ANALISIS MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI DIGITAL GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI KOTA BAUBAU

SKRIPSI

Feren Fitria Farsa

Mahasiswa : 19312356

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

ANALISIS MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI DIGITAL GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI KOTA BAUBAU

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama : Feren Fitria Farsa

No. Mahasiswa : 19312356

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kerja sama di suatu perguruan tinggi dan sepanjangan pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan olah orang lain, kecuali yang secara terulis diacu dalam naska ini dan disebutkan dalam referensi. Apabili dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanski apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 14 Maret 2023



Feren Fitria Farsa

ANALISIS MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI DIGITAL GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI KOTA BAUBAU

SKRIPSI

Diajukan Oleh

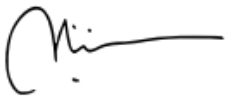
Nama : Feren Fitria Farsa

No. Mahasiswa: 19312356

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 13 Maret 2023

Dosen Pembimbing :



Dra. Isti Rahayu, M.Si., AK.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI DIGITAL GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI KOTA BAUBAU

Disusun oleh : FEREN FITRIA FARSA

Nomor Mahasiswa : 19312356

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 11 April 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA. .....

Penguji : Suwaldiman, M.Accy., Ak., CMA. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirahmanirrahim

Alhamdulillahirabbul'alamin, skripsi ini saya persembahkan untuk:

La Fasa dan Farlina Hak

Semua doa, semangat, nasehat, motivasi dan ketulusan yang diberikan setiap hari untuk sampai skripsi ini bisa selesai tepat waktu. Semoga skripsi ini menjadikan awal yang baik untuk masa depan

Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak.

Untuk pelajaraan selama proses pengajaran dan bimbingan skripsi, memberikan saran dan masukan sampai skripsi ini terselesaikan.

Sahabat-Sahabat Seperjuangan

Untuk semua semangat, bantuan, motivasi, dan dukungan yang diberikan selama mengerjakan skripsi ini, sahabat dunia perkuliahan susah senang kita bersama.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Puji syukur penulis curahkan kepada Allah SWT ata berkat dan Rahmat-Nya, berkat Rahmat serta karunia-Nya keselamatan dan Kesehatan yang di berikan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini sebagai syarat dalam menyelesaikan program Strata-1 pada program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dapat menyelesaikan sesuai dengan waktu yang tepat. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan pengikutnya dalam membawa cahaya penerang dalam kehidupan bagi seluruh umat Islam sebagai rahmatan lil'alamin.

Penelitian dengan judul "**Analisis Model UTAUT Pada Transaksi Digital Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Baubau"** penelitian ini disusun yang dilakukan pada daerah kota Baubau. Semoga pada penelitian ini penulis dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pada bidang akuntansi terutama Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Pada penelitian ini penulis menyadari bawah dalam penyusun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak dapat memberikan masukan dengan sepenuh hati. Karena penulis merasakan dalam penyelesaiannya penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena nya, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Johan Arifin S.E., M.SI., Ph.D., CfrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Yang terhormat, Ibu Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak. Selaku Dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam menyusun skripsi ini.
3. Yang terhormat, seluruh dosen Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia atas ilmu yang diajarkan dan diberikan kepada penulis.
4. Kedua orang tua, Bapak La Fasa dan Ibu Farlina Hak yang telah memberikan doa, dukungan moril maupun material dari sejak kecil sampai sekarang. Semua yang diberikan tidak akan sebanding dengan apa pun, terima kasih papa dan mama.
5. Sahabat-Sahabat perantauan, Lestari, Ais, Redha, Fabi, dan Vera
6. Sahabat-Sahabat EAGLES yang selalu memberi semangat
7. Kawan-Kawan seperjuangan di kampus FBE, sukses untuk kita semua.

Semua bentuk kasih sayang yang diberikan dalam bentuk bantuan dan pertolongan kepada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan beribu pahala dan nikmat kehidupan. Penulis menyadari masih kurang dari kata sempurna dalam membuat skripsi ini, semoga dapat bermanfaat dalam menambah wawasan ilmu bagi pembaca maupun umum.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 13 Maret 2023

Penulis,

(Feren Fitria Farsa)

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat penelitian 6

1.4.1 Manfaat Teoritis 6

1.4.2 Manfaat Praktis 6

1.5 Sistematika Penulisan 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA **8**

2.1 Landasan Teori 8

2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) .. 8

2.1.2 Transaksi Digital 10

2.2 Penelitian Terdahulu 13

2.3 Hipotesis Penelitian 32

2.3.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy)* 32

2.3.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) 32

2.3.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence)* 33

2.3.4 Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) 34

2.3.5 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation)* 35

2.3.6 Nilai Harga (Price Value) 36

2.3.7 Kebiasaan (Habit) 37

2.4.8 Niat Perilaku (Behavioral Intention)..... 38

2.4.9 Generasi 39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 42

3.1 Metode Penelitian..... 42

3.1.1 Pendekatan Penelitian 42

3.1.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian 42

3.2 Populasi dan Sampel 42

3.2.1 Populasi..... 42

3.2.2 Sampel 43

3.3 Teknik Pengumpulan Data 44

3.4 Indentifikasi Variabel 45

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 46

3.5.1 Ekspektasi Kinerja 46

3.5.2 Ekspektasi Usaha 47

3.5.3 Pengaruh Sosial..... 48

3.5.4 Kondisi yang Memfasilitasi 49

3.5.5 Motivasi Hedonis..... 49

3.5.6 Nilai Harga..... 50

3.5.7 Habit 51
3.5.8 Niat Perilaku 51
3.5.9 Perilaku Pengguna 52
3.5.10 Generasi 53
3.6 Teknik Analisis 53
3.7 Pengujuan Model Pengukuran 53
3.6.1 Pengujian model struktural 55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 56
4.1 Hasil Penelitian 56
4.2.1 Hasil Pengumpulan Data 56
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel 60
4.2 Model Pengukuran 67
4.2.1 Convergents Validity 67
4.2.2 Discriminant Validity 69
4.2.3 Reliabilitas 73
4.3 Pengujuan model Struktural 74
4.4 Hasil Uji Hipotesis 75
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1) 76
4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2) 77
4.4.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3) 78

4.4.4 Pengujian Hipotesis Keempat (H4) 79
4.4.5 Pengujian Hipotesis Kelima (H5) 81
4.4.6 Pengujuan Hipotesis Keenam (H6) 81
4.4.7 Pengujian Hipotesis Ketujuh (H7) 82
4.4.8 Pengujuan Hipoteses Kedelapan (H8) 83
4.4.9 Pengujian Hipotesis Kesembilan (H9) 84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Implikasi Penelitian 88
5.3 Keterbatasan Penelitian 88
5.4 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN 95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu 13

Tabel 3. 1 Panduan Menentukan Sampel Minimum PLS-SEM 43

Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Ekspektasi Kinerja 46

Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel Usaha 47

Tabel 3. 4 Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial 48

Tabel 3. 5 Pengukuran Variabel Kondisi yang Memfasilitasi 49

Tabel 3. 6 Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis 50

Tabel 3. 7 Pengukuran Variabel Nilai Harga 50

Tabel 3. 8 Pengukuran Variabel Kebiasaan 51

Tabel 3. 9 Pengukuran Variabel Perilaku 52

Tabel 3. 10 Pengukuran Variabel Pengguna 52

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 57

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidik Terakhir 58

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan 59

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Digital yang Paling sering dipakai 59

Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif 61

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Convergen 68

Tabel 4. 8 *Dicriminant Validity* 69

Tabel 4. 9 *Dicriminant Validity* 70

Tabel 4. 10 *Cross Loadings* 71

Tabel 4. 11 Composite Relibility 73

Tabel 4. 12 Nilai R- Square..... 74

Tabel 4. 13 Path Coefficients 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka UTAUT 2 10

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 95

Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah 101

Lampiran 3 Pengujuan Outer Model 134

Lampiran 4 Uji Validitas 135

Lampiran 5 Reliabilitas 139

Lampiran 6 Uji R Square 139

Lampiran 7 Uji Hipotesis 140

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah Analisis model UTAUT pada transaksi digital generasi milenial dan generasi z di Kota Baubau. Penelitian ini bertujuan yang pertama untuk membuktikan faktor dalam model UTAUT 2 pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat penggunaan transaksi digita, kedua untuk Untuk membuktikan faktor dalam model UTAUT 2 pengaruh Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat perilaku terhadap perilaku penggunaan transaksi digital, dan yang ketiga Untuk membuktikan pengaruh Generasi (Milenial dan Z) sebagai moderasi hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat penggunaan transaksi digital. Populasi diambil masyarakat Kota Baubau yang pernah menggunakan transaksi digital dan berusia 15-45 tahun. Sampel penelitian yang diambil 203 responden. Metode analisisi data menggunakan teknik Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukan kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital, penelitian ini juga berhasil membuktikan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan transaksi digital. Generasi sebagai moderasi tidak memperkuat hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi henodis, nilai harga dan kebiasaaan terhadap niat menggunakan transaksi digital.

ABSTRACT

The title of this study is Analysis of the UTAUT model in digital transactions for the millennial and z generations in Baubau City. This study aims, firstly, to prove the factors in the UTAUT 2 model that influence performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, and habits on the intention to use digital transactions, secondly, to prove the factors in the UTAUT 2 model influence Facilitating conditions, habits, and behavioral intentions on the behavior of using digital transactions, and the third To prove the influence of Generations (Millennials and Z) as a moderating relationship between performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habits towards the intention to use digital transactions. The population is taken by the people of Baubau City who have used digital transactions and are aged 15-45 years. The research sample taken was 203 respondents. The data analysis method uses the Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM) technique. The results of the study show that facilitating conditions, hedonic motivation, price values, and habits have a positive influence on the intention to use digital transactions. This study also succeeded in proving that habits have a positive influence on the behavior of using digital transactions. Generation as moderation does not strengthen the relationship between performance expectations, business expectations, social influence, facilitating

conditions, henodic motivation, price value and habit towards the intention to use digital transactions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 banyak mengubah gaya hidup masyarakat, seperti model proses belajar mengajar, bekerja, sampai metode transaksi sehari-hari. Sejak pandemi dinyatakan sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi Perhatian internasional oleh *World Health Organization* (WHO, 2020), hampir semua negara memberlakukan kebijakan kesehatan yang melibatkan jarak sosial dan tindakan pencegahan kesehatan. Hal ini menyebabkan sebagian besar individu mengadopsi teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti komunikasi, belajar, bekerja, berbelanja, dan lain-lain (De' et al., 2020). Banyak orang-orang mulai menggunakan transaksi digital, hal ini juga didukung oleh perkembangan teknologi yang ada, telah banyak inovasi produk pembayaran online, jadi kita tidak perlu membawa uang tunai ketika keluar rumah atau saat melakukan transaksi cukup dengan membawa telepon gengam saja. Semua jenis layanan transaksi digital atau elektronik yang ada sekarang merupakan bagian dari *Financial Technology* (*Fintech*).

Teknologi akhirnya mengubah model bisnis dari model bisnis tradisional, yang awalnya membutuhkan pembayaran tatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, menjadi moderat, kini memungkinkan transaksi jarak jauh dengan pembayaran instan. Di Indonesia sendiri ada 352 perusahaan *Fintech* yang terdaftar di OJK (AFTECH, 2023). Banyak perusahaan layanan *Fintech* yang

berdiri Indonesia juga didukung dengan tingginya minat masyarakat Indonesia melakukan Transaksi Digital. Bank Indonesia per januari 2022 sendiri mencatat adanya kenaikan nilai transaksi uang elektronik sebesar 66,65% atau Rp34,6 triliun. Nilai transaksi Digital Banking juga naik sebesar 62,82% atau Rp4.314,3 triliun, begitupun dengan Nominal transaksi pada Qris (Quick Response Code Indonesia Standard) yang meningkat sampai 290% (BI, 2022).

Memiliki akses internet merupakan salah satu syarat untuk melakukan transaksi Digital, menurut laporan *We are Sosial* pada awal tahun 2022 terdapat sekitar 204,7 juta pengguna internet di indonesia, pada saat sebelum pandemi jumlah pengguna internet di Indonesia ada di angka 175 juta, (Annur, 2022). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukan Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provisi dengan pengguna internet terendah di Indonesia yaitu 50,51 persen, BPS juga menyebutkan adanya kesenjangan penetrasi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Data dari BPS Provisi Sulawesi Tenggara menunjukan kota Baubau adalah satu daerah yang memiliki pengguna Internet yang tinggi di Provinsi Sulawesi Tenggara yaitu 56,81 persen.

Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi Milenial dan Generasi Z. Milenial tumbuh di era digital, mereka menunjukkan keakraban yang lebih besar daripada generasi sebelumnya dengan komunikasi, media, dan teknologi digital (Nafei & Khanfar, 2012). Generasi Z dibesarkan dengan jejaring sosial, mereka sentris digital dan teknologi adalah identitas mereka (A. P. Singh & Dangmei, 2016). Mereka juga disebut sebagai Generasi I, Gen Tech, Digital natives, Gen Wii. Mereka lahir dan besar di dunia digital dan yang

membedakan mereka dengan generasi lain adalah keberadaan mereka lebih terhubung dengan dunia elektronik dan digital. Jadi Generasi Melinial dan Generasi z adalah generasi yang paling banyak menggunakan transaksi Digital dalam kehidupan sehari-harinya karena mereka adalah generasi yang paling dekat dengan kemajuan teknologi.

Pada Penelitian yang dilakukan oleh Martinez & McAndrews (2022) menunjukan bahwa Performance Expetancy memiliki pengaruh positif terhadap Behavior intention untuk menggunakan *Mobile Payment*, tapi pada penelitian yang dilakukan oleh de Blanes Sebastian (2023) menunjukan bahwa *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention.*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rahim (2021, Bu (2021), dan Martinez & McAndrews (2022) menunjukan bahwa *Effort Expetancy* tidak perpengaruh terhadap *behavior intention* user dalam menggunakan fintech. Tapi pada penelitian yang dilakukan oleh Alkhowiter (2022) dan Upadhyay (2022) menunjukan bahwa *Effort expectancy* memiliki pegaruh positif terhadap *behavioural intention* penggunaan *mobile payment.*

Pada Penelitian yang dilakukan oleh AL-Saedi (2020) dan Jung (2020) menunjukan bahwa sosial Influence memiliki pengaruh Positif terhadap *behavioral intention* user dalam mengadopsi M-Payment. Tapi pada penelitian yang dilakukan oleh Martinez & McAndrews (2022) menunjukan bahwa *Sosial Influence* tidak mempengaruhi behavior intention untuk menggunakan *mobile payment.*

Pada Penelitian yang dilakukan oleh Rahim (2021) dan Alkhowaite (2022) Menunjukan bahwa *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap Behaviour intention dalam menggunakan Fintech Islam dan M-Payment. Tapi pada penelitian yang dilakukan oleh Martinez & McAndrews (2022) menunjukan bahwa Facilitation Conditions tidak mempengaruhi Behaviour Intention untuk menggunakan *Mobile Payment.*

Minat masyarakat Indonesia menggunakan transaksi Digital dalam kehidupan sehari-hari didominasi Generasi milenieal dan Generasi Z sebagai pengguna internet terbesar. Baubau merupakan daerah yang menggunakan interner tertinggi di Sulawesi tenggara yang tentunya berpoteensi sebagai pengguna transaksi digital. Penelitian ini akan menggunakan Model UTAUT 2 untuk membuktikan penerimaan teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh et al., 2012). Sehingga penelitian ini diberi judul "Analisis Model UTAUT Pada Transaksi Digital Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Baubau"

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor dalam model UTAUT 2 (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan) Memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan transaksi digital?

