

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DALAM
MENGGUNAKAN *MOBILE PAYMENT* SEBAGAI ALAT
PEMBAYARAN
(Studi Empiris Penggunaan *E-Wallet* OVO dan *Shopeepay* di Provinsi
Bengkulu)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Syaira Rizka Salsa Anatayya

Nim : 19312303

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DALAM
MENGGUNAKAN *MOBILE PAYMENT* SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN
(Studi Empiris Penggunaan *E-Wallet Ovo* dan *Shopeepay* di Provinsi Bengkulu)**

SKRIPSI

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

UIN

Oleh :

Nama : Syaira Rizka Salsa Anatayya

No. Mahasiswa : 19312303

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNA DALAM MENGUNAKAN MOBILE PAYMENT SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN (Studi Empiris Penggunaan *E-Wallet Ovo* dan *Shopeepay* di Provinsi Bengkulu)

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 : Syaira Rizka Salsa Anatayya

No. Mahasiswa : 19312303

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 3 Februari 2025
Dosen Pembimbing,



(Reni Yendrawati, Dra.,M.Si)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNA DALAM
MENGUNAKAN**

**MOBILE PAYMENT SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN (Studi Khusus :
Penggunaan E-Wallet Ovo dan Shopeepay di Provinsi Bengkulu)**

Disusun oleh : SYAIRA RIZKA SALSA
ANATAYYA

Nomor Mahasiswa 19312303

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal:
Kamis, 06 Maret 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Reni

Yendrawati, Dra., M.Si., CFra. Penguji :

Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis
dan Ekonomika
Universitas Islam
Indonesia



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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, karena berkat rahmat, inayah, dan hidayah-Nya saya dapat Menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak dan Ibu saya, karena berkat doa, dukungan, dan usaha dari beliau saya dapat melangkah sejauh ini.
3. Kerabat dan teman-teman saya, terima kasih atas dukungan, nasihat, dan motivasi yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pengguna Dalam Menggunakan Mobile Payment Sebagai Alat Pembayaran (Studi Khusus: Penggunaan E-Wallet Ovo dan Shopeepay di Provinsi Bengkulu)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Khairudin dan Ibu Desi Maryani S.Pd, selaku orang tua penulis yang selalu meberi doa, nasehat, dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Kezia Syakira Balqis, Aqila Nazwa Nuraini, selaku adik penulis. Timakasih sudah memberikan dukungan sehingga penulis bersemangat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Reni Yendrawati, Dra., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah selalu bersedia meluangkan waktu dan sangat sabar memberikan bimbingan, masukan, serta dukungan yang sangat berarti kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFrA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia.
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Jurusan Akuntansi, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan motivasi selama masa studi.
8. Andika Vrimadoni (Alm), trimakasih untuk semua doa, motivasi, serta dukungan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Gilang, Fitri, Dwi, Octha, Jemmia, Caca, selaku sahabat penulis yang telah meberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Annas, Vicko, Angga, Salsa, Cindy, Nadia, Sofura, Teman-teman seperjuangan di Jurusan Akuntansi, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, dan semangat dalam menyelesaikan studi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu akuntansi serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, tgl, bln, th

Penulis,

(Syaira Rizka Salsa Anatayya)

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan sayajuga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan referensinya. Apabila di kemudian hari terdapat dan terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 07 Februari 2025



(Syaira Rizka Salsa Anatayya)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	viii
DAFTAR ISI.....	ixi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Theory Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.1.2 <i>Mobile Payment</i>	15
2.1.3 Niat Menggunakan <i>Mobile Payment (Intention to Use)</i>	16
2.1.4 Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	17

