat, bayar pajak, dan lain-lain menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i>	0,507	
19	<i>Cashbac</i>	Mempunyai batasan dalam nominal tertentu	0,821	Strategi Promosi

3.2 Uji Validitas

Tabel 5. Uji Validasi

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kategori
P1	0,519	0,196	Valid
P2	0,550	0,196	Valid
P3	0,631	0,196	Valid
P4	0,616	0,196	Valid
P5	0,555	0,196	Valid
P6	0,548	0,196	Valid
P7	0,483	0,196	Valid
P8	0,670	0,196	Valid
P9	0,678	0,196	Valid
P10	0,700	0,196	Valid
P11	0,634	0,196	Valid
P12	0,714	0,196	Valid
P13	0,722	0,196	Valid
P14	0,695	0,196	Valid
P15	0,611	0,196	Valid
P16	0,319	0,196	Valid
P17	0,679	0,196	Valid
P18	0,678	0,196	Valid
P19	0,742	0,196	Valid
P20	0,389	0,196	Valid
P21	0,258	0,196	Valid
P22	0,395	0,196	Valid

Tabel diatas merupakan hasil uji validasi dari 22 pertanyaan, semua pernyataan dikatakan valid karena r hitung menunjukkan nilai lebih besar dari pada r tabel 5. Maka pernyataan tersebut memenuhi standar sebagai instrument penelitian.

3.3 Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	22

Maka dari tabel diatas diketahui nilai alpha 0,897 dan r Tabel dengan taraf signf 5% $\alpha = 0,196$. Maka, data tersebut dapat dikatakan reliability karena nilai alpha > r Tabel. Maka pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.4 Uji Normalitas

Tabel 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03401670
	Most Extreme Absolute Differences	.095
	Positive	.049

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
	Negative
Test Statistic	-.095
Asymp. Sig. (2-tailed)	.026 ^c
Exact Sig. (2-tailed)	.306
Point Probability	.000
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

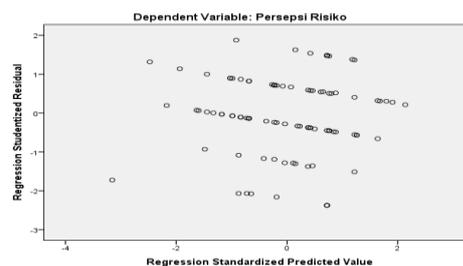
Dari Tabel 7 bisa dilihat nilai asymp sig sejumlah $0,306 > 0,05$. Bisa disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3.5 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan bahwa *tolerance value* $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolinieritas*.

3.6 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji *Heteroskedastisitas* dapat dilihat pada plot berikut:



Gambar 3. Hasil uji Heteroskedastisitas

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi *Heteroskedastisitas* karena hasil *scatterplot* menyebar.

3.7 Analisis Hipotesis

Pada penelitian ini, ketika menganalisis regresi linear berganda peneliti menggunakan seri program SPSS 23. Berikut hasil dari linear berganda.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.076	.873		9.255	.000
	Persepsi Risiko	1.407	.503	.272	2.798	.006

a. Dependent Variable: E-Wallet

Gambar 4. hasil dari linear berganda

Dari pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,006$ dimana nilai $0,006 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap perpindahan penggunaan *e-wallet* di Kabupaten Garut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan Terdapat 7 indikator yang menjadi faktor penelitian pendukung perpindahan pada transaksi *e-wallet*, diantaranya Cara pembayaran, Top Up dan Cara Transfer, Data Pribadi, Pemakaian Aplikasi, *Cashbac*, *Discount*, Tidak efektif dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode analisis faktor, dari 7 indikator menjadi 6 indikator yang dominan untuk menentukan faktor perpindahan pada transaksi *e-wallet* yaitu Mudah dan Praktis, Cara Transaksi, Memberikan *Discount*, Kendala Penggunaan, Keamanan Data Pribadi, Strategi Promosi. Adapun resiko penggunaan transaksi *e-wallet* dari pengujian analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa kendala penggunaan aplikasi, ketidakefektifan *e-wallet*, dan transaksi yang tertolak bernilai signifikansi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap perpindahan penggunaan *e-wallet* di Kabupaten Garut.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis dapat memberikan saran bagi penyedia layanan *e-wallet* yaitu Meningkatkan kualitas sistem dan layanan yang baik, karena indikator tersebut sangat menjadi tolak ukur pengguna dalam melakukan transaksi dilayanan *e-wallet*, Penyedia *e-wallet* harus memperhatikan Keamanan dan Kepercayaan pengguna, karena hal tersebut sangat penting untuk menjadi indikator pengguna melakukan transaksi, Memberikan edukasi mengenai *e-wallet* kepada pengguna, mengenakan manfaat dalam menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas bertransaksi keuangan, Memberikan biaya transaksi yang murah agar dapat dinikmati seluruh pengguna *e-wallet*. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan menyempurnakan model penelitian seperti menambahkan teori pendukung, penambahan variabel, dan jumlah sampel yang lebih banyak dari penelitian ini.