2. Apakah faktor-faktor dalam model UTAUT 2 (Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat perilaku) berpengaruh terhadap perilaku penggunaan transaksi digital?
3. Apakah Generasi (Milenial dan Z) memoderisasi hubungan faktor dalam model UTAUT 2 (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan) terhadap niat penggunaan transaksi digital?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan faktor dalam model UTAUT 2 pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat penggunaan transaksi digital
2. Untuk membuktikan faktor dalam model UTAUT 2 pengaruh Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat perilaku terhadap perilaku penggunaan transaksi digital
3. Untuk membuktikan pengaruh Generasi (Milenial dan Z) sebagai moderasi hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat penggunaan transaksi digital.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih untuk pengembangan akademik dibidang perilaku konsumen dalam penerimaan teknologi dan informasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan berkontribusi dalam pemahaman teori berkaitan dengan perilaku konsumen bagaimana variabel-variabel dalam *Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT) mempengaruhi niat dan perilaku menggunakan teknologi yang dianalisa berdasarkan budaya dalam konteks individu. Dan juga bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan konstribusi praktis bagi penggunaan transaksi digital dan memberikan manfaat bagi konsumen dari sisi waktu, biaya, dan tenaga. Bagi sektor bank dan nonbank diharapkan bisa menjadi bahan masukan dalam menciptakan inovasi baru dalam jenis transaksi digital yang lebih baik bagi konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusuan penelitian ini, penulis menguraikan pembahasan ke dalam lima bab yang secara singkat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneltian, dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan Teori dan Pengertian Variabel, Telaah Penelitian terdahulu dan Hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi proses pelaksaaan penelitian yang berisi populasi dan penentuan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian, dan metode analisi data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan dari hasil "Analisis Model UTAUT2 Terhadap Transaksi Digital pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Baubau", dimulai dari analisis data dan hasilnya, interpretasi dan diskusi hasil penelitian. Selanjutnya hasil innterpretasi dan diskusi dilakukan dengan penelitian yang ada sebelumnya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran atas hasil pelaksaan penelitian serta kelanjutan kajian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

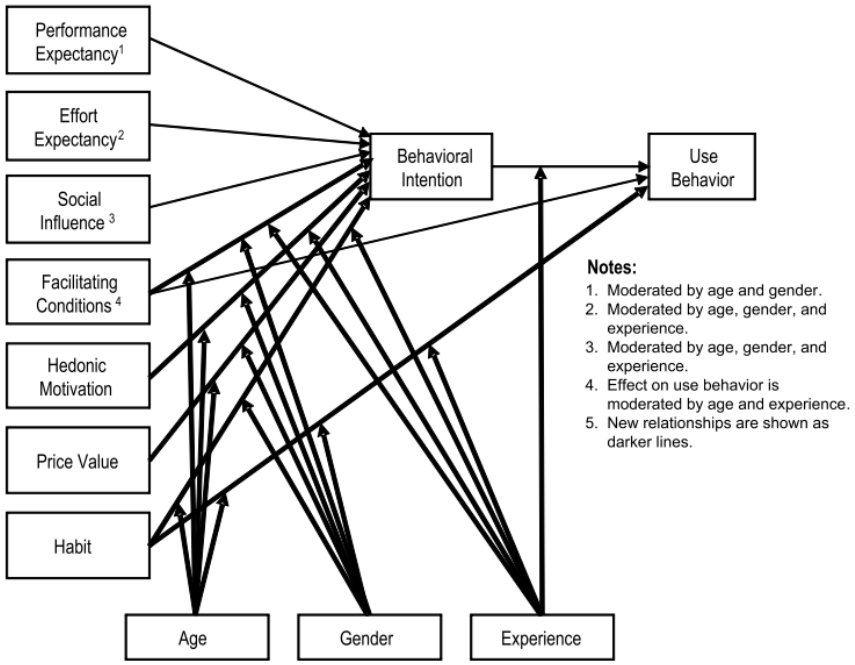
2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT2 merupakan hasil pengembangan dari model UTAUT dengan menambahkan tiga konstruk tambahan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. UTAUT menyatukan karakteristik-karakteristik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM*), Theory of Planned Behavior* (TPB), *A Model Combining The Technology Acceptance Model* and *The Theory of Planned Behavior* (C-TAM-TPB), *The Model of PC Utilization (MPCU), The Innovation Diffusion Theory (IDT), dan The Social Cognitive Theory (SCT)*. UTAUT terbukti 70% lebih baik dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi dibandingkan kedelapan teori lain (Persada et al., 2020), jadi dapat

ditujukan sebagai alat yang menilai kemungkinan keberhasilan dalam penggunaan teknologiyaitu model terbaru yang menutupi kekurangan dengan adanya tiga konstruk yang menjelaskan kekurangan dari model UTAUT dalam segi konsumen. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh et al., 2012). Semakin pesatnya perkembangan teknologi menjadi alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT, dengan pengembangan model UTAUT menjadi UTAUT2. Tiga konstruk ditambahkan dalam UTAUT2 yaitu *hedonic motivation, price value,* dan *habit*. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen dengan mengenalkan beberapa hubungan baru (Venkatesh et al., 2012).

Gambar 2. 1

Kerangka UTAUT 2



Sumber : (Venkatesh et al., 2012)

2.1.2 Transaksi Digital

Transaksi digital adalah pembayaran nontunai atau *cashless*, seperti mobile banking atau perangkat transaksi virtual lainnya. Transaksi digital membuat seseroang tidak perlu beranjak dari tempat duduk untuk bertransaksi, hanya melalu smartphone yang terhubung internet. Ada beberapa jenis transaksi digital:

1. *Mobile Banking*

   Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu

yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Fitur-fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya

2. Dompet Digital (*e-wallet*)

   Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online. Tanpa kartu dan tanpa uang tunai, pengguna tinggal membawa smartphone mereka. Selain menawarkan kemudahan, dompet digital juga dinilai lebih aman karena dilindungi kata sandi yang hanya bisa diakses oleh pengguna saja. Untuk bisa mengakses layanan dompet digital, pengguna harus memasang aplikasi dompet digital pada smartphone mereka. Saat pendaftaran akun, pengguna akan diminta mengisi data lengkap yang meliputi nama, alamat, informasi kartu, dan lain-lain. Semua riwayat transaksi akan disimpan di dalam aplikasi, sehingga memudahkan pengguna jika ingin memeriksanya kembali.. Contoh dari dompet digital adalah GoPay, OVO, Gopay, LinkAja, dan DANA.

3. SMS Banking

   SMS Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses dan dilakukan melalui jaringan SMS (*Short Message Services*) ponsel. SMS Banking mengandalkan jaringan provider ponsel sehingga SMS Banking hampir dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Dibandingkan Transaksi Digital yang lain, SMS Banking unggul dalam bidang keamanan karena jaringan tidak terhubung ke internet dan SMS dapat segera dihapus setelah transaksi selesai dilaksanakan.

4. Internet Banking

   Internet Banking adalah layanan perbankan dimana nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran, transfer dan transaksi lainnya secara mandiri melalui website milik bank yang dilengkapi dengan sistem keamanan.. Layanan ini tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, laptop/ note book asalkan terhubung dengan jaringan internet

5. QRIS (*QR Code Indonesian Standard*)

   Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR

Code. QRIS bisa untuk melakukan pembayaran yang diselenggarakan oleh bank dan nonbank. Dompet Digital juga bisa menggunakan Qris untuk metode pembayaran di Merchant yang menyediakan QR Code untuk Qris.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Tabel Kajian Terdahulu

No	Nama Pengarang dan Tahun	Variabel	Judul Penelitian	Temuan Kajian
1	(Alalwan et al., 2017)	Variebal Independen : 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expetancy* 3. *Sosial influence* 4. *Facilitating condition* 5. *Habit* 6. *Hedonic motivation* 7. *Price value* 8. *Trust*	*Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extanding UTAUT2 with trust*	Hasil utamanya menunjukkan bahwa niat perilaku secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, motivasi hedonis, nilai harga dan kepercayaan.

		Variabel Independen: *Behavioral intention* dan *Use behaviour*		
2	(Farah et al., 2018)	Variebal Independen : *Performance expectancy,Effort expetancy,Sosial influence, Facilitating condition Habit, Hedonic motivation, Perceived value trsh, Perceived risk* Variabel dependen: *Behavior Intention dan use behavior*	*Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Paksitan*	*Perceived value, performance expectancy, habit, social influence, effort expectancy, hedonic motivation* (kecuali *facilitating condition), perceived risk and trust, predictor* yang signifikan. *Bevavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*
3	(Goularte & Zilber, 2019)	Variebal Independen : 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expetancy* 3. *Sosial influence*	*The moderating role of cultural factors in the adoption of mobile banking in Brazil*	Replikasi menunjukkan bahwa dimensi budaya tidak menunjukkan signifikansi yang kuat dalam moderasi penggunaan mobile

		4. *Facilitating condition* 5. *Habit* 6. *Hedonic motivation* 7. *Price value* Variabel Dependent *Behavioral intention* dan *use behavior* Variabel moderator *Individualism/ colectivsm, uncertainty avoidance, long/short term*		banking. Faktanya, dari lima dimensi yang diuji, tiga tidak signifikan dan dua menunjukkan signifikansi lemah (p <0,10): kolektivisme dan orientasi jangka pendek. Tapi semua varibel indepnden yang ada memiliki pengaruh terhadap *Behavioral intention.*
4	(Sobti, 2019)	Variabel Independen : 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expectancy* 3. *Sosial influence*	*Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in india*	Hasil utama menunjukkan bahwa *Behavior Intention*, demonetisasi, dan *Facilitating Conditions* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap

		4. *Perceived risk* 5. *Perceived cost* 6. *Facilitating conditions* 7. *Demonetisation effect* Variabel Dependen *Behavior Intention & Usage* Variabel Moderasasi: *Gander, Age, dan Education Qualificaation*		penerapan layanan pembayaran seluler di India. Secara keseluruhan, Model 3, yang merupakan model UTAUT yang diperluas, diamati sebagai model yang lebih baik dalam menjelaskan anteseden niat dan penggunaan perilaku. Selain anteseden UTAUT, biaya yang dirasakan dan risiko yang dirasakan terbukti memiliki kekuatan penjelas tambahan sebagai anteseden niat perilaku. Usia bertindak sebagai variabel moderasi secara konsisten di tiga model, menyiratkan bahwa pengguna yang lebih muda lebih mementingkan

				antarmuka layanan pembayaran seluler yang mudah dan lebih dipengaruhi oleh teman sebaya dan masyarakat yang membentuk niat mereka untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.
5	(Al-Saedi et al., 2020)	Variabel Independen : 1. *Perceived risk* 2. *Perceived trust* 3. *Perceived cost* 4. *Self- efficacy* 5. *Performance expectancy* 6. *Effort expectancy* 7. *sosial influence* Variabel dependen :	*Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption*	1. *Perceived risk* memilliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap *behavioral intention* 2. *Perceived trust* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral*

		Behavioral Intention		*intention* 3. *Perceived risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *behavioral intention* 4. *Effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* 5. *Performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* 6. *Sosial Influence*

				memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*
6	(Jung et al., 2020)	Variabel Independen: 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expectancy* 3. *Social influence* 4. *Facilitating condition* 5. *Knowledge* 6. *Trust and risk* Variabel Dependen: *Behavioral Intention*	*Mobile Payment Service usage U.S. Consumers' motivation and intentions*	Hasil studi menunjukkan bahwa niat konsumen AS untuk menggunakan MPS sangat ditentukan oleh persepsi mereka tentang ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kompatibilitas, pengetahuan, dan kepercayaan.
7	(Patil et al., 2020)	Variabel Independent 1. *Attitude* 2. *Social Influence* 3. *Facilitating*	*Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-*	Variabel *attitude, social influence, and facilitating conditions* memiliki pengaruh

		Conditions Variabel Dependent *Behavioural Intention*	*UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal*	yang signifikan dan positif terhadap *behavioural intention.*
8	(S. Singh et al., 2020)	Variebel Independen : *Responsiness, security, usufulness, sosial influence, ease of use, behavior intention, actual use* Variebel Dependen : *adoption Fintech services*	*What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model*	Perceived usfulness dan Sosial Influence ditemukan sebagai penentu utama behavior intention untuk menggunakan layanan Fintech, dengan *Social Influence* memiliki pengaruh negatif yang signifikan. *Actual use* secara signifikan dipengaruhi oleh *ease of use* dan *soscial influence* tetapi tidak ditentukan oleh behavior intention dan *perceived usefulness. Behavior atrributes* secara signifikan dipengeruhi oleh

				technological *attributes* dan digital behavior. Selain itu usia secara signifikan mempengeruhi perception of security di kalangan pengguna yang lebih tua
9	(Putri & Sadha, 2020)	Variabel Independent: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan Variabe Dependent: Niat dan perilaku	Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan EMoney di Kota Denpasar	Kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga berpengaruh pada niat penggunan e-money. Ekpektasi kinerja, ekspektasi usaha dan factor social budaya tidak berpengaruh. kebiasaan dan minat berpengaruh pada perilaku sedangkan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh
10	(Bu et al., 2021)	Variabel Independen 1. *Effort expectancy concerning*	*Motivating information system engineers' acceptance of Privacy*	1. *Effort expectancy* tidak signifikan terhadap INT

		implementing PbD (EEP) 2. *Attitude towards PbD implementation (ATT)* 3. *Facilitating conditions to use of PbD (FCP)* 4. *PbD Awareness (PDA)* 5. *Performance expectancy concerning implementing PbD (PEP)* 6. *Social influence concerning implementing PbD* (SIP) Variabel Dependent *Behavioral intention to implement PbD* (INT)	*by Design in China: An extended UTAUT model*	2. *influence* tidak signifikan (INT) 3. *Attitude towards* tidak signifikan terhadap INT 4. *Facilitating conditions to use of* PbD (FCP) tidak berpengaruh signifikan terhadap INT 5. *PbD Awareness (PDA*) berpengaruh terhadap signifikan (INT) 6. *Performance expectancy concerning implementing PbD* (PEP) berpengaruh signifikan (INT) 7. *Social influence concerning implementing PbD* (SIP) berpengaruh

				signifikan (INT)
11	(Rahim et al., 2021)	Variabel Independen: *Performance Expectancy, Effort expetancy, Sosial Influence, Facilitating Condition, Behavior Intention* Variabel Dependen *Behaviour Intention* dan *User adoption*	*Measurement and structural medelling on factors of Islamic Fintech adoption amonh millennials in Malaysia*	1. *Performance expectancy* berpengaruh positif dengan *behavioural intention* adopsi fintech 2. *Effort expetancy* tidak berpengaruh terhadap behavioural intention adopsi fintech 3. *Sosial influence* berpangaruh positif terhadap Behaviour adopsi fintech 4. *Facilitating condition* berpengaruh positif dengan suer adoption terhadap adopsi

				Fintech Islami 5. *Behavior Intention* berhubungan positif dengan user adoption terhadap adopsi Fintech Islami. *6.* *Behavioural intention* memediasi hubungan antaran *performance expectancy and user adoption.* *7.* *Behavioural intention* memdiasi hubungan antara *effort expectancy and user adoption.* 8. *Behavioural intention* Memediasi hubangan *social influence and*

				user adoption.
12	(Santosa et al., 2021)	Variebel Independen : *Performance expectancy, Effort expectancy, Sosial Influence, Facilitating Condition, Price value, sosial influence, Habit.* Variabel Dependen : *Statisfaction Interia*	*Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2*	1. *Performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap users satisfaction 2. *Effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap users satisfaction 3. *Sosial Influence* memiliki pengaruh positif terhadap users satisfaction 4. *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap users satisfaction 5. *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *users satisfaction* 6. *Habit* memiliki pengaruh positif

				terhadap *users satisfaction* 7. User satisfaction memiliki pengaruh positif terhadap intertia pengguna
13	(Alkhowaiter, 2022)	Variabel Independent 1. *Performance Expectancy* 2. *Effort Expectancy* 3. *Social Influence* 4. *Facilitating Conditions* 5. *Trust* Variabel Dependen *Behavioural Intention X Islamic Religiosity*	*Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity*	1. *Behavioural Intention X Islamic Religiosity* ditemukan memiliki koefisien tertinggi dan menunjukkan hubungan yang kuat antara behavioural intention and use. 2. Variabel *Trust* menunjukkan hubungan yang sangat signifikan Terhadap *Behavioural Intention*. Variabel lainnya *performance*

				expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioural Intention.*
14	(Martinez & McAndrews, 2022)	Variabel dependen: 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expetancy* 3. *Sosial influence* 4. *Facilitation conditions* 5. *Habit* Varibel Independen : *Behavior Intention and Use Behavior*	*Do you take…? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2*	1. *Performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior intention* untuk menggunakan *mobile payment* 2. *Effort expectancy* tidak mempengaruhi *Behavior intention* untuk

				menggunakan *mobile payment* 3. *Sosial Influence* tidak mempengaruhi *behavior intention* untuk menggunakan *mobile payment* 4. *Facilitation conditions* tidak mempengaruhi behavior intention untuk menggunakan *mobile payment* 5. *Facilitation conditions* tidak mempengaruh

				i *use behavior* 6. *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention* untuk menggunakan *mobile payment* 7. Habit tidak mempengaruh i *use behavior* untuk menggunakan *mobile payment* 8. *Behavior intention* untuk menggunkan *mobile payment* tidak mempengaruh

				i *use behavior*
15	(Upadhyay et al., 2022)	Variabel Independen: 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expectancy* 3. *Social influence* 4. *Facilitating condition* 5. *Self Effacacy* Variabel Dependen: *Attitude, Behavioural Intention,* dan *Use Behaviour*	*Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy*	Temuan mengungkapkan bahwa *performance expectancy, effort expectancy,* dan *percaived severity* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap sikap konsumen; memfasilitasi kondisi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ekspektasi upaya; self-efficacy memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ekspektasi usaha; sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku; dan niat perilaku memiliki dampak positif yang

				signifikan terhadap perilaku penggunaan. Pengaruh sosial tidak mengkonfirmasi adanya hubungan yang signifikan.
16	(de Blanes Sebastián et al., 2023)	Variabel Independent 1. *Performance Expectancy* 2. *Effort Expectancy* 3. *Social Influence* 4. *Facilitating Conditions* 5. *Hedonic Motivation* 6. *Price Value* 7. *Habit* 8. *Trust* 9. *Security* 10. *Perceived risk* Variabel Dependent : *Behavioral Intention*	*What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model*.	Variable Habit dan Social Influence (90%) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention. Variable Lainnya selain habit dan *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention.*