2.1.5 Kemudahan yang Dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	19
2.1.6 Risiko yang Dirasakan (<i>Perceived Risk</i>)	21
2.2 Telaah Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hipotesis Penelitian.....	25
2.4 Model Konseptual Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Klasifikasi Variabel Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional.....	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Instrumen Penelitian.....	34
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	35
3.6.2 Analisis Deskriptif	36
3.6.3 Analisis Kuantitatif	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Data	39
4.1.1 Karakteristik Responden.....	39
4.1.2 Analisis Statistika Deskriptif	42
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3 Analisis Regresi Berganda	46
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.2 Uji Hipotesis	48
4.4 Pembahasan	52

4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention to Use Mobile Payment</i>	52
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use Mobile Payment</i>	53
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Intention to Use Mobile Payment</i>	55
BAB V KESIMPULAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR REFERENSI	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	39
Tabel 4. 2 Output Statistika Deskriptif	42
Tabel 4. 3 Output Uji Validitas Perceived Usefulness (X_1).....	44
Tabel 4. 4 Output Uji Validitas Perceived Ease of Use (X_1)	44
Tabel 4. 5 Output Uji Validitas Perceived Risk (X_3).....	45
Tabel 4. 6 Output Uji Validitas Intention To Use Mobile Payment (X_3)	45
Tabel 4. 7 Output Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 8 Output Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 9 Output Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4. 10 Output Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 11 Output Analisis Regresi Berganda.....	49
Tabel 4. 12 Output Model Summary	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Data Responden.....	70
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	82
Lampiran 4 Output Uji Instrumen Penelitian.....	107
Lampiran 5 Analisis Statistika Deskriptif dan Regresi Linear Berganda	112
Lampiran 6 Rata-Rata Jawaban Responden Pada Kuesioner	114
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK

Mobile payment memungkinkan pembayaran elektronik melalui berbagai metode seperti kartu debit, kredit, *mobile banking*, dan *e-wallet*. Namun, tidak semua aplikasi *e-wallet* berhasil menarik minat konsumen. Pemasar perlu memahami faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* agar dapat mempertahankan pengguna. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna menggunakan *mobile payment*, khususnya *e-wallet* OVO dan ShopeePay di Provinsi Bengkulu. Metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*) dan dependen (*intention to use*). Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 300 responden pengguna *mobile payment* di Provinsi Bengkulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *mobile payment*, sedangkan *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: *mobile payment*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *intention to use*, OVO, ShopeePay.

ABSTRACT

Mobile payment enables electronic payments through various methods such as debit cards, credit cards, mobile banking, and e-wallets. However, not all e-wallet applications successfully attract consumer interest. Marketers need to understand the factors that influence users' intention to use e-wallets in order to retain users. This study aims to identify the factors that influence users' intention to use mobile payments, particularly e-wallets such as OVO and ShopeePay in Bengkulu Province. A quantitative method with multiple regression analysis is used to test the relationship between independent variables (perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk) and the dependent variable (intention to use). Data were collected through a questionnaire from 300 mobile payment users in Bengkulu Province. The results show that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on the intention to use mobile payment, while perceived risk does not have a significant effect.

Keywords: *mobile payment*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *intention to use*, *ovo*, *shopeepay*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri keuangan telah mengalami perubahan yang besar, transformasi dari sistem konvensional menjadi digital yang lebih terstruktur dan terintegrasi telah mengubah banyak hal. Perkembangan teknologi dan informasi dalam industri keuangan dikenal sebagai *Fintech* (*Financial Technology*). Adanya proses diseminasi teknologi yang begitu cepat ikut mengubah gaya hidup dan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Teknologi pembayaran *online* lebih dikenal dan digunakan oleh banyak masyarakat di dunia saat ini dengan nama *fintech*. *Fintech* telah menjadi kebutuhan baru yang besar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pembayaran dengan uang tunai atau *cash* dianggap tidak lagi efisien, oleh karena itu masyarakat mulai berbondong-bondong beralih menggunakan pembayaran non-tunai dengan mengadopsi *fintech*. *Fintech* bertujuan untuk mengurangi penggunaan uang konvensional (tunai) ke non tunai atau *cashless*, serta memudahkan kita melakukan berbagai transaksi seperti tagihan telepon, air, listrik, bahkan BPJS. Sehingga, masyarakat tidak lagi harus keluar rumah untuk melakukan berbagai transaksi kebutuhan sehari-hari (Nainggolan & Andrian, 2021). Fenomena ini kemudian membuat banyak perusahaan *BigTech* dan *FinTech* meluncurkan layanan pembayaran, seperti dompet seluler dan aplikasi pembayaran. Menurut Statista, nilai transaksi segmen pembayaran *Mobile Point Of Sale* (POS) mencapai USD 1.363.783 juta pada tahun 2020, dan diharapkan menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2020–2024) sebesar 41,0% yakni mencapai USD 5.384.138 juta pada tahun 2024. Studi yang