REFERENSI

- [1] H. S. Hanifah, D. A. Kurniawan, and R. Pasciana, "Tourism Potential, Productivity Of Small And Medium Entreprises (SMES) : Impact On The Implementation Of Labor In South Garut, West Java, Indonesia," *Sustain. Collab. Business, Technol. Inf. Innov.*, vol. 0, no. 0, Jan. 2019, Accessed: Dec. 03, 2021. [Online]. Available: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/scbtii/article/view/8381>
- [2] A. Agrani and B. Rikumahu, "Perbandingan Analisis Sentimen Terhadap Digital Payment 'Go-Pay' Dan 'Ovo' Di Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Dan Word Cloud Comparison of Sentiment Analysis Against Digital Payment 'Go-Pay' and 'Ovo' in Social Media Twitter Using N," *Agustus*, vol. 7, no. 2, p. 2534, 2020.
- [3] S. Susanti and S. Fitriani, "Analisis Penerimaan Pengguna DANA Sebagai Media Pembayaran Pada Marketplace Lazada Menggunakan TAM," *IJCIT (Indonesian J. Comput. Inf. Technol.)*, vol. 6, no. 2, pp. 111–117, 2021, doi: 10.31294/ijcit.v6i2.9477.
- [4] H. H. Nawawi, "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa," *Emik*, vol. 3, no. 2, pp. 189–205, 2020, doi: 10.46918/emik.v3i2.697.
- [5] G. Prakarsa, "Analisis Faktor-faktor Penerimaan Konsumen Pada Aplikasi E-Marketplace Lazada Menggunakan TAM," *Sainteks J. Sains dan Tek.*, 2019, doi: 10.37577/sainteks.v1i2.132.
- [6] K. Jun, B. Yoon, S. Lee, and D. S. Lee, "Factors influencing customer decisions to use online food delivery service during the covid-19 pandemic," *MDPI Journals Food*, vol. 11, no. 1, pp. 1–15, 2022, doi: 10.3390/foods11010064.
- [7] D. R. E. Marey and E. Purwanto, "Model Konseptual Minat Penggunaan E-wallet: Technology Acceptance Model (TAM)," *Technol. Adopt. A Concept. Framew.*, no. December 2019, pp. 31–50, 2020.
- [8] Fitratul Aini, Fitriani Muttakin, Tengku Khairil Ahsyar, and Eki Saputra, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA Menggunakan Metode TAM dan EUCS," *J. Sist. Cerdas*, vol. 6, no. 1, pp. 65–76, 2023, doi: 10.37396/jsc.v6i1.288.
- [9] G. P. L. H. P. setyo R. ;I G. N. D. P. Permana, "FinTech dari Perspektif perilaku User Dalam Penggunaan E-wallet Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Widya Akutansi dan Keuang.*, no. 2013, pp. 24–43, 2021.

- [10] Y. Mauluddin, D. Rahmawati, and D. Oktavianti, "Perencanaan Pemeliharaan Mesin Produksi dengan Menggunakan Total Productive Maintenance untuk Menjamin Kestabilan Proses Produksi," *J. Kalibr.*, vol. 20, no. 2, pp. 86–92, Nov. 2022, doi: 10.33364/KALIBRASI/V.20-2.1148.
- [11] K. Ardianto and N. Azizah, "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya," *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, p. 13, 2021, doi: 10.33370/jpw.v23i1.511.
- [12] M. Sapti, "Kemampuan Koneksi Matematis," *Kemamp. Koneksi Mat. (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [13] R. Gora, "Difusi informasi penggunaan fintech di media sosial terhadap perubahan pola transaksi jual beli remaja jakarta," vol. 2, 2020.
- [14] A. P. Ilham, "Makna Kerja Bagi Fotografer Di Yogyakarta," Jun. 2018.
- [15] V. Fitranita, I. Zoraya, and I. O. Wijayanti, "Factors Affecting Interest In Using E-Commerce and E-Wallet with Using Technology Acceptance Model," *J. Akunt.*, vol. 13, no. 2, pp. 98–108, 2023.