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy)*

Performance expectancy atau Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan tekonologi akan membantu untuk mencapai keuntungan dalam kinerja (Venkatesh et al., 2003). Sama halnya ketika seseorang menggunakan transaksi digital merasa atau percaya bahwa dengan menggunakan transaksi digital memperoleh manfaat pasti akan terus menggunakannya. Contohnya saat ingin melakukan transer uang antar bank, dahulu seseorang harus ke bank atau ke ATM tapi sekarang sudah bisa dilakukan dimana saja, dengan menggunakan Internet Banking atau *Mobile Banking* yang bisa diakses melalui *smartphone*, sehingga akan menghemat waktu dan juga tenaga. Manfaat yang dirasakan tentu akan mendorong minat seseorang untuk terus menggunakan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Pada penelitian Venkatesh et al., (2003) ,Al-Saedi (2020), Alkhowaite (2020), Rahim (2021), Martinez & McAndrews (2022), dan Upadhyay (2022) menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap niat mengunakan mobile Payment dan fintech. Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Ekspektasi Kinerja memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

2.3.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Effort expectancy atau ekspektasi Usaha adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2003). Tingkat kemudahan sebuah teknologi akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut begitupun pada penggunaan transaksi digital. Jika dulu ketika ingin membeli makanan di restoran seseorang harus menyediakan uang tunai, sekarang tidak perlu lagi karena adanya QRIS, hanya perlu menscan *qrcode* yang disediakan melalui e-wallet atau mobile banking. Ini sangat mempermudah karena tidak perlu lagi harus ke ATM untuk mengambil uang tunai apa lagi saat akses ATM jauh. Kemudahan yang dirasakan tentu akan mendorong minat seseorang untuk terys menggunakan transaksi digital. Ada berberapa penelitian yang menyebutkan pengaruh positif ekspektasi kinerja terhadap niat menggunakan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Al-Saedi et al., (2020), Jung et al., (2020), Alkhowaiter, (2022) dan Upadhyay et al., (2022) Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H2: Ekpektasi Usaha memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital

2.3.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence)*

Pengaruh sosial (*Social influence*) adalah tingkat dimana seseorang mempersepsikan bahwa orang-orang penting menyarankan sebaiknya menggunakan sistem. Pengaruh sosial juga memiliki pengaruh dalam keputusan penerimaan teknologi(Venkatesh et al., 2003). Pengaruh Sosial

dapat memicu seseorang atau kelompok tertenu untuk mengubah perilaku atau sikap orang-orang yang ada pada lingkungan tersebut (Venkatesh et al., 2012). Seseorang bisa saja akan berminat menggunakan transaksi digital jika orang disekitarnya juga menggunakannya. Contohnya dalam satu keluarga seseroang baru saja ingin mencoba menggunakan QRIS karena melihat orang tua dan saudaranya juga menggunakannya. Pengaruh sosial merupakan predictor yang kuat dalam mempengaruhi individu dalam menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Al-Saedi et al.,(2020), Jung et al., (2020), Patil et al., (2020), Rahim et al., (2021), dan Alkhowaiter, (2022) juga menyebutkan bahwa Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan mobile payement dan fintech –. Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah

H3: Pengaruh Sosial memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan transaksi digital

2.3.4 Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Facilitating condition atau kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Kondisi yang memfasilitasi berasal dari tiga konstruk berbeda, yaitu *Perceived Behavioral Contro*l (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating condition* (MPCU), dan kompatibilitas (IDT).

Fasilatas yang mendukung penggunaan transaksi digital akan mempengaruhi minat dan juga perilaku seseorang dalam menggunakan transaksi digital. Contohnya saat seseorang menggunakan metode pembayaran QRIS harus ada fasilitas yang dimiliki oleh pengguna seperti *SmartPhone*, jaringan internet yang stabil, dan kuota internet untuk bisa menggunakannya. Ketika fasilitas yang dimiliki oleh pengguna terpenuhi tentu akan mendorong niat untuk menggunakan transaksi digital.

Ada beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment* (Jung et al., 2020; Patil et al., 2020; Sobti, 2019; Upadhyay et al., 2022). Pada penelitian Venkatesh et al., (2012), Upadhyay et al., (2022) menyebutkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna *mobile payment* . Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah

H4a: Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap Niat mengunakan transaksi digital

H4b: Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku menggunakan transaksi digital

2.3.5 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Hedonic Motivation atau motivasi hedonis diartikan sebagai kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan

penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Motivasi Hedonis menjadi faktor penentu niat menggunakan yang kritis dan dinilai sebagai penggerak yang lebih penting dibandingkan Ekspetasi Kinerja dalam konteks non organisasional (Venkatesh et al., 2012). Motivasi hedonis saat menggunakan transaksi digital akan dapat memberikan kesenangan dan kepuasan ketika seseorang menggunakannya. Ketika seseorang merasa saat menggunakan transaksi digital dapat memberikan manfaat dan juga kemudahan tentunya ada muncul kesenangan dan juga kepuasaa , semakin tinggi tingkat kesenangan dan kepuasaan seseorang saat menggunakan transaksi digital akan menyebabkan semakin tingginya minat untuk menggunakan transaksi digital.

Pada peneltian yang dilakukan oleh Farah et al., (2018) menyebutkan bawah Motivasi Hedonis memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan m*obile payment*. Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah

H5: Motivasi Hedonis memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital

2.3.6 Nilai Harga (Price Value)

Salah satu perbedaan penting antara penggunaan teknologi oleh konsumen dengan organisasi adalah konsumen biasanya menanggung biaya penggunaan, sedangkan karyawan tidak (Venkatesh et al., 2012), karena itu biaya dan struktur harga kemungkinan akan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi oleh konsumen individu.

Contohnya penggunaan e-wallet seperti OVO, DANA, dan Shopeepay, saat menggunakan e-wallet seseorang perlu melakukan top up atau mengisi saldo pada e-wallet akan dikenakan biaya, setiap e-wallet memiliki biaya top up yang berbeda tapi setiap e-wallet memiliki fitur dan keuggulannya yang berbeda-beda. Pengguna transaksi digital akan terus menggunakan jika ia merasa manfaat yang dirasakan sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan. Ada beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa Nilai Harga memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan payment seperti pada penelitian yang ditulis oleh Alalwan et al., (2017) dan Hasni et al., (2022). Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H6: Nilai Harga memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

2.3.7 Kebiasaan (Habit)

Pengaruh yang signifikan dari kebiasaan konsumen pada penggunaan teknologi pribadi ketika mereka menghadapi lingkungan yang beragam dan selalu berubah (Venkatesh et al., 2012). Indikator habit ada tiga yaitu rutinitas, kecanduan, dan keharusan (Venkatesh et al., 2012). Rutinitas merupakan kebiasaan seseorang menggunakan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari, kecanduan menunjukkan–seseoarang tidak bisa lepas dalam penggunaan transaksi digital dalam kehidupan sehari-harinya dan merasa kesulitan saat tidak bisa menggunakannya, dan keharusan yaitu

seseoarang mereasa secara otomatis harus menggunakan teknologi saat melakukan transaksi. Niat seseorang dalam menggunakan transaksi digital bisa disebabkan oleh kebiasaan , begitu juga seberapa seringnya seseorang menggunakan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Goularte & Zilber, (2019) menyebutkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan mobile banking.

Kebiasaan juga memiliki pengaruh terhadap niat pengunaan, seperti penelitian yang dilakukan de Blanes Sebastián et al., (2023) dan Martinez & McAndrews, (2022) menyatakan bahwa habit memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention penggunaan *mobile payment*. Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah

H7a: Kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat menggunakan transaksi digital

H7a: Kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan transaksi digital

2.4.8 Niat Perilaku (Behavioral Intention)

Behavioral intention atau Niat perilaku menunjukan minat seseorang akan menggunakan suatu teknologi dimasa yang akan datang. *Intention* atau niat diartikan untuk mengungkapkan faktor-faktor motivasi yang dapat mempengaruhi perilaku atau *behavioral.* Jika niat seseorang tinggi dalam menggunakan transaksi digital akan membuat seseorang sering menggunakannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) menunjukan niat memiliki pengaruh signifikan positif terhadapa perilaku pengguna, didukung oleh beberapa penelitian seperti yang menyebutkan bahwa Behavoral Intention memiliki pengaruh positif terhadap Use Behavior Penggunaan Mobile Banking dan mobile payment (Alalwan et al., 2017; Farah et al., 2018; Upadhyay et al., 2022). Berdasarkan urairan diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H8: Niat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan transaksi digital.

2.4.9 Generasi

Generasi Melenial dan generasi Z merupakan generasi yang paling dekat dengan teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Nafei & Khanfar, 2012). Diantara generasi milenieal dan generasi z yang paling mudah untuk menerima teknologi adalah generai z, kerena generasi Z dibesarkan dengan jejaring sosial dan teknologi adalah identitas mereka (A. P. Singh & Dangmei, 2016). Jadi pada penggunaan transaksi digital generasi Z mungkin akan lebih mudah menggunakannya dibandingkan generasi milenial, selain itu genarasi Z akan merasa tertinggal dengan teman-teman disekitarnya jika dia tidak bisa menggunakan transaksi digital.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sobti, (2019) Menunjukan bahwa hubungan performance expectation, effort expectation, sosial influnce terhadap behavior intention penggunaan mobile payemnt lebih kuat pada seseorang yang lebih muda. Tapi pada hubungan facilitating

conditon terhadap behavior intention lebih kuat pada seseroang yang lebih tua.

H9a: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Ekspetasi Kinerja terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

H9b: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Ekspektasi Usaha terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

H9c: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Pengaruh Sosial terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

H9d: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Kondisi yang memfasilitasi terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

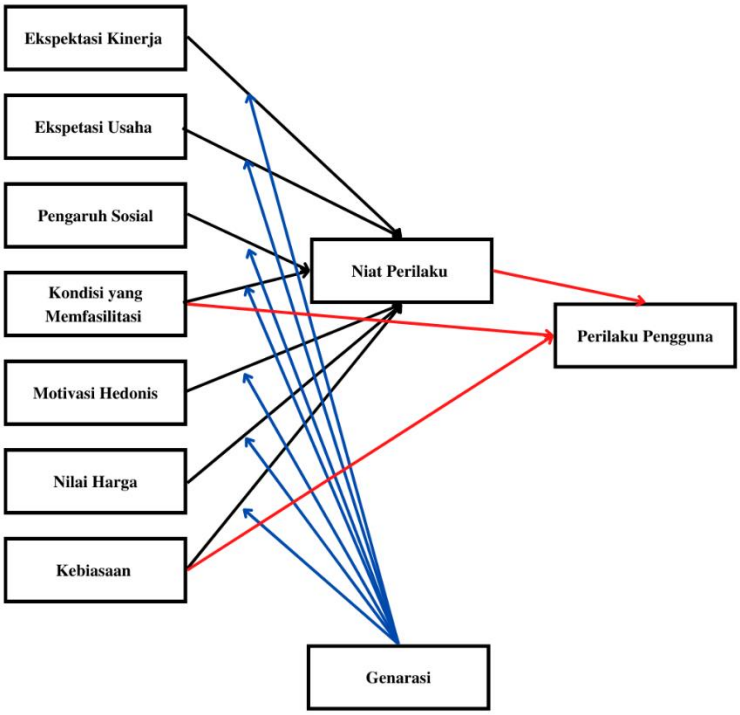
H9e: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Motivasi Hedonis terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

H9f: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Nilai Harga terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

H9g: Kelompok Generasi menguatkan hubungan Habit terhadap Niat menggunakan transaksi digital.

Gambar 2. 2

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan studi empiris guna menguji hipotesis yang ada. Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang datanya berbentuk angka-angka (Siregar, 2012). Pada penelitian ini akan menganalisis variabel variabel yang ada pada UTAUT 2 terhadap pengunaan transaksi digital. Data dari penelitian ini berasal dari Kuesioner yang dibagikan pada masyarakat kota Baubau.

3.1.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Kota Baubau, penelitian ini akan mulai dilaksanakan Januari – Februari 2023.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau sabjek yang mempunyai karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini Populasi yang dimaksud adalah

seluruh masyarakt Kota Baubau yang pernah menggunakan Transaksi digital.

3.2.2 Sampel

Pengambilan sampel dengan menggabungkan Metode purposive sampling dan Convenience sampling. Pengambilan sampel secara purposive untuk masyarakat kota baubau yang pernah menggunakan transaksi digital dan berusia 15 – 45 tahun, kemudian pengambilan sampel secara convenience dimana siapapun yang bersedia memberikan informasi dan memehuni syarat bisa menjadi sampel penelitian ini. Untuk itu dalam menetukan sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Cohen (1992) yang mempertimbangkan satatistical power dan effect size ketika menentukan ukuran sampel minimum seperti yang diperlihatkan pada table berikut:

Tabel 3. 1

Panduan Menentukan Sampel Minimum PLS-SEM

Jumlah Maksismum anak panah menunju konstruk	**Tingkat (level) signifikansi**											
	1%				**5%**				**10%**			
	Mimum R2				**Mimum R2**				**Mimum R2**			
	0,10	**0,25**	**0,50**	**0,75**	**0,10**	**0,25**	**0,50**	**0,75**	**0,10**	**0,25**	**0,50**	**0,75**

2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Sumber : (Chin W, 1998)

Dalam penelitian ini menggunakan delapan (7) variabel eksogen dan dua (2) variabel endogen dengan melibatkan (1) variabel moderator. Dalam model penelitian ini jumlah anak panah terbesar yang mengenai suatu konstruk adalah 8. Peneliti mengharapkan tingkat signifikansi sebesar 5% dan minimum R2 sebesar 0,10 maka ukuran sampel minimal yang harus terpenuhi adalah 174. Tapi pada penelitian ini akan dibulatkkan menjadi minimal 200 sampel.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuisoner (Angket)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada responden, yang harus dijawab oleh responden dengan jujur. Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur adalah Skala Likert yang mengukur sikap dalam setiap penelitian, jadi respon para responden diukur berdasarkan angka. Kuesioner dalam penelitian ini akan dibuat melalui Gfrom dan kemudian disebar kepada masyarakat kota Babubau melalui Sosial media seperti WA,Line, dan Email. Ketetapan skor yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (1)
- Tidak Setuju (2)
- Setuju (3)
- Sangat Setuju (4)

3.4 Indentifikasi Variabel

Berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Independen

   Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel independen dalam penelitian ini: Ekspektasi Kinerja (EK), Ekpektasi Usaha (EU), Pengaruh Sosial (PS), Memfasilitasi Kondisi (MK), Motivasi Hedonis (MH), Nilai Harga (NH), dan Habit (H) .

2. Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Perilaku (NP), Perilaku Pengguna (PP).

3. Variabel Moderator

   Variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2014). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah Generasi.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu dia untuk meningkatkan kinerja (Venkatesh et al., 2003).

Tabel 3. 2

Pengukuran Variabel Ekspektasi Kinerja

Indicator	Item	Kode	Referensi
Perceived Usefulness	Saya menemukan Layanan Transaksi Digital berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	EK1	(Venkatesh et al., 2012)
Extrinsic Motivation	Menggunakan Layanan Transaksi Digital meningkatkan peluang saya untuk mencapai hal-hal yang penting bagi saya.	EK2	(Venkatesh et al., 2012)

Relative advantange	Menggunakan Layanan Transaksi Digital membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat	EK3	(Venkatesh et al., 2012)
Outcome Expectstion	Menggunakan Layanan Transaksi Digital meningkatkan produktivitas saya.	EK4	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.2 Ekspektasi Usaha

Ekspektasi Usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan seseorang ketika menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003)

Tabel 3. 3

Pengukuran Variabel Ekspektasi Usaha

Indicator	Item	Kode	Referensi
Perceived Ease of Use	Mempelajari cara menggunakan Layanan Transaksi Digital itu mudah bagi saya	EU1	(Venkatesh et al., 2012)
	Interaksi saya dengan Layanan Transaksi Digital jelas dan dapat dimengerti.	EU2	(Venkatesh et al., 2012)
Ease of Use	Saya merasa Layanan Transaksi Digital mudah digunakan.	EU3	(Venkatesh et al., 2012)
	Mudah bagi saya untuk Mahir menggunakan Layanan Transaksi Digital.	EU4	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.3 Pengaruh Sosial

Pengaruh Sosial didefinisikan pengaruh orang sekitar dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003)

Tabel 3. 4

Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial

Indicator	Item	Kode	Referensi
Subjective Norm	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital	PS1	(Venkatesh et al., 2012)
Social Factors	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital	PS2	(Venkatesh et al., 2012)
	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan layanan Transaksi Digital	PS3	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.4 Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi didefiniskan sejauh mana ketersediaan dukungan teknis untuk menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003).