sama juga menyoroti bahwa jumlah pengguna pembayaran mobile POS diperkirakan akan meningkat menjadi 1.754,6 juta pada tahun 2024 (Liébana-Cabanillas *et al.*, 2020).

Dilansir dari situs dataindonesia.id yang ditulis oleh Rizaty (2021), ada sejumlah layanan *mobile payment* yang sangat populer digunakan oleh masyarakat dunia. *Alipay* menjadi *mobile payment* dengan pengguna terbesar di dunia. Hingga 2021, ada 1,67 miliar orang yang menggunakan layanan mobile payment milik Alibaba Group tersebut. *Apple Pay* menempati urutan kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 808,3 juta. Kemudian pengguna *Google Pay* tercatat sebanyak 757,5 juta secara global. Pengguna *PayPal* dilaporkan sebanyak 458,3 juta. Sementara, pengguna *Amazon Pay* dan *Samsung Pay* masing-masing sebanyak 183,4 juta dan 132,6 juta.

Pada tahun 2018 terdapat 246,29 juta rekening bank di seluruh Indonesia, dan hingga Februari 2018 telah terdaftar sebanyak 290 juta kartu seluler di seluruh Indonesia (Adiatama & Lestari, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa penetrasi penggunaan *smartphone* aktif sudah melampaui kepemilikan akun bank pada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa peluang untuk pertumbuhan pasar layanan pembayaran *mobile* di Indonesia terbuka lebar dikarenakan secara garis besar instrumen utama dalam transaksi *mobile payment* adalah perangkat seluler. Gaffar *et al.* (2020) menyatakan bahwa Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengeluarkan laporan yang menyatakan bahwa jumlah penetrasi pengguna internet mencapai 171,17 juta pada tahun 2018. Sebanyak 93,3% dari total pengguna mengakses internet setiap hari menggunakan *smartphone* / ponsel yang merupakan perangkat *mobile* (APJII, 2018).

Sebagai salah satu instrumen layanan keuangan yang coba diakomodasikan oleh industri *fintech* saat ini, *mobile payment* menjadi salah satu faktor yang sangat

berpengaruh dan menopang perkembangan industri *fintech* di Indonesia. Gaffar *et al.* (2020) menjelaskan bahwa layanan *mobile payments* di Indonesia diprakarsai oleh Telkomsel pada tahun 2007 dengan merek TCash. Pada tahun 2008 Indosat meluncurkan layanan pembayaran mobile dan menamakan layanan tersebut sebagai Dompetku, dan diikuti oleh XL Tunai pada tahun 2012. Meskipun GoPay bukan pelopor penyedia layanan pembayaran seluler, jumlah pengguna GoPay sudah setara dengan TCash, yang merupakan pelopor. Jumlah pengguna Gopay dan TCash masing-masing sekitar 10 juta pada tahun 2017.