Tabel 3. 5

Pengukuran Variabel Kondisi yang Memfasilitasi

Indicator	Item	Kode	Referensi
Percaived Behavioral Control	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan Layanan Transaksi Digital	KM1	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Layanan Transaksi Digital	KM2	(Venkatesh et al., 2012)
Compatibility	Layanan Transaksi Digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan.	KM3	(Venkatesh et al., 2012)
Facilitating Conditions	Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan Layanan Transaksi Digital	KM4	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.5 Motivasi Hedonis

Motivasi Hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, dan merupakan faktor kunci dalam menentukan adopsi teknologi (Brown & Venkatesh, 2005)

Tabel 3. 6

Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis

Indicator	Item	Kode	Referensi
Fun	Menggunakan layanan transaksi digital menyenangkan bagi saya	MH1	(Venkatesh et al., 2012)
Entertainment	Menggunakan layanan trasanski digital itu sangat menghibur	MH2	(Venkatesh et al., 2012)
Interest	Menggunakan layanan transaksi digital itu menarik bagi saya	MH3	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.6 Nilai Harga

Nilai Harga didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang biaya adopsi teknologi dalam kaitannya dengan keuntungan yang dirasakan (Venkatesh et al., 2012).

Tabel 3. 7

Pengukuran Variabel Nilai Harga

Indicator	Item	Kode	Referensi
Price	Layanan Transaksi Digital cukup murah	NH1	(Venkatesh et al., 2012)
Value	Layanan Transaksi Digital adalah nilai terbaik untuk uang	NH2	(Venkatesh et al., 2012)
Quality	Pada harga saat ini, Layanan Transaksi Digital memberikan nilai yang baik.	NH3	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.7 Habit

Habit didefinsikan sebagai kebiasan seseorang dalam menggunakan transaksi digital dalam kehidupan sehari hari.

Tabel 3. 8

Pengukuran Variabel Kebiasaan

Indicator	Item	Kode	Referensi
Frequency of Prior Behavior	Penggunaan layanan Transaksi Digital sudah menjadi kebiasaan bagi saya.	HT1	(Venkatesh et al., 2012)
Satisfaction	Saya kecanduan menggunakan layanan Transaksi Digital	HT2	(Venkatesh et al., 2012)
Stable Context	Saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital.	HT3	(Venkatesh et al., 2012)
Comprehensivesness of usage	Menggunakan layanan Transaksi Digital sudah menjadi hal yang wajar bagi saya	HT4	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.8 Niat Perilaku

Behavior Intention didefinisikan sebagai minat seseorang untuk menggunakan transaksi digital dikehidupan sehari-hari dan masa yang akan datang (Venkatesh et al., 2003).

Tabel 3. 9

Pengukuran Variabel Niat Perilaku

Indicator	Item	Kode	Referensi
Attitude Toward the Behavior	Saya bermaksud untuk terus menggunakan Layanan Transaksi Digital di masa mendatang	NP1	(Venkatesh et al., 2012)
	Saya akan selalu mencoba menggunakan Layanan Transaksi Digital dalam kehidupan sehari-hari.	NP2	(Venkatesh et al., 2012)
Sebjective norm concerning thet behaviour	Saya berencana untuk terus sering menggunakan Layanan Transaksi Digital	NP3	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.9 Perilaku Pengguna

Perilaku Pengguna didefinisikan sebagai seberapa sering seseorang menggunakan transaksi digital

Tabel 3. 10

Pengukuran Variabel Perilaku Pengguna

Item	Kode	Referensi
Berapa frekuensi penggunaan layanan transaksi Digital yang sebenenarnya dalam sebulan.	PP1	(Venkatesh et al., 2012)

3.5.10 Generasi

Generasi yang digunakan dalam penelitian ini ada generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi akan menggunakan variabel dummy, dimana Generasi Z dengan nilai 1 dan generasi milenial dengan nilai 0.

3.6 Teknik Analisis

Penelitian ini akan menggunakan teknik Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM) yang merupakan statistika multivariat. Dalam model pengukuran, hubungan antara konstruksi laten dan variabel yang diamati diuji melalui SEM, dan dalam model struktural, hubungan antara konstruksi laten diuji melalui metode PLS sebagai kebalikan dari SEM berbasis kovarian karena yang pertama lebih fleksibel dan kuat. Analisis dilakukan dalam dua tahap seperti yang dikemukakan oleh Henseler dan Sarstedt (2013) dimana tahap pertama terdiri dari penilaian model pengukuran: kecocokan model, reliabilitas internal dan diagnosis validitas (Henseler & Sarstedt, 2013).

3.7 Pengujuan Model Pengukuran

Dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas alat pengumpulan data dengan menggunakan data utama secara keseluruhan. assesment of the measurement model disebut juga dengan uji outer model yang pada prisipnya menguji indikator terhadap variabel laten atau mengukur seberapa jauh indikator (item) dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator yang dipakai adalah convergent validity, doscriminant validity, dan reability

a. Convergent validity

Mengukur tingkat ketepatan dari item atau sekumpulan item dalam variabel terhadap apa yang ingin diukur. Indikator validitas ini diukur dengan nilai factor loading (FL), jika nilai FL lebih besar dari 0,7 (Chin W, 1998) maka item yang diukur tersebut dianggap valid. Convergent Validity dapat juga diukur dengan menggunakan Average Variance Extracted (AVE). AVE mengukur seberapa besar item-item yang dipakai untuk mengukur suatu variabel converge (bersatu atau berkorelasi) dibandingkan dengan item-item untuk mengukur variabel lain dalam suatu model.

b. Discriminant Validity

Kriteria yang dipakai untuk mengukur discriminant validity adalah nilai cross loading. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara setiap variabel dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. suatu indikator dikatakan valid jika indikator suatu konstruk memiliki nilai korelasi terhadap konstruknya lebih besar dari nilai korelasi dengan konstruk lain. Indikator dari discriminant validity juga dapat dilihat dari nilai AVE apabila nilai akar (square root) dari AVE setiap variabel lebih besar dari pada korelasi antara dua variabel yang ada dalam model maka variabel tersebut telah memiliki discriminat validity.

c. Reliability

reliability untuk mengukur seberapa besar variabel indikator meningkat pada saat variabel laten meningkat. Jika nilai Nilai yang lebih besar

menunjukkan tingkat keandalan yang lebih baik. Tingkat reliabilitas sebuah kuesioner dapat dilihat dari nilai *composite reliability* (CR) (Ghozali & Chariri, 2018). CR dapat dikatana reliabel jika nilainya lebih 0,6.

3.6.1 Pengujian model struktural

Disebut juga sebagai pengukuran inner model. Pada prinsipnya pengukuran model struktural ini adalah menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Nilai R-square dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk menghitung pengujian ini. Variabel terikat ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi R-Square (R 2) antara satu dan nol; jika nilai R-Square (R 2) mendekati 1 menunjukkan persentase pengaruh yang besar (Ghozali & Chariri, 2018), kemudian, lakukan proses bootstrap untuk menganalisis pengaruh antar variabel; jika t statistik lebih besar dari (tingkat signifikan 5%) atau lebih besar dari tingkat signifikan untuk setiap hubungannya, maka hubungan tersebut signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada bagian ini menjelaskan tentang hasil analisis yang dilakukan terhadap jawaban responden atas pertanyaan yang disebarkan-dengan cara online dengan *Google Form* dengan link https://s.id/skirpsiferenfitria. Jumlah responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 264 responden, tapi yang memenuhi kriteria hanya 203 responden. Adapun kriteria responden yang telah mengisi meliputi masyarakat Kota Baubau yang tinggal dikota baubau, pernah menggunakan transaksi digital dan berusia 15- 45 tahun.

.

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentanse
1	Laki - Laki	79	39%
2	Perempuan	124	61%
	Total	**203**	**100%**

Dari data pada tabel tersebut diketahui bahwa jumlah responden perempuan mendominasi dengan persentase 61% dan sisanya laki-laki dengan jumlah persentase 39%.

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentanse
1	15 – 25 tahun	139	68%
2	25 – 45 tahun	64	32%
	Total	**203**	**100%**

Pada tabel diatas ditunjukan babwa responden berusia 15-25 tahun mendominasi dengan persentasi 68%, dimana mereka masuk kedalam

kelompok generasi z, kemudian responden dengan umut 25-45 tahun memiliki persentansi 32% dimana termasuk kelompok generasi melenial.

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentanse
1	SMP	3	1.5%
2	SMA	111	54.7%
3	S1	83	40.9%
4	S2	6	3%
	Total	**203**	**100%**

Responden dengan tingkat pendidikan SMA mendominasi dengan persentansi 54.7%, kemudian tingkat pendidkan S1 dengan persentanse 40.9%. lalu tingkat pendidikan yang jumlah respondenya rendah yaitu S2 dengan persentanse 3% dam SMP yang hanya memiliki persentanse sebesar 1.5%

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

No	Frekuensi Penggunaan Layanan Transaksi Digital	Jumlah	Persentanse
1	1-5 kali	127	63%
2	6-10 kali	35	17%
3	>10 kali	41	20%
	Total	**203**	**100%**

Dari tabel di atas, ada 127 responden yang menggunakan transaksi digital 1-5 dalam sebulan dan termasuk kelompok responden yang mendominasi. Kemudian ada 35 responden yang menggukan transaksi digital 6- 10 kali perbulan. Responden yang menggunakan transaksi digital lebih dari 10 kali dalam sebulan berjumalah 41.

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Digital yang Paling Sering Dipakai

No	Transaksi Digital yang paling sering dipakai	Jumlah	Persentanse
1	*Internet Banking*	22	11%

2	*Mobile Banking*	112	55%
3	*E-wallet* (OVO,Gopay,LinkAja, Shopeepay, DANA)	59	29%
4	QRIS	10	5%
	Total	**203**	**100%**

Pada tabel di atas responden yang menggunakan *Mobile Banking* mendominasi dengan junlah persentase sebesar 55%, kemudian penguna *E-Wallet* dengan persentase 29%. Lalu penggunaan Internet Banking memiliki persentanse sebesar 11%, dan pengguan Qris hanya memiliki persentansi 5%.

4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel

Pengukuran tingkat persetujuan pada penelitian ini, diterapkan untuk mendeskripsikan tingkat persetujuan responden pada setiap item yang tertera dalam kuesioner. Terdapat enam tingkatan, mulai dari sangat setuju (SS), Setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Adapun setiap kategori ditetapkan pembobotan dengan metode berikut ini:

- Nilai minimum : 1 (sangat tidak setuju)
- Nilai maksimum: 4 (sangat setuju)

- Jarak Interval = (Nilai Maksimal – Nilai Minimal) : 4 = (4-1) : 4 = 0,75

Berdasarkan pada rumus diatas, dapat disusun menurut kriteria penilaian pada masing-masing variabel melalui perhitungan rata-rata. Tolak ukur yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1,0 - 1,75 : Sangat tidak setuju
- 1,75 – 2,6 : Tidak Setuju
- 2,6 – 3,35 : setuju
- 3,35 – 4 : Sangat setuju

Setelah kategoti penilaian terendah dan tertinggi terhadap tanggapan responden ditentukan kemudian hasil analisis deskriptif variable penelitian dapat ditunjukan pada table berikut

Tabel 4. 6

Statistik Deskriptif

Variabel	**Item**	**N**	**Persentanse Jawaban**				**Mean**	**Standard Deviase**
			STS	**TS**	**S**	**SS**		
Ekspektasi Kinerja	EK1	203	1.5%	1.5%	35%	62%	3.591	0.600

	EK2	203	1.5%	2.5%	40%	56%	3.527	0.598
	EK3	203	0%	2.5%	30%	67.5%	3.650	0.526
	EK4	203	1.5%	4.4%	48%	46.1%	3.394	0.645
Ekspektasi Usaha	EU1	203	0%	3%	52%	45%	3.414	0.567
	EU2	203	0.5%	2.5%	51%	47%	3.443	0.571
	EU3	203	0.5%	1.5%	40%	58%	3.552	0.562
	EU4	203	0.5%	4%	47%	48.5%	3.438	0.604
Pengaruh Sosial	PS1	203	0.5%	10%	59%	10.5%	3.187	0.631
	PS2	203	2%	21%	49%	28%	3.039	0.755
	PS3	203	3%	15%	52%	30%	3.103	0.752
Kondisi yang Memfasilitasi	KM1	203	0.5%	5%	57%	37.5%	3.305	0.608
	KM2	203	0%	5%	57%	38%	3.330	0.583
	KM3	203	0.5%	5%	56%	39%	3.330	0.591
	KM4	203	0%	5%	50%	45%	3.404	0.591
Motivasi Hedonis	MH1	203	0.5%	2%	43%	54.5%	3.493	0.590
	MH2	203	1%	13%	48%	38%	3.227	0.700
	MH3	203	0%	5%	52%	48%	3.384	0.587
Nilai Harga	NH1	203	1%	12%	53%	33%	3.177	0.693
	NH2	203	2%	17%	51%	30%	3.094	0.753
	NH3	203	0%	8%	55%	37%	3.286	0.618
Kebiasaan	HT1	203	0.5%	16%	51%	32.5%	3.167	0.696
	HT2	203	12%	35%	33%	20%	2.596	0.944

	HT3	203	4%	16%	51%	29%	3.044	0.796
	HT4	203	2%	9%	57%	32%	3.207	0.678
Niat Perilaku	NP1	203	0%	4%	57%	39%	3.355	0.564
	NP2	203	0%	8%	55%	37%	3.315	0.595
	NP3	203	1%	10%	56%	33%	3.236	0.638
Perilaku Pengguna	PP1	203	3%	28%	37%	32%	2.970	0.848

Berdasarkan table diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Ekpektasi Kinerja
    - Rata-rata EK1 sebesar 3.591 dapat diintepretasukan bahwa rata-rata responden menilai sangat setuju bahwa layanan transaksi digital berguna dalam kehidupan sehari hari,
    - Rata-rata EK2 sebesar 3.527 dapat diintepretasikan bahwa rata-rata responden menilai sangat setuju bahwa layanan transaksi digital meningkatkan peluang untuk mencapai hak-hal yang penting bagi pengguna,
    - Rata-rata EK3 sebesar 3.650 dapat diintepretasukan bahwa rata-rata responden menilai sangat setuju bahwa layanan transaksi digital membantu menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat.
    - Rata-rata EK4 sebesar 3.394 dapat diintepretasukan bahwa rata-rata responden menilai setuju bahwa layanan transaksi digital meningkatkan produktivits

2. Ekpektasi Usaha

    - Rata-rata EU1 Sebesar 3.414 dapat menunjukan bahwa rata-rata responden menilai setuju bahwa mempelajari cara menggunakan transaksi digital itu mudah.
    - Rata-rata EU2 sebesar 3.443 menunjukan bahwa rata-rata responden setuju bahwa menggunakan layanan transaksi digital jelas dan dapat dimengerti
    - Rata-rata EU3 sebesar 3.552 ini dapat diinterpetasikan bahwa rata-rata responden sangat setuju bahwa layanan transaksi mudah digunakan
    - Rata-rata EU4 sebesara 3.438 ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden setuju mahir menggunakan transaksi digital itu mudah.

3. Pengaruh Sosial

    - PS1 memiliki rata-rata sebesar 3.187 ini dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa orang-orang yang penting berpendapat bahwa mereka harus menggunakan layanan transaksi gital.
    - PS2 memiliki rata-rata sebesar 3.039, ini menujukan bahwa rata-rata responden setuju bahwa orang yang mempengaruhi perilaku mereka berpikir bahwa mereka harus menggunakan layanan transakasi digital.

- PS3 memiliki rata-rata sebesar 3.103, ini dapat diartikan rata-rata responden setuju orang yang pendapatnya mereka hargai lebih suka mereka menggunakan layanan transaksi digital.

4. Kondisi yang Memfasilitasi
    - Rata-rata KM1 sebesar 3.305, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju bahwa mereka memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan layanan transaksi digital.
    - Rata-rata KM2 sebesar 3.330, ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden setuju bahwa mereka memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan transaksi digital
    - Rata-rata KM3 sebesar 3.330, ini dapat diinterpertasikan bahwa rata-rata responden setuju bahwa layanan transaksi digital kompatibel dengan teknologi lain yang mereka digunakan
    - Rata-rata KM4 sebesar 3.493, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju mereka dapat memperoleh bantuan dari orang lain ketika mereka mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan transaksi digital.
5. Motivasi Hedonis
    - MH1 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.493, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju bahwa menggunakan layanan transaksi digital menyenangkan bagi mereka.

- MH2 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.227, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju bahwa menggunakan layanan transaksi digital itu sangat menghibur
- MH3 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.384 ini dapat diartikan bahwa rata-rata responden setuju bahwa menggunakan layanan transaksi digital itu menarik.

6. Nilai Harga
    - NH1 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.177, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju layanan transaksi digital cukup murah.
    - NH2 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.094, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju layanan transaksi digital memiliki nilai yang terbaik.
    - NH3 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.286, ini menunjukan bahwa rata-rata responden setuju pada harga saat ini layanan transaksi digital memberikan nilai yang baik,
7. Kebiasaan
    - Rata-rata nilai HT1 sebesar 3.167 ini dapat diartikan rata-rata responden setuju penggunaan layanan transaksi digital sudah menjadi kebiasaan.
    - Rata-rata nilai HT2 sebesar 2.596, ini dapat diartikan rata-rata responden tidak setuju bahwa mereka kecanduan menggunakan layananan transaksi digital.

- Rata-rata nilai HT3 sebesar 3.044, ini dapat diartikan rata-rata responden setuju mereka harus menggunakan layanan transaksi digital.
- Rata-rata nilai HT4 sebesar 3.207, ini dapat diartikan rata-rata responden setuju mengunakan layananan transaksi digital sudah menjadi hal yang wajar.

8. Niat Perilaku
    - NP1 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.355, ini menunjukan responden setuju akan terus menggunakan layanan transaksi digital dimasa mendatang
    - NP2 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.315, ini menunjukan responden setuju akan selalu mencoba menggunakan layanan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari
    - NP3 memiliki nilai rata-rata sebesar 3.236, ini menunjukan responden setuju berencana untuk terus sering menggunnakan layanan transaksi digital.
9. Perilaku pengguna
    - PP1 memiliki nilai rata rata sebesar 2.970 ini menunjukan rata-rata responden menggunakan transaksi digital dalam sebulan sering

4.2 Model Pengukuran

4.2.1 Convergents Validity

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validatas Convergen

Variabel	Variabel	Outer Loadings	AVE	Keterangan
Ekspektasi Kinerja (EK)	EK1 EK2 EK3 EK4	0.818 0.867 0.840 0.852	0.713	Valid
Ekpektasi Usaha (EU)	EU1 EU2 EU3 EU4	0.845 0.854 0.840 0.892	0.736	Valid
Pengaruh Sosial (PS)	PS1 PS2 PS3	0.869 0.861 0.848	0.738	Valid
Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	KM1 KM2 KM3 KM4	0.884 0.868 0.879 0.728	0.709	Valid
Motivasi Hedonis (MH)	MH1 MH2 MH3	0.856 0.869 0.890	0.761	Valid
Nilai Harga (NH)	NH1 NH2 NH3	0.841 0.883 0.898	0.765	Valid
Kebiasiaan (HT)	HT1 HT2 HT3 HT4	0.866 0.817 0.837 0.835	0.704	Valid
Niat Perilaku (NT)	NP1 NP2 NP3	0.936 0.869 0.867	0.810	Valid
Perilaku Pengguna (PP)	PP	1.000	1.000	Valid
Generasi (G)	G	1.000	1.000	Valid

Berdasarkan tabel diatas terlaihat bahwa seluruh item kuisioner dalam peneltiain ini mempunyai nilai *factor loading* diatas 0.7, begitu juga nilai AVE semua diatas 0.7 sehingga dapat disimpulkan semua data dalam penelitian ini memenuhi validata konvergen (*Convergent Validity*).

4.2.2 Discriminant Validity

Mengukur seberapa besar item-item yang mengukur suatu variabel berbeda dengan item-item yang dipakai untuk mengukur variabel lain serta mengukur apakah item-item yang dipakai untuk mengukur suatu variabel secaraa tidak sengaja mengukur variabel lain yang tidak dituju untuk diukur. Kriteria yang dipakai untuk mengukur *discriminant validity* adalah nilai *cross loading*. Nilai Cross loading menunjukkan besaranya korelasi antara setiap variabel dengan indikatornya dari konstruk blok lainnya. Sebuah indikator dikatakan valid jika indikator suatu konstruk memiliki nilai korelasi terhadap konstruknya lebih besar dari nilai koralasi dengan konstruk lain.

Tabel 4. 8

Dicriminant Validity

	EK	**EK*G**	**EU**	**EU*G**	**G**	**HT**	**HT*G**	**KM**
EK	**0.845**							
EK*G	0.151	**1.000**						
EU	0.620	0.047	**0.858**					
EU*G	0.043	0.615	-0.043	**1.000**				

G	-0.143	0.107	-0.023	0.016	**1.000**			
HT	0.508	0.080	0.600	0.029	0.004	**0.839**		
HT*G	0.078	0.502	0.030	0.591	-0.003	0.097	**1.000**	
KM	0.680	0.041	0.704	-0.006	-0.030	0.656	0.056	**0.842**
KM*G	0.040	0.713	-0.006	0.719	0.022	0.056	0.659	0.087
MH	0.583	0.039	0.623	-0.120	-0.026	0.692	-0.021	0.725
MH*G	0.035	0.576	-0.118	0.680	0.018	-0.020	0.713	0.014
NH	0.464	0.065	0.550	-0.043	0.034	0.686	0.031	0.576
NH*G	0.059	0.443	-0.042	0.558	-0.023	0.030	0.670	0.011
NP	0.520	0.068	0.586	-0.025	0.015	0.754	0.021	0.667
PP	0.381	0.005	0.429	-0.019	-0.111	0.610	0.082	0.440
PS	0.507	0.012	0.482	-0.073	-0.057	0.627	-0.029	0.667
PS*G	0.012	0.528	-0.074	0.529	0.041	-0.028	0.675	0.032

Tabel 4. 9

Dicriminant Validity

	KM*G	**MH**	**MH*G**	**NH**	**NH*G**	**NP**	**PP**	**PS**	**PS*G**
EK									
EK*G									
EU									
EU*G									
G									
HT									
HT*G									
KM									
KM*G	**1.000**								
MH	0.014	**0.872**							
MH*G	0.719	-0.071	**1.000**						
NH	0.012	0.617	0.004	**0.874**					
NH*G	0.572	0.004	0.584	-0.075	**1.000**				
NP	0	0.697	-0.046	0.663	0.015	**0.900**			
PP	0.027	0.384	-0.066	0.376	0.061	0.535	**1.000**		
PS	0.032	0.608	0.021	0.600	0.020	0.562	0.393	**0.859**	
PS*G	0.67	0.022	0.583	0.021	0.577	-0.036	-0.072	0.021	**1.000**

Tabel 4. 10

Cross Loadings

	EK	EU	PS	KM	MH	NH	HT	NP
EK1	**0.818**	0.417	0.345	0.508	0.429	0.251	0.335	0.38
EK2	**0.867**	0.588	0.427	0.605	0.533	0.434	0.463	0.478
EK3	**0.840**	0.484	0.41	0.536	0.492	0.361	0.38	0.414
EK4	**0.852**	0.581	0.516	0.632	0.505	0.493	0.516	0.471
EU1	0.488	**0.845**	0.388	0.571	0.52	0.421	0.432	0.441
EU2	0.518	**0.854**	0.388	0.646	0.468	0.474	0.536	0.521
EU3	0.507	**0.840**	0.39	0.55	0.586	0.487	0.522	0.525
EU4	0.608	**0.892**	0.487	0.647	0.561	0.499	0.558	0.513
PS1	0.539	0.487	**0.869**	0.632	0.592	0.565	0.616	0.564
PS2	0.346	0.337	**0.861**	0.512	0.441	0.466	0.492	0.398
PS3	0.388	0.392	**0.848**	0.556	0.51	0.498	0.486	0.458
KM1	0.638	0.67	0.573	**0.884**	0.634	0.494	0.586	0.579
KM2	0.542	0.574	0.587	**0.868**	0.617	0.422	0.57	0.579
KM3	0.63	0.603	0.582	**0.879**	0.607	0.54	0.582	0.585
KM4	0.463	0.519	0.503	**0.728**	0.592	0.49	0.459	0.5
MH1	0.586	0.63	0.454	0.68	**0.856**	0.479	0.597	0.595
MH2	0.426	0.467	0.619	0.564	**0.869**	0.577	0.646	0.606
MH3	0.515	0.534	0.518	0.654	**0.890**	0.556	0.569	0.621
NH1	0.384	0.452	0.518	0.514	0.492	**0.841**	0.503	0.517
NH2	0.436	0.461	0.545	0.512	0.511	**0.883**	0.63	0.578
NH3	0.399	0.526	0.513	0.491	0.606	**0.898**	0.655	0.635
HT1	0.559	0.618	0.535	0.654	0.642	0.643	**0.866**	0.708
HT2	0.288	0.353	0.57	0.46	0.53	0.562	**0.817**	0.548
HT3	0.334	0.396	0.5	0.481	0.563	0.541	**0.837**	0.58
HT4	0.478	0.602	0.505	0.574	0.574	0.547	**0.835**	0.670
NP1	0.540	0.577	0.484	0.637	0.634	0.596	0.694	**0.936**
NP2	0.415	0.495	0.528	0.608	0.639	0.596	0.671	**0.869**
NP3	0.389	0.473	0.526	0.533	0.621	0.637	0.687	**0.867**
PP1	0.381	0.429	0.393	0.44	0.384	0.376	0.61	0.535
G	-0.143	-0.023	-0.057	-0.03	-0.026	0.034	0.004	0.015
EK*G	0.151	0.047	0.012	0.041	0.039	0.065	0.08	0.068
EU*G	0.043	-0.043	-0.073	-0.006	-0.12	-0.043	0.029	-0.025
PS*G	0.012	-0.074	0.021	0.032	0.022	0.021	-0.028	-0.036
KM*G	0.04	-0.006	0.032	0.087	0.014	0.012	0.056	0
MH*G	0.035	-0.118	0.021	0.014	-0.071	0.004	-0.02	-0.046
NH*G	0.059	-0.042	0.02	0.011	0.004	-0.075	0.03	0.015
HT*G	0.078	0.03	-0.029	0.056	-0.021	0.031	0.097	0.021

	PP	G	EK*G	EU*G	PS*G	KM*G	MH*G	NH*G	HT*G
EK1	0.277	-0.153	0.13	0.048	0.044	0.056	0.059	0.036	0.1
EK2	0.332	-0.107	0.164	0.053	0.074	0.057	0.014	0.058	0.062
EK3	0.297	-0.075	0.095	0.037	-0.06	0.029	0.072	0.069	0.013
EK4	0.373	-0.149	0.118	0.01	-0.021	-0.005	-0.015	0.037	0.089
EU1	0.374	-0.016	0.063	-0.029	0.01	0.092	-0.052	0.044	0.043
EU2	0.343	-0.089	0.031	0.012	-0.048	-0.025	-0.069	-0.045	0.079
EU3	0.365	0.028	0.007	-0.101	-0.134	-0.058	-0.14	-0.082	-0.019
EU4	0.391	-0.003	0.063	-0.028	-0.072	-0.014	-0.138	-0.049	0.004
PS1	0.388	-0.038	0.041	-0.043	0.026	0.039	-0.009	-0.032	-0.036
PS2	0.287	-0.06	-0.003	-0.05	0.037	0.027	0.026	0.024	-0.056
PS3	0.322	-0.055	-0.015	-0.097	-0.008	0.014	0.044	0.072	0.016
KM1	0.4	-0.09	0.084	0.032	0.01	0.157	0.034	0.07	0.054
KM2	0.359	0.044	0.011	-0.035	0.031	0.024	-0.019	0.019	0.032
KM3	0.442	-0.08	0.033	0.006	0.018	0.094	0.011	-0.017	0.103
KM4	0.26	0.044	0.004	-0.029	0.053	0.001	0.021	-0.044	-0.015
MH1	0.393	-0.062	0.079	-0.076	-0.011	0.042	-0.055	0.005	0.002
MH2	0.343	-0.009	0.034	-0.109	0.056	-0.002	-0.068	0.01	0.018
MH3	0.27	0.002	-0.01	-0.128	0.012	-0.002	-0.064	-0.003	-0.073
NH1	0.336	-0.014	0.05	-0.066	0.027	-0.01	-0.015	-0.051	0.027
NH2	0.336	0.019	0.101	0.047	0.073	0.094	0.097	-0.042	0.074
NH3	0.317	0.075	0.022	-0.091	-0.039	-0.049	-0.066	-0.101	-0.014
HT1	0.626	-0.039	0.066	-0.021	-0.019	0.009	-0.032	0.009	0.092
HT2	0.453	0.028	0.055	0.039	-0.01	0.063	0.015	0.094	0.075
HT3	0.447	0.053	0.094	0.042	-0.04	0.06	-0.021	0.02	0.066
HT4	0.491	-0.014	0.056	0.047	-0.026	0.066	-0.023	-0.011	0.089
NP1	0.507	0.002	0.058	-0.044	-0.068	-0.034	-0.061	-0.011	0.005
NP2	0.458	0.043	0.058	0.007	-0.032	0.036	-0.037	0.017	0.008
NP3	0.477	-0.015	0.05	-0.01	0.008	0.026	-0.012	0.066	0.054
PP1	**1**	-0.111	0.005	-0.019	-0.072	0.027	-0.066	0.061	0.082
G	-0.111	**1**	0.107	0.016	0.041	0.022	0.018	-0.023	-0.003
EK*G	0.005	0.107	**1**	0.615	0.528	0.713	0.576	0.443	0.502
EU*G	-0.019	0.016	0.615	**1**	0.529	0.719	0.68	0.558	0.591
PS*G	-0.072	0.041	0.528	0.529	**1**	0.67	0.583	0.577	0.675
KM*G	0.027	0.022	0.713	0.719	0.67	**1**	0.719	0.572	0.659
MH*G	-0.066	0.018	0.576	0.680	0.583	0.719	**1**	0.584	0.713
NH*G	0.061	-0.023	0.443	0.558	0.577	0.572	0.584	**1**	0.670
HT*G	0.082	-0.003	0.502	0.591	0.675	0.659	0.713	0.67	**1**

Pada tabel 4.10 dan 4.11 menunjukan nilai korealasi antar variabel dengan item-itemnya lebih besar dari pada nilai korelasinya dengan konstruk lain. Hal ini menunjukan bahwa alat ukut ini telah memenuhi *dicriminant validity* yang baik.

4.2.3 Reliabilitas

Tabel 4. 11

Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
EK	0.909
EU	0.918
PS	0.894
KM	0.906
MH	0.905
NH	0.907
HT	0.905
NP	0.945
PP	1.000
G	1.000
EK*G	1.000
EU*G	1.000
PS*G	1.000
KM*G	1.000
MH*G	1.000
NH*G	1.000
HT*G	1.000

Pada tabel 4.12 dapat dilihat nilai *composite reliability* tertinggi ada pada Perilaku Pengguna dan Generasi dengan nilai 1, kemudian tertendah pengaruh sosial dengan nilai 0.894. ini menunjukan bahwa semua data pada penelitian ini reliabel karena semua konstruk memiliki nilai di atas syarat minimum yaitu memiliki nilai composite reliability diatas 0.7.