Salsabil & Sudyasjayanti (2020) menjelaskan bahwa maraknya penggunaan *mobile payment* disebabkan oleh ketertarikan konsumen untuk menggunakan *gadget* mereka untuk melakukan transaksi pembayaran produk atau layanan jasa dengan mulus. Selain itu, adanya pandemi COVID-19 sejak awal tahun 2020 lalu juga telah mempercepat adopsi sistem pembayaran seluler (*mobile payment*). Hal ini dikarenakan pengguna dapat melakukan proses pembayaran elektronik tanpa melibatkan kontak fisik sama sekali. Transaksi pembayaran elektronik dapat dilakukan dengan beberapa metode seperti : kartu debit; kartu kredit; *mobile banking*; *internet banking*; *e-wallet* dan banyak media lainnya. Berdasarkan hasil survei Jakpat atas penggunaan *platform* pembayaran digital di indonesia periode Januari-Juni dalam artikel yang ditulis oleh Sadya (2022) menunjukkan bahwa ada 52% responden di Indonesia yang menggunakan layanan pembayaran digital pada semester I/2022. Persentase itu lebih tinggi dibandingkan setahun sebelumnya yang hanya sebesar 40%. Dalam melakukan pembayaran digital, 94% responden menggunakan dompet digital (*e-wallet*). Sebanyak 54% responden

menggunakan layanan perbankan *online (mobile banking)*, sedangkan sebanyak 48% responden menggunakan keduanya.

Dilansir dari situs goodstats.id yang ditulis oleh Hasya (2022) atas penggunaan *platform* pembayaran *e-wallet* di Indonesia menurut survei populix diketahui bahwa ada sebanyak 88% responden yang berafiliasi dengan layanan Gopay, 83% menggunakan DANA, 79% menggunakan OVO, 76% menggunakan *Shopeepay*, dan 30% menggunakan LinkAja. Penelitian ini akan berfokus pada *e-wallet* OVO dan *Shopeepay* yang menduduki peringkat kedua dan ketiga terbanyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. OVO secara resmi sudah memperoleh lisensi dari Bank Indonesia untuk menyediakan layanan jasa *electronic money*. Bank Sentral sudah memberikan izin operasional penuh pada *electronic money* OVO pada 7 Agustus 2017 dan mulai beroperasi pada 22 Agustus 2017 (Siena & Wardhani, 2022). Sedangkan, *shopeepay* adalah layanan dompet digital yang ditawarkan oleh pihak *Shopee*. Berdasarkan survey mengenai *platform e-wallet* yang paling disukai konsumen untuk program promosi, *ShopeePay* menduduki peringkat pertama yaitu 75% responden, sedangkan GoPay sekitar 66% responden, dan OVO hanya 56% (Faddila *et al.*, 2022).

Hal yang menjadi permasalahan saat ini adalah bahwa tidak semua aplikasi *mobile payment* khususnya *e-wallet* berhasil memenangkan hati konsumen, sehingga tidak mengherankan bahwa pemasar *startup fintech* di Indonesia berlomba-lomba menyiapkan dan menerapkan strategi untuk dapat memenangkan pasarnya. Pemasar harus memikirkan bagaimana memperoleh dan mempertahankan pengguna layanan, bagaimana memuaskan mereka, dan bagaimana bisnis seluler dapat memperoleh manfaat dari penggunaan aplikasi seluler mereka secara terus-menerus. Oleh karena itu,

penting bagi penyedia jasa *e-wallet* untuk memiliki pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *mobile payment* khususnya *e-wallet*. Hal ini sangat dibutuhkan karena merupakan kebutuhan mendesak bagi pembuat kebijakan, pemilik restoran, dan pemasar untuk mengembangkan, menyesuaikan, dan berinovasi lebih banyak lagi pada *mobile payment* khususnya *e-wallet* agar mampu untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya.