4.3 Pengujuan model Struktural

Pengujian inner model (model struktural) digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil dari PLS R-Squares merepresentasi jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Model struktural mencakup pengujian determinasi atau r^2 (reliabilitas indikator) untuk konstrak dependen yaitu Niat Perilaku dan Perilaku Pengguna, nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur *(path coefficient).* Nilai r^2 yang tinggi mengindikasikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian. Nilai R-Squares 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate, lemah. Hasil dari pengujian determinasi (r^2) ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 12

Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
NP	0.669	0.642
PP	0.385	0.376

Tabel 4.13 menunjukkan tingkat R square Niat Perilaku dapa menjalaskan 69.9% niat masyarakat Kota Baubau untuk menggunakan Transaksi Digital, sedangkan tingkat R Square Perilaku Pengguna dapat menjelaskan 38.5% intesitas penggunaan transaksi digital pada masyarakat kota Baubau.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan mengujian yang berdasarkan uji model struktural (inner model) yang meliputi, R^2, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak maka perlunya memperhatikan nilai signifikansi antarakonstrak, t-statistik, dan p-*values*. Cara menghitung menggunakan smartPLS 3.0 pada penelitian ini, nilai-nilai dapat dilihat dari hasil *bootsrapping. Rules of thumb* yang digunakan adalah t statistik>1,96 dengan tingkat signifikansi atau p-*value* 0,05 (5%) dan beta bernilai positif. Hasil uji hipotesis penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 13

Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values	Kesimpulan
EK -> NP	-0.003	0.005	0.070	0.049	0.961	H1 Tidak didukung
EU -> NP	0.012	0.013	0.076	0.153	0.879	H2 Tidak didukung
PS -> NP	-0.041	-0.04	0.077	0.535	0.593	H3 Tidak Didukung
KM -> NP	0.199	0.207	0.100	1.992	0.047	H4a didukung

KM -> PP	0.02	0.014	0.082	0.239	0.811	H4b tidak didukung
MH -> NP	0.192	0.185	0.084	2.298	0.022	H5 didukung
NH -> NP	0.199	0.187	0.082	2.429	0.015	H6 didukung
HT -> NP	0.373	0.379	0.094	3.953	0	H7a didukung
HT -> PP	0.47	0.472	0.099	4.741	0	H7b didukung
NP -> PP	0.167	0.172	0.1	1.673	0.095	H8 Tidak didukung
EK*G -> NP	0.081	0.086	0.073	1.097	0.273	H9a Tidak didukung
EU*G -> NP	0.027	0.029	0.074	0.359	0.719	H9b Tidak didukung
PS*G -> NP	-0.04	-0.051	0.082	0.488	0.625	H9c Tidak didukung
KM*G -> NP	-0.106	-0.098	0.103	1.034	0.302	H9d Tidak didukung
MH*G -> NP	-0.015	-0.01	0.09	0.165	0.869	H9e Tidak didukung
NH*G -> NP	0.08	0.065	0.078	1.033	0.302	H9f Tidak didukung
HT*G -> NP	-0.035	-0.029	0.094	0.37	0.712	H9g Tidak didukung

4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hasil penelitian menunjukan bahwa Hipotesis pertama memiliki nilai sig 0.961, jadi Ekpektasi Kinerja tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan transaksi digital. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ekpektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital ditolak. Hal sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (De' et al., 2020; Putri & Sadha, 2020). Orginal sample (O) juga bernilai negatif, itu artinya Ekspektasi Kinerja memiliki hubungan negatif, jadi jika ekspektasi kinerja tinggi maka akann menurukan minat, namu tidak signifikan. Ini juga menunjukan ekspektasi kinerja tidak memiliki

dampak yang besar terhadap minat menggunakan transaksi digital pada masyarakat kota Baubau.

Ekspektasi Kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Ini menunjukan bahwa manfaat suatu teknologi akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada masyarakat kota Baubau, mereka belum merasakan manfaat yang berarti dalam menggunakan transaksi digital, ini bisa disebabkan karena masyarakat Kota Baubau masih terbiasa dengan melakukan transaksi secara tunai atau kas dalam kehidupan sehari-hari. Pekerjaan masyarakat kota Baubau didominasi dengan nalayan dan pedagang, meraka menggunakan jasa perbankan hanya untuk menyimpan uang, dan ketika ingin melakukan transaksi mereka akan ke ATM atau bank terdekat.

4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua memiliki nilai sig 0.879, jadi Ekspektasi Usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan transaksi digital pada masyarakat kota Baubau, meskipun nilai O menunjukan hasil positif yang berarti Ekpektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan tapi tidak signifikan. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ekpektasi usaha memiliki pengaruh

positif terhadap niat menggunakan transaksi digital ditolak. Ini sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (de Blanes Sebastián et al., 2023; Martinez & McAndrews, 2022; Rahim et al., 2021; Sobti, 2019). Menurut Venkatesh et al., (2003) Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sebuah sistem. Hasil pengujian hipotesis membuktikan tingkat kemudahan dalam menggunakan transaksi digital tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan transaksi digital pada masyarakat kota Baubau. Hal ini kemungkinan karena rata-rata masyarakat terbiasa menggunakan transaksi tunai dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga mereka akan merasa kesulitan ketika akan beralih ke transaksi digital. Kurangnya sosialisasi dari pihak-pihak yang menawarkan jasa transaksi digital kemungkinan juga menjadi penyebab, kurangnya minat masyarakat untuk mulai menggunakan transaksi digital.

4.4.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Nilai O pada hubungan variabel pengaruh sosial terhadap niat menunjukan nilai negatif, ini berarti Pengaruh sosial tinggi menurunkan niat namun tidak signifikan karena nilai sig 0.593. Ini menyebabkan hipotesis ketiga yang menyatakan pengaruh sosial memilliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital ditolak. Ini sama dengan penelitian yanng dilakukan oleh (Martinez & McAndrews, 2022; S. Singh et al., 2020). Pengaruh sosial merupakan tingkat dimana seseorang yang dianggap penting

baginya percaya bahwa dia sebaiknya menggunakan suatu sistem (Venkatesh et al., 2003). Penelitian ini tidak dapat menjelaskan hubungan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan transaksi digital pada masyarakat kota Baubau.

Tidak terbuktinya pengaruh sosial terhadap niat menggunakan transaksi digital kemungkinan disebabkan orang-orang di sekitar masih melakukan pembayaran secara tunai sehingga generasi milenial tidak merasa terbebani saat tidak melakukan pembayara secara digital. Disamping itu kemungkinan Lingkungan Sosial tidak berpengaruh terhadap niat karena orang tua cenderung membiasakan pembayaran dilakukan secara tunai. Kepada pihak yang berwenang agar memberikan sosialisasi pentingnya pembayaran secara digital kepada genarasi Z karena generasi ini lahir diera digital sehingga diharapkan akan mendorong masyarakat menggunakan pembayaran digital.

4.4.4 Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4a) kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital. Nilai O menunjukan nilai positif ini pertanda bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif sebesar 19%, dengan tingkat sig 0.047. Hasil H4a yang menyatakan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital diterima, ini sama seperti penelitian yang lakukan oleh (Alalwan et al., 2017; Alkhowaiter, 2022; Putri & Sadha, 2020; Rahim et al., 2021; Upadhyay et al., 2022).

Kemudian hasil pengujian pada hipotesis H4b kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pengguna transaksi digital, meskipun nilia O menunjukan nilai positif yang menandakan bahwa kondisi yang memfasilitasi perpangaruh positif sebesaar 2% terhadap perilaku pengguna, namun memilik tingkat sig 0.811 Jadi H4b yang menyatakan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna transaksi digital ditolak, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang lakukan oleh (Alalwan et al., 2017; Martinez & McAndrews, 2022).

Kondisi yang memfasilitasi artinya sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Kota Baubau sendiri merupakan salah satu yang memiliki jaringan internet yang tidak merata, ada beberapa tempat yang memiliki jaringan internet yang stabil, tapi juga ada beberapa tempat yang jaringan internetnya tidak stabil. Masyarakat kota Baubau setuju bahwa kondisi yang memfasilitasi sangat penting dalam mempengaruhi niat menggunakan transaksi digital, tapi tidak mempengaruhi perilaku pengguna transaksi digital karena jaringan internat yang tidak stabil dibeberapa tempat menyebabkan masyarakat hanya bisa mengakses transaksi digital dibeberapa tempat tertentu.

4.4.5 Pengujian Hipotesis Kelima (H5)

Hasil penelitian menunjukan bahwa Hipotesis kelima yaitu motivasi hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan transaksi digital. Nilai O juga menunjukan nilai positif dengan tingkat sig 0.022, ini menandakan motivasi kinerja memiki pangaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan. Sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital diterima. Hal ini sama seperti penelitian yang dilakukan Farah et al., (2018). Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2012). Hal ini menandakan bahwa niat menggunakan transaksi digital dipengaruhi oleh kesenangan dan juga kepuasan yang didapatkan ketika menggunakan layananan transaksi digital. Masyarakat kota Baubau sendiri memiliki sifar hedonis, dimana mereka akan mengutamakan kepuasaan dan kesenangan dibandingkan manfaat yang dirasakan.

4.4.6 Pengujuan Hipotesis Keenam (H6)

Nilai O pada hubungan variabel Nilai Harga terhadap niat menunjukan nilai positif, ini berarti memiliki pengaruh positif sebesar 19% dengan tingkat sig 0.015. Hasil penelitian juga menunjukan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat. Ini menyebabkan hipotesisi eenam yang menyatakan nilai harga memilliki

pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital diterima, ini sama dengan penelitian yanng dilakukan (Alalwan et al., 2017; Hasni et al., 2022). Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012) yang berpikir bahwa faktor nilai harga menarik perhatian konsumen terhadap minat penggunaan teknologi. Hal ini menunjukan bahwa masyarakat kota Baubau sudah merasakan manfaat yang lebih daripada beban biaya yang harus dikeluarkan ketika menggunakan transaksi digital.

4.4.7 Pengujian Hipotesis Ketujuh (H7)

Hasil pengujian hipotesis ketujuh (H7a) kebiasaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan transaksi digital. Nilai O menunjukan nilai positif ini pertanda bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif sebesar 37% dengan tingkat sig 0. Hasil H4a yaiu kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital diterima, ini didukung dengan penelitian yang lakukan oleh (de Blanes Sebastián et al., 2023; Martinez & McAndrews, 2022)

Kemudian hasil pengujian pada hipotesis H7b kebiasaan memiliki pengaruh positf yang signifikan terhadap perilaku pengguna transaksi digital, nilai O menunjukan nilai positif yang menandakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif 47% dengan tingkat sig 0 terhadap perilaku pengguna. Jadi H7b yang menyatakan kebiasaan memiliki

pengaruh positif terhadap perilaku pengguna transaksi digital diterima, ini didukung dengan penelitian yang lakukan oleh (Goularte & Zilber, 2019).

Penelitian ini didukung juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012) yang menyatakan bahwa indikator terkuat dari niat perilaku dan perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi adalah kebiasaan. Ketika masyarakat kota Baubau merasa terbiasa dan harus menggunakan transaksi digital, tentu akan mempengaruhi niat menggunakan transaksi digital dan juga akan mempengaruhi perilaku pengguna sehingga pengguna akan sering menggunakan transaksi digital.

4.4.8 Pengujuan Hipoteses Kedelapan (H8)

Nilai O pada hubungan variabel niat pengguna terhadap perilaku penguna menunjukan nilai positif, ini berarti memiliki pengaruh positif sebesar 16% dengan tingkat sig 0.095. Sehingga hasil penelitian menunjukan bahwa niat memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna tapi tidak signfikan . Ini menyebabkan hipotesis kedelapan yang menyatakan niat memilliki pengaruh positif terhadap perilaku pengunna transaksi digital ditolak. Ini didukung dengan penelitian yanng dilakukan (Martinez & McAndrews, 2022) yang menyatakan bahwa niat perilaku tidak mempengaruhi perilaku pengguna. Ini bertolak belakang dengan model UTAUT2 yang menyatakan niat perilaku memberikan pengaruh yang menguntungkan pada perilaku pengguna (Venkatesh et al., 2012).

Perilaku pengguna diartikan seberapa sering seseorang menggunakan transaksi digital, jadi ketika masyarakat Kota Baubau memiliki niat menggunakan transaksi digital, tapi mereka akan kesulitan untuk terus menggunakannya karena akses internet yang tidak merata, menyebabkan meraka akan jarang menggunakannya.

4.4.9 Pengujian Hipotesis Kesembilan (H9)

Pada pengujian hipotesis kesembilan adalah pengujian untuk variabel generasi yaitu variabel moderasi, berikut hasil uji hipotesis kesembilan:

- Generasi yang memoderasi hubungan ekspektasi kinerja terhadap niat memiliki nilai O positif dengan tingkat sig 0.273, artinya generasi menguatkan hubungan eksepktasi kinerja terhadap niat tapi tidak signifkan, jadi H9a yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan eksepktasi kinerja terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.
- Generasi yang memoderasi hubungan ekspektasi usaha terhadap niat memiliki nilai O positif dengan tingkat sig 0.719, artinya generasi memperkuat hubungan eksepktasi usaha terhadap niat tapi tidak signifkan, jadi H9b yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan eksepktasi usaha terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.

- Generasi yang memoderasi hubungan pengaruh sosial terhadap niat memiliki nilai O negatif dengan tingkat sig 0.625, artinya generasi memperlemah hubungan pengaruh sosial terhadap niat memiliki pengaruh negatif tapi tidak signifkan, jadi H9c yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.
- Generasi yang memoderasi hubungan kondisi yang memfasilitasi terhadap niat memiliki nilai O negatif dengan tingkat sig 0.302, artinya generasi memperlemah hubungan kondisi yang memfasilitasi terhadap niat tapi tidak signifkan, jadi H9d yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan kondisi yang memfasilitasi terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.
- Generasi yang memoderasi hubungan motivasi hedonis terhadap niat memiliki nilai O negatif dengan tingkat sig 0869, artinya generasi memperlemah hubungan motivasi hedonis terhadap niat tapi tidak signifkan. Jadi H9e yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan motivasi hedonis terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.
- Generasi yang memoderasi hubungan nilai harga terhadap niat memiliki nilai O positif dengan tingkat sig 0.302, artinya generasi memperkuat hubungan nilai harga terhadap niat tapi tidak signifkan, jadi H9f yang menyatakan kelompok generasi

menguatkan hubungan nilai harga terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.

- Generasi yang memoderasi hubungan kebiasaan terhadap niat memiliki nilai O negatif dengan tingkat sig 0.712, artinya generasi memperlemabah hubungan kebiasaan terhadap niat tapi tidak signifkan, jadi H9g yang menyatakan kelompok generasi menguatkan hubungan kebiasaan terhadap niat penggunaan transaksi digital ditolak.

Semua hipotesis variabel moderasi ditolak, ini menandakan generasi tidak memperkuat ataupun memperlemah hubungan semua variebel indenpenden terhadap niat menggunakan transaksi digital. Generasi z pada masyarakat kota Baubau belum terlalu memahami penggunaan layanan transaksi digital, ini juga bisa disebabkan karena para orang tua yang terbiasa memberikan uang secara tunai kepada anaknya. kemudian miniminya sosialisasi dari pihak-pihak penyedia layanan transaksi digital terkait kemudahan, keuntungan, dan pentingnya penggunaan trasanski digital sehingga kurangnya minat masyarakat untuk beralih untuk menggunakan trasanski digital baik pada generasi melenial dan z di Kota Baubau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan seperti:

1. Penelitian ini berhasil membuktikan kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital. Tapi penelitian ini tidak berhasil membuktikan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan transaksi digital.
2. Penelitian ini berhasil membuktikan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan transaksi digital. Tapi penelitian ini tidak berhasil membuktikan Kondisi yang memfasilitasi dan niat perilaku memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna.

3. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh generasi (Melenial dan Z) sebagai moderasi hubungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi henodis, nilai harga dan kebiasaaan terhadap niat menggunakan transaksi digital.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Pihak yang berwenang agar memperhatikan kondisi yang memfasilitasi penggunaan transaksi digital, antara lain jaringan internat karena terbukti berpengaruh terhadap niat menggunakan transaksi digital di kota Baubau.
2. Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan transaksi digital di Kota Baubau untuk memberikan sosialisasi tentang kemudahan dan pentingnya pembayaran secara digital terutama pada generasi Z karena generasi ini lahir di era digital, sehingga bisa menjadi pendorong penggunaan transaksi digital di Kota Baubau.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian ini meliputi:

1. Responden penelitian ini didominasi oleh perempuan dan masyarakat generasi z. jika responden lebih seimbang mungkin hasil penelitian akan berubah

5.4 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan kepada penelitian selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisis secara menyeluruh dengan komposisi responden, sehingga hasil yang ditunjukan dapat lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

AFTECH. (2023). *Fintech Indonesia*. https://fintech.id/id

Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, *62*(September 2019), 101293. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, *37*(3), 99–110. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002

Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, *7*(4), 100240. https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240

Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03 /23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022

Badan Pusat Statistika. (2019). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019*. https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html

Badan Pusat Statistika Sulawesi Tenggara. (2019). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin di Provinsi Sulawesi Tenggara*. https://sultra.bps.go.id/statictable/2021/05/07/3225/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-sulawesi-tenggara-2019.html

BI. (2022). *PANDEMI PENDORONG DIGITALISASI*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Pandemi-Pendorong-Digitalisasi.aspx

Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *29*(3), 399–426. https://doi.org/10.2307/25148690

Bu, F., Wang, N., Jiang, B., & Jiang, Q. (2021). Motivating information system engineers'

acceptance of Privacy by Design in China: An extended UTAUT model. *International Journal of Information Management*, *60*(August 2020), 102358. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102358

Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, *8*（2）(January 1998), 5. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EDZ5AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA295&dq=The+partial+least+squares+approach+to+structural+equation+modeling&ots=49uH6qt2lk&sig=Fwg2GGFWp3LUMMjxMu9h4jbOXnA

De', R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International Journal of Information Management*, *55*(June), 102171. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171

de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, *187*(November 2022). https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235

Farah, M., Hasni, M., & Abbas, A. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, *36*. https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215

Ghozali, I., & Chariri, A. (2018). *Intelectual Capital dan Kinerja Keuangan : Suatu Analisis dengan Pendekatan Partial Least Square*.

Goularte, A. da C., & Zilber, S. N. (2019). The moderating role of cultural factors in the adoption of mobile banking in Brazil. *International Journal of Innovation Science*, *11*(1), 63–81. https://doi.org/10.1108/IJIS-11-2017-0119

Hasni, M. J. S., Farah, M. F., & Adeel, I. (2022). The technology acceptance model revisited: empirical evidence from the tourism industry in Pakistan. *Journal of Tourism Futures*, *December*. https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0220

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, *28*(2), 565–580. https://doi.org/10.1007/s00180-012-

0317-1

Jung, J. H., Kwon, E., & Kim, D. H. (2020). Mobile payment service usage: U.S. consumers' motivations and intentions. *Computers in Human Behavior Reports*, *1*(January), 100008. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100008

Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2022). Do you take..? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2. *Journal of Marketing Analytics*. https://doi.org/10.1057/s41270-022-00175-6

Nafei, W., & Khanfar, N. M. (2012). *A Multi-Generational Workforce : Managing and Understanding Millennials A Multi-Generational Workforce : Managing and Understanding Millennials*. *October 2015*. https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n24p88

Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, *54*(February), 102144. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144

Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2020). *Understanding the Generation Z Behavior on D- Learning : A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach*. 20–33.

Putri, N. K. R. D., & Sadha, S. M. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi*, *30*(2), 540–555.

Rahim, N. F., Bakri, M. H., Ali, S., & Al, H. (2021). *Measurement and structural modelling on factors of Islamic Fintech adoption among millennials in Malaysia modelling*. https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0279

Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, *26*(4), 259–273. https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1

Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, *July*.

Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, *58*(8), 1675–1697. https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318

Siregar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Prenadamedia Group.

Sobti, N. (2019). Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India: Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model. *Journal of Advances in Management Research*, *16*(4), 472–497. https://doi.org/10.1108/JAMR-09-2018-0086

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, *40*(5), 960–991. https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published by : Management Information Systems Research Center , University of Minnesota Stable URL : https://www.jstor.org/*. *September 2003*. https://doi.org/10.2307/30036540

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, *36*(1), 157–178.

WHO. (2020). *Rolling Updates on Coronavirus disease (Covid-19)*. https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan nama saya Feren Fitria Farsa, saya merupakan salah satu Mahasiswa tingkat akhir Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir skripsi dengan judul "**Analisis Model UTAUT Pada Transaksi Digital Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Baubau** "

Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan saudara/i, saya mohon ketersediaan saudara/i meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner. Dalam kuesioner ini tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pertanyaan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Kuesioner ini dibuat untuk kepentingan penyelesaian Tugas Akhir. Seluruh data dan informasi responden akan dijaga kerahasian nya.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang tinggal dikota Baubau dan sekitarnya
2. Berusia 15 - 45 Tahun
3. Pernah menggunakan transaksi digital

Jika terdapat pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, Bapak/Ibu/Saudara/i dapat menghubungi saya melalui email: 19312356@students.uii.ac.id

Terima kasih atas dukungan dan partisipasi dalam mengisikan kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Identitas Responden

1. Nama (Optional)
2. Jenis Kelamin
    - Laki-Laki
    - Perempuan
3. Pendidikan Terakhir
    - SD
    - SMP
    - SMA
    - S1
    - S2
    - S3
4. Saat ini domilisi saudara
    - Di Kota Baubau
    - Tinggal di Jawa
    - Tinggal di Kota lain di luar Jawa
5. Usia
    - <15 Tahun
    - 15 – 25 Tahun

- 26 - 45 Tahun
- > 45 Tahun

6. Transaksi Digital yang pernah dipakai
    - Internet Banking
    - Mobile Banking
    - E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shoppeepay, DANA)
    - QRIS
    - Other
7. Transaksi Digital yang paling sering dipakai
    - Internet Banking
    - Mobile Banking
    - E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shoppeepay, DANA)
    - QRIS
    - Other
8. Berapa frekuensi pengunaan layanan transaksi Digital yang sebenarnya dalam sebulan
    - 1.Tidak Pernah
    - 2. 1-5 kali
    - 3. 6-10 kali
    - 4. > 10 Kali

Petunjuk Pengisian

Silakan jawab pertanyaan dibawah ini dengan memilih pada salah satu jawabannya yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju

2: Tidak Setuju

3: Setuju

4: Sangat Setuju

No	Pertanyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Ekspektasi Kinerja					
1	Saya menemukan Layanan Transaksi Digital berguna dalam kehidupan sehari-hari saya				
2	Menggunakan Layanan Transaksi Digital meningkatkan peluang saya untuk mencapai hal-hal yang penting bagi saya.				
3	Menggunakan Layanan Transaksi Digital membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat				
4	Menggunakan Layanan Transaksi Digital meningkatkan produktivitas saya.				
Ekspektasi Usaha					
1	Mempelajari cara menggunakan Layanan Transaksi Digital itu mudah bagi saya				
2	Interaksi saya dengan Layanan Transaksi Digital jelas dan dapat dimengerti.				
3	Saya merasa Layanan Transaksi Digital mudah				

	digunakan.				
4	Mudah bagi saya untuk Mahir menggunakan Layanan Transaksi Digital.				
Pengaruh Sosial					
1	Orang-orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital				
2	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital				
3	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan layanan Transaksi Digital				
Kondisi yang Memfasilitasi					
1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan Layanan Transaksi Digital				
2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Layanan Transaksi Digital				
3	Layanan Transaksi Digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan.				
4	Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan Layanan Transaksi Digital				
Motivasi Hedonis					
1	Menggunakan layanan transaksi digital menyenangkan bagi saya				
2	Menggunakan layanan trasanski digital itu sangat menghibur				
3	Menggunakan layanan transaksi digital itu menarik bagi saya				

Nilai Harga					
1	Layanan Transaksi Digital cukup murah				
2	Layanan Transaksi Digital adalah nilai terbaik untuk uang				
3	Pada harga saat ini, Layanan Transaksi Digital memberikan nilai yang baik.				
Kebiasaan					
1	Penggunaan layanan Transaksi Digital sudah menjadi kebiasaan bagi saya.				
2	Saya kecanduan menggunakan layanan Transaksi Digital				
3	Saya harus menggunakan layanan Transaksi Digital.				
4	Menggunakan layanan Transaksi Digital sudah menjadi hal yang wajar bagi saya				
Niat Menggunakan					
1	Saya bermaksud untuk terus menggunakan Layanan Transaksi Digital di masa mendatang				
2	Saya akan selalu mencoba menggunakan Layanan Transaksi Digital dalam kehidupan sehari-hari.				
3	Saya berencana untuk terus sering menggunakan Layanan Transaksi Digital				

Silakan jawab pertanyaan dibawah ini dengan memilih pada salah satu jawabannya yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1 : Tidak Pernah

2: Kadang - kadang

3: Sering

4: Selalu

Perilaku Pengguna

No	Pertanyataan	TP	KK	S	SL
		1	2	3	4
1	Berapa Frekuensi penggunaan layanan transaksi Digital yang sebenarnya dalam sebulan				

Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Saat ini domilisi saudara/i	Berapa Frekuensi penggunaan layanan transaksi Digital yang sebenarnya dalam sebulan	Transaksi Digital yang paling sering dipakai	Transaksi Digital yang pernah dipakai
1	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
2	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
3	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	QRIS	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja,

							Shopeepay, DANA), QRIS
4	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
5	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
6	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
7	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
8	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
9	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	QRIS	Mobile Banking, QRIS
10	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
11	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	QRIS	QRIS
12	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	QRIS	Mobile Banking, QRIS
13	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay,

							DANA), QRIS
14	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
15	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
16	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
17	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
18	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
19	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking
20	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
21	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
22	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	QRIS	Internet Banking, QRIS
23	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)

24	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
25	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
26	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
27	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
28	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
29	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
30	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	QRIS	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
31	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
32	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
33	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
34	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO,	E-wallet (OVO, Gopay,

						Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	LinkAja, Shopeepay, DANA)
35	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
36	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, QRIS
37	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
38	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
39	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S2	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
40	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	QRIS	QRIS
41	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
42	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
43	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
44	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
45	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
46	Laki-Laki	25 - 45	S1	Di Kota	> 10 Kali	Internet	Internet

		Tahun		Baubau		Banking	Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
47	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
48	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
49	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
50	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
51	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
52	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
53	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
54	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay,	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)

						DANA)	
55	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
56	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
57	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking
58	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Internet Banking	Internet Banking
59	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
60	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
61	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
62	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
63	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
64	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
65	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
66	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
67	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO,

							Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
68	Perempuan	25 - 45 Tahun	S2	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
69	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
70	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
71	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
72	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
73	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, Dompet
74	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
75	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
76	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
77	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
78	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-

							wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
79	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking
80	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
81	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
82	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
83	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
84	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
85	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
86	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
87	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
88	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
89	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
90	Perempuan	15 - 25	SMA	Di Kota	1-5 Kali	E-wallet (	E-wallet (

		Tahun		Baubau		OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
91	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	QRIS	Mobile Banking
92	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
93	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, QRIS
94	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
95	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
96	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, QRIS
97	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
98	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
99	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
100	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
101	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
102	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
103	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay,	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja,

						LinkAja, Shopeepay, DANA)	Shopeepay, DANA)
104	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
105	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMP	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
106	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
107	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
108	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
109	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
110	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS,
111	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
112	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
113	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay,	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO,

						DANA)	Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
114	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
115	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	QRIS	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
116	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
117	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
118	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
119	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
120	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
121	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
122	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
123	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
124	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
125	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S2	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja,

							Shopeepay, DANA), QRIS
126	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
127	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
128	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
129	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
130	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
131	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
132	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
133	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
134	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay,	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja,

						DANA)	Shopeepay, DANA), QRIS
135	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Tunai
136	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
137	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, QRIS
138	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
139	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
140	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
141	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
142	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
143	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
144	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
145	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
146	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S2	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
147	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay,	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja,

						LinkAja, Shopeepay, DANA)	Shopeepay, DANA)
148	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S2	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, Mobile Banking
149	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
150	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
151	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
152	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
153	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMP	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking
154	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Mobile Banking
155	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S2	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
156	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
157	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
158	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
159	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay,

							LinkAja, Shopeepay, DANA)
160	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
161	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
162	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
163	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
164	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
165	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
166	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	QRIS	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
167	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
168	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
169	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
170	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMP	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
171	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Internet Banking	Internet Banking
172	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
173	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking

174	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
175	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
176	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
177	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
178	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
179	Laki-Laki	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
180	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
181	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
182	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
183	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
184	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
185	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-

							wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
186	Perempuan	25 - 45 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
187	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking
188	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Internet Banking	Internet Banking, Mobile Banking
189	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
190	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
191	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
192	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
193	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking
194	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA), QRIS
195	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
196	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
197	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Mobile Banking	Internet Banking, Mobile Banking, E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay,

							DANA), QRIS
198	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
199	Laki-Laki	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
200	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
201	Perempuan	15 - 25 Tahun	S1	Di Kota Baubau	6-10 Kali	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)	E-wallet (OVO, Gopay, LinkAja, Shopeepay, DANA)
202	Perempuan	15 - 25 Tahun	SMA	Di Kota Baubau	1-5 Kali	Mobile Banking	Mobile Banking
203	Perempuan	25 - 45 Tahun	S1	Di Kota Baubau	> 10 Kali	Internet Banking	Internet Banking, Mobile Banking

No	EK1	EK2	EK3	EK4	EU1	EU2	EU3	EU4	PS1	PS2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	2
5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
8	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
12	3	2	3	2	4	4	4	4	2	2
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
14	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

19	4	4	4	2	2	3	4	2	3	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
24	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
25	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2
26	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
32	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
39	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
44	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
48	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2
49	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
52	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
54	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2
55	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
58	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
59	3	2	3	2	3	3	4	3	2	1
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2

61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
62	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
65	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2
66	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
68	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
69	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
71	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
72	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3
73	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3
77	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
80	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
81	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2
82	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
83	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4
86	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
87	2	1	3	2	2	1	3	1	3	4
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2
94	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
95	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2
99	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
101	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4
102	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3

103	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
106	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
107	4	3	4	1	3	2	2	2	4	4
108	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2
111	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
112	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2
115	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
116	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
119	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
120	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3
121	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
122	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
125	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
128	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
133	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	2	3	2	3	2	4	1	3	2	3
136	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
137	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2
138	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
140	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1
141	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
144	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3

145	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3
148	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
149	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
150	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
151	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
155	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
162	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
164	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2
165	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
168	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
169	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
170	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
171	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
172	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
173	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
176	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
177	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
178	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
179	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
180	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
181	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2
182	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
186	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2

187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
188	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
189	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2
190	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
191	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
192	1	1	2	1	4	4	4	2	2	2
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
194	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2
195	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2
196	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
197	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
198	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
201	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
202	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
203	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2

No	**PS3**	**KM1**	**KM2**	**KM3**	**KM4**	**MH1**	**MH2**	**MH3**	**NH1**	**NH2**
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
5	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
7	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
8	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3

23	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2
26	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
27	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
32	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
33	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	4	3	3	3	2	1
38	1	3	2	3	4	4	3	4	4	3
39	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
43	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
44	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
47	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2
48	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
52	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
53	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
54	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
58	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
59	2	3	3	2	3	2	2	3	1	2
60	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
64	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2

65	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
66	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2
67	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
71	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2
72	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2
73	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
74	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
75	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3
76	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
77	2	3	4	4	2	4	3	4	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
80	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2
81	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
82	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
86	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
87	4	1	2	1	4	1	4	4	4	4
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3
94	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2
95	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	2	3	4	3	3	3	3	3	1	1
98	2	2	3	3	4	4	4	3	2	4
99	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
100	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4
101	4	4	3	3	2	4	4	4	2	2
102	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
103	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3

107	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2
108	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2
111	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
112	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
115	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
116	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
119	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
122	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3
128	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2
129	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
133	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	3	2	3	3	2	3	1	2	4	2
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2
138	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
139	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
140	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1
141	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	2	3	4	3	4	3	3	4	2
144	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
146	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4
147	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
148	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3

149	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
152	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3
154	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
155	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
162	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
164	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
165	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
169	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
170	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
171	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
172	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
173	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
176	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
177	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
178	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
179	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4
180	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4
181	2	4	4	4	2	4	2	4	3	3
182	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
186	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
188	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2
189	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
190	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3

191	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
192	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
194	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3
195	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
196	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
197	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2
198	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
201	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
202	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
203	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3

No	NH3	HT1	HT2	HT3	HT4	NP1	NP2	NP3	NP4	PP1	G
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0
2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	1
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1
4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	0
5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
6	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	0
7	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	0
8	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	0
9	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	1
10	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	1
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
12	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	1
13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1
14	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1
15	3	3	1	2	3	4	4	3	3	2	1
16	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	1
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1
19	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1
21	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	1
22	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	0
23	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	1
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
25	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
26	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	1

27	3	4	2	2	4	4	4	3	4	4	1
28	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	0
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
31	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
33	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
36	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1
37	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	1
38	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	1
39	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	1
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0
41	3	4	2	2	4	4	4	4	3	4	0
42	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
43	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	1
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
45	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1
46	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	0
47	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	1
48	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1
49	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
50	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1
51	3	3	2	2	3	4	4	4	2	1	1
52	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	0
53	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	1
54	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	0
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
57	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	1
58	3	3	1	3	3	4	4	4	3	3	1
59	3	3	1	2	3	3	3	2	2	2	1
60	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1
61	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1
62	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	1
63	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	1
64	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	0
65	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	0
66	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	0
67	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	0
68	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	0

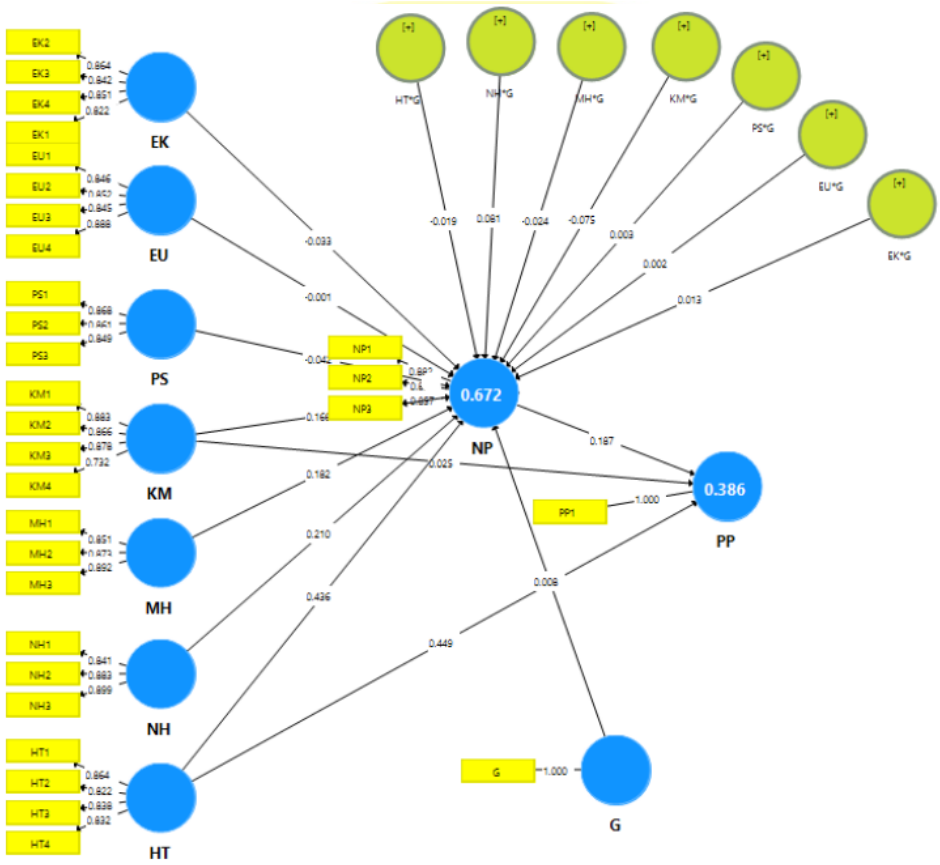
69	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	1
70	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	0
71	2	2	1	1	1	2	2	1	3	2	1
72	3	2	1	2	3	3	3	2	4	2	0
73	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1
74	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	0
75	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	1
76	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	1
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
78	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
79	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	0
80	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	0
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1
82	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	0
83	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	0
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1
85	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1
86	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
87	4	2	3	1	1	3	4	4	4	1	1
88	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1
89	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1
91	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0
93	4	2	2	3	3	4	3	3	2	2	1
94	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	1
95	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
97	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	1
98	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	1
99	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	1
100	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	1
101	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	0
102	2	2	1	1	3	3	3	2	3	2	1
103	3	2	3	4	3	3	3	3	3	1	1
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
106	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1
107	3	1	1	3	3	3	3	3	4	1	1
108	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1
109	4	4	1	4	4	4	4	1	4	2	1
110	3	2	1	1	2	3	3	2	4	2	1

111	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1
112	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1
114	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	0
115	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	1
116	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
118	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	1
119	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1
120	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	0
121	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	0
122	3	2	1	1	2	3	2	3	2	1	1
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
125	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	0
126	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1
127	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
128	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	0
129	4	3	1	4	4	4	3	3	4	3	0
130	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
132	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	1
133	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	0
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
135	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	0
137	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	1
138	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1
139	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	0
140	2	2	1	1	1	3	3	3	3	2	0
141	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	1
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	0
143	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	1
144	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	0
145	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
146	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	0
147	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	1
148	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	0
149	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	1
150	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	0
151	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
152	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	1

153	3	4	2	4	4	3	4	3	2	3	1
154	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
155	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	0
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
158	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
161	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	1
162	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	1
163	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1
164	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
165	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
167	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0
169	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
170	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
171	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	0
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
173	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
175	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1
176	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
177	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	0
178	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	0
179	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	0
180	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1
181	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	1
182	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1
183	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	1
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
185	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	1
186	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
188	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1
189	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
190	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1
191	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	1
192	2	2	2	2	3	2	4	3	4	2	1
193	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1
194	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	1

195	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1
196	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	0
197	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1
198	4	4	1	3	4	4	3	3	3	4	0
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
200	3	3	1	2	3	3	2	3	3	4	0
201	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	1
202	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1
203	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	0

Lampiran 3 Pengujuan Outer Model



Lampiran 4 UJI Validitas

Hasil Uji Validitas Convergen

Variabel	Variabel	Outer Loadings	AVE	Keterangan
Ekspektasi Kinerja (EK)	EK1 EK2 EK3 EK4	0.818 0.867 0.840 0.852	0.713	Valid
Ekpektasi Usaha (EU)	EU1 EU2 EU3 EU4	0.845 0.854 0.840 0.892	0.736	Valid
Pengaruh Sosial (PS)	PS1 PS2 PS3	0.869 0.861 0.848	0.738	Valid
Kondisi yang Memfasilitasi (KM)	KM1 KM2 KM3 KM4	0.884 0.868 0.879 0.728	0.709	Valid
Motivasi Hedonis (MH)	MH1 MH2 MH3	0.856 0.869 0.890	0.761	Valid
Nilai Harga (NH)	NH1 NH2 NH3	0.841 0.883 0.898	0.765	Valid
Kebiasiaan (HT)	HT1 HT2 HT3 HT4	0.866 0.817 0.837 0.835	0.704	Valid
Niat Perilaku (NT)	NP1 NP2 NP3	0.936 0.869 0.867	0.810	Valid
Perilaku Pengguna (PP)	PP	1.000	1.000	Valid
Generasi (G)	G	1.000	1.000	Valid

Hasil uji *Dicriminant Validity*

	EK	EK*G	EU	EU*G	G	HT	HT*G	KM
EK	**0.845**							
EK*G	0.151	**1.000**						
EU	0.620	0.047	**0.858**					
EU*G	0.043	0.615	-0.043	**1.000**				
G	-0.143	0.107	-0.023	0.016	**1.000**			
HT	0.508	0.080	0.600	0.029	0.004	**0.839**		
HT*G	0.078	0.502	0.030	0.591	-0.003	0.097	**1.000**	
KM	0.680	0.041	0.704	-0.006	-0.030	0.656	0.056	**0.842**
KM*G	0.040	0.713	-0.006	0.719	0.022	0.056	0.659	0.087
MH	0.583	0.039	0.623	-0.120	-0.026	0.692	-0.021	0.725
MH*G	0.035	0.576	-0.118	0.680	0.018	-0.020	0.713	0.014
NH	0.464	0.065	0.550	-0.043	0.034	0.686	0.031	0.576
NH*G	0.059	0.443	-0.042	0.558	-0.023	0.030	0.670	0.011
NP	0.520	0.068	0.586	-0.025	0.015	0.754	0.021	0.667
PP	0.381	0.005	0.429	-0.019	-0.111	0.610	0.082	0.440
PS	0.507	0.012	0.482	-0.073	-0.057	0.627	-0.029	0.667
PS*G	0.012	0.528	-0.074	0.529	0.041	-0.028	0.675	0.032

	KM*G	MH	MH*G	NH	NH*G	NP	PP	PS	PS*G
EK									
EK*G									
EU									
EU*G									
G									
HT									
HT*G									
KM									
KM*G	**1.000**								
MH	0.014	**0.872**							
MH*G	0.719	-0.071	**1.000**						
NH	0.012	0.617	0.004	**0.874**					
NH*G	0.572	0.004	0.584	-0.075	**1.000**				
NP	0	0.697	-0.046	0.663	0.015	**0.900**			
PP	0.027	0.384	-0.066	0.376	0.061	0.535	**1.000**		
PS	0.032	0.608	0.021	0.600	0.020	0.562	0.393	**0.859**	
PS*G	0.67	0.022	0.583	0.021	0.577	-0.036	-0.072	0.021	**1.000**

Hasil Uji *Cross Loadings*

	EK	EU	PS	KM	MH	NH	HT	NP
EK1	**0.818**	0.417	0.345	0.508	0.429	0.251	0.335	0.38
EK2	**0.867**	0.588	0.427	0.605	0.533	0.434	0.463	0.478
EK3	**0.840**	0.484	0.41	0.536	0.492	0.361	0.38	0.414
EK4	**0.852**	0.581	0.516	0.632	0.505	0.493	0.516	0.471
EU1	0.488	**0.845**	0.388	0.571	0.52	0.421	0.432	0.441
EU2	0.518	**0.854**	0.388	0.646	0.468	0.474	0.536	0.521
EU3	0.507	**0.840**	0.39	0.55	0.586	0.487	0.522	0.525
EU4	0.608	**0.892**	0.487	0.647	0.561	0.499	0.558	0.513
PS1	0.539	0.487	**0.869**	0.632	0.592	0.565	0.616	0.564
PS2	0.346	0.337	**0.861**	0.512	0.441	0.466	0.492	0.398
PS3	0.388	0.392	**0.848**	0.556	0.51	0.498	0.486	0.458
KM1	0.638	0.67	0.573	**0.884**	0.634	0.494	0.586	0.579
KM2	0.542	0.574	0.587	**0.868**	0.617	0.422	0.57	0.579
KM3	0.63	0.603	0.582	**0.879**	0.607	0.54	0.582	0.585
KM4	0.463	0.519	0.503	**0.728**	0.592	0.49	0.459	0.5
MH1	0.586	0.63	0.454	0.68	**0.856**	0.479	0.597	0.595
MH2	0.426	0.467	0.619	0.564	**0.869**	0.577	0.646	0.606
MH3	0.515	0.534	0.518	0.654	**0.890**	0.556	0.569	0.621
NH1	0.384	0.452	0.518	0.514	0.492	**0.841**	0.503	0.517
NH2	0.436	0.461	0.545	0.512	0.511	**0.883**	0.63	0.578
NH3	0.399	0.526	0.513	0.491	0.606	**0.898**	0.655	0.635
HT1	0.559	0.618	0.535	0.654	0.642	0.643	**0.866**	0.708
HT2	0.288	0.353	0.57	0.46	0.53	0.562	**0.817**	0.548
HT3	0.334	0.396	0.5	0.481	0.563	0.541	**0.837**	0.58
HT4	0.478	0.602	0.505	0.574	0.574	0.547	**0.835**	0.670
NP1	0.540	0.577	0.484	0.637	0.634	0.596	0.694	**0.936**
NP2	0.415	0.495	0.528	0.608	0.639	0.596	0.671	**0.869**
NP3	0.389	0.473	0.526	0.533	0.621	0.637	0.687	**0.867**
PP1	0.381	0.429	0.393	0.44	0.384	0.376	0.61	0.535
G	-0.143	-0.023	-0.057	-0.03	-0.026	0.034	0.004	0.015
EK*G	0.151	0.047	0.012	0.041	0.039	0.065	0.08	0.068
EU*G	0.043	-0.043	-0.073	-0.006	-0.12	-0.043	0.029	-0.025
PS*G	0.012	-0.074	0.021	0.032	0.022	0.021	-0.028	-0.036
KM*G	0.04	-0.006	0.032	0.087	0.014	0.012	0.056	0
MH*G	0.035	-0.118	0.021	0.014	-0.071	0.004	-0.02	-0.046
NH*G	0.059	-0.042	0.02	0.011	0.004	-0.075	0.03	0.015
HT*G	0.078	0.03	-0.029	0.056	-0.021	0.031	0.097	0.021

	PP	G	EK*G	EU*G	PS*G	KM*G	MH*G	NH*G	HT*G
EK1	0.277	-0.153	0.13	0.048	0.044	0.056	0.059	0.036	0.1
EK2	0.332	-0.107	0.164	0.053	0.074	0.057	0.014	0.058	0.062
EK3	0.297	-0.075	0.095	0.037	-0.06	0.029	0.072	0.069	0.013
EK4	0.373	-0.149	0.118	0.01	-0.021	-0.005	-0.015	0.037	0.089
EU1	0.374	-0.016	0.063	-0.029	0.01	0.092	-0.052	0.044	0.043
EU2	0.343	-0.089	0.031	0.012	-0.048	-0.025	-0.069	-0.045	0.079
EU3	0.365	0.028	0.007	-0.101	-0.134	-0.058	-0.14	-0.082	-0.019
EU4	0.391	-0.003	0.063	-0.028	-0.072	-0.014	-0.138	-0.049	0.004
PS1	0.388	-0.038	0.041	-0.043	0.026	0.039	-0.009	-0.032	-0.036
PS2	0.287	-0.06	-0.003	-0.05	0.037	0.027	0.026	0.024	-0.056
PS3	0.322	-0.055	-0.015	-0.097	-0.008	0.014	0.044	0.072	0.016
KM1	0.4	-0.09	0.084	0.032	0.01	0.157	0.034	0.07	0.054
KM2	0.359	0.044	0.011	-0.035	0.031	0.024	-0.019	0.019	0.032
KM3	0.442	-0.08	0.033	0.006	0.018	0.094	0.011	-0.017	0.103
KM4	0.26	0.044	0.004	-0.029	0.053	0.001	0.021	-0.044	-0.015
MH1	0.393	-0.062	0.079	-0.076	-0.011	0.042	-0.055	0.005	0.002
MH2	0.343	-0.009	0.034	-0.109	0.056	-0.002	-0.068	0.01	0.018
MH3	0.27	0.002	-0.01	-0.128	0.012	-0.002	-0.064	-0.003	-0.073
NH1	0.336	-0.014	0.05	-0.066	0.027	-0.01	-0.015	-0.051	0.027
NH2	0.336	0.019	0.101	0.047	0.073	0.094	0.097	-0.042	0.074
NH3	0.317	0.075	0.022	-0.091	-0.039	-0.049	-0.066	-0.101	-0.014
HT1	0.626	-0.039	0.066	-0.021	-0.019	0.009	-0.032	0.009	0.092
HT2	0.453	0.028	0.055	0.039	-0.01	0.063	0.015	0.094	0.075
HT3	0.447	0.053	0.094	0.042	-0.04	0.06	-0.021	0.02	0.066
HT4	0.491	-0.014	0.056	0.047	-0.026	0.066	-0.023	-0.011	0.089
NP1	0.507	0.002	0.058	-0.044	-0.068	-0.034	-0.061	-0.011	0.005
NP2	0.458	0.043	0.058	0.007	-0.032	0.036	-0.037	0.017	0.008
NP3	0.477	-0.015	0.05	-0.01	0.008	0.026	-0.012	0.066	0.054
PP1	**1**	-0.111	0.005	-0.019	-0.072	0.027	-0.066	0.061	0.082
G	-0.111	**1**	0.107	0.016	0.041	0.022	0.018	-0.023	-0.003
EK*G	0.005	0.107	**1**	0.615	0.528	0.713	0.576	0.443	0.502
EU*G	-0.019	0.016	0.615	**1**	0.529	0.719	0.68	0.558	0.591
PS*G	-0.072	0.041	0.528	0.529	**1**	0.67	0.583	0.577	0.675
KM*G	0.027	0.022	0.713	0.719	0.67	**1**	0.719	0.572	0.659
MH*G	-0.066	0.018	0.576	0.680	0.583	0.719	**1**	0.584	0.713
NH*G	0.061	-0.023	0.443	0.558	0.577	0.572	0.584	**1**	0.670
HT*G	0.082	-0.003	0.502	0.591	0.675	0.659	0.713	0.67	**1**

Lampiran 5 Reliabilitas

Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
EK	0.909
EU	0.918
PS	0.894
KM	0.906
MH	0.905
NH	0.907
HT	0.905
NP	0.945
PP	1.000
G	1.000
EK*G	1.000
EU*G	1.000
PS*G	1.000
KM*G	1.000
MH*G	1.000
NH*G	1.000
HT*G	1.000

Lampiran 6 Uji R Square

Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
NP	0.669	0.642
PP	0.385	0.376

Lampiran 7 Uji Hipotesis

Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values	Kesimpulan
EK -> NP	-0.003	0.005	0.070	0.049	0.961	H1 Tidak didukung
EU -> NP	0.012	0.013	0.076	0.153	0.879	H2 Tidak didukung
PS -> NP	-0.041	-0.04	0.077	0.535	0.593	H3 Tidak Didukung
KM -> NP	0.199	0.207	0.100	1.992	0.047	H4a didukung
KM -> PP	0.02	0.014	0.082	0.239	0.811	H4b tidak didukung
MH -> NP	0.192	0.185	0.084	2.298	0.022	H5 didukung
NH -> NP	0.199	0.187	0.082	2.429	0.015	H6 didukung
HT -> NP	0.373	0.379	0.094	3.953	0	H7a didukung
HT -> PP	0.47	0.472	0.099	4.741	0	H7b didukung
NP -> PP	0.167	0.172	0.1	1.673	0.095	H8 Tidak didukung
EK*G -> NP	0.081	0.086	0.073	1.097	0.273	H9a Tidak didukung
EU*G -> NP	0.027	0.029	0.074	0.359	0.719	H9b Tidak didukung
PS*G -> NP	-0.04	-0.051	0.082	0.488	0.625	H9c Tidak didukung
KM*G -> NP	-0.106	-0.098	0.103	1.034	0.302	H9d Tidak didukung
MH*G -> NP	-0.015	-0.01	0.09	0.165	0.869	H9e Tidak didukung
NH*G -> NP	0.08	0.065	0.078	1.033	0.302	H9f Tidak didukung
HT*G -> NP	-0.035	-0.029	0.094	0.37	0.712	H9g Tidak didukung