Technology Acceptance Model (TAM) diakui sebagai model yang kuat dalam menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu atau pengguna atas teknologi baru. Banyak penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian dengan model TAM di bidang *financial technology*. Satu konstruksi asli yang paling penting dari model penerimaan teknologi (TAM), dan telah dipelajari secara luas sebagai variabel sentral dalam adopsi teknologi baru adalah *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* adalah persepsi seseorang mengenai sejauh mana ia dapat percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja aktivitas mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) menemukan bahwa *perceived usefulness* adalah variabel yang paling mempengaruhi niat untuk menggunakan *Apple pay*. Wong & Mo (2019) dan Daragmeh *et al.* (2021) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yang *et al.* (2021) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan *e-wallet*. Konsumen lebih bersedia untuk mempertimbangkan atau menggunakan layanan digital jika layanan tersebut baginya

mampu menawarkan nilai tambah, seperti efisiensi, sedikit usaha, dan penghematan waktu.

Penentu utama sikap pengguna dan niat untuk menerima dan menggunakan teknologi adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). Penelitian yang dilakukan oleh Wong & Mo (2019) dan Yang *et al.* (2021) menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment* khususnya *e-wallet*. Terbukti bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) sangat penting dalam mempengaruhi niat konsumen untuk membeli dengan menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan mencerminkan kemudahan penggunaan suatu teknologi untuk mengakses situs web untuk membeli secara *online* (Yang *et al.*, 2021). Penggunaan teknologi lebih menguntungkan bagi pengguna *online*, dengan kata lain, penerapan teknologi yang lebih mudah akan menjadikannya sebagai metode pembayaran pilihan bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Variabel berikutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived risk*. *Perceived risk* merupakan komponen fatal yang mempengaruhi pembeli untuk membuat keputusan pembelian dalam lingkungan *e-commerce business-to-consumer* (Wong & Mo, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Wong & Mo (2019) serta Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Secara umum, masalah utama yang dihadapi adalah terkait keamanan data, keamanan sistem pembayaran, serta rawannya kebocoran informasi pribadi pengguna. Namun, penelitian Belanche *et al.* (2022) menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif namun tidak signifikan

terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Nainggolan & Andrian (2021) menyatakan bahwa di Indonesia sendiri, Otoritas Bank Indonesia di bidang sistem pembayaran menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang *financial technology* dan *regulatory sandbox*. Peraturan tersebut bertujuan untuk memfasilitasi berbagai inovasi di bidang keuangan dengan menerapkan prinsip perlindungan konsumen di masa sekarang maupun mendatang. Perlindungan konsumen disini yaitu berupa informasi pribadi pengguna yang terekam di dalam *mobile payments*. Salah satu risiko penggunaan *mobile payments* yakni kebocoran informasi pribadi pengguna kepada pihak ketiga. Jika informasi pribadi pengguna bocor pada pihak ketiga maka tingkat kepercayaan dan niat penggunaan dalam bertransaksi pastinya akan menurun. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi pengguna lain (baik pengguna lama maupun baru) untuk ikut serta dalam tidak menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam kajian adopsi teknologi pembayaran digital, khususnya *e-wallet*, dengan mengadaptasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks industri keuangan digital yang tengah berkembang pesat di Indonesia. Transformasi dari sistem pembayaran konvensional menuju sistem digital, khususnya penggunaan *e-wallet* dan *mobile payment*, telah merevolusi cara transaksi dilakukan di masyarakat. Penelitian ini menyoroti fenomena penggunaan *mobile payment* di Indonesia, di mana penetrasi pengguna *smartphone* dan layanan pembayaran *mobile* terus mengalami peningkatan yang signifikan (Gaffar *et al.*, 2020; Rizaty, 2021), berbeda dengan penelitian sebelumnya yang banyak berfokus pada negara dengan tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Yang *et al.* (2021) memberikan bukti bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berperan signifikan dalam niat pengguna untuk mengadopsi *e-wallet*. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan yang dirasakan dan kompatibilitas gaya hidup turut mempengaruhi adopsi *e-wallet*, memberikan perspektif lebih luas tentang faktor psikologis dan sosial yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna. Daragmeh *et al.* (2021), di sisi lain, mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat adopsi mobile payment di kalangan Generasi X di Hongaria, terutama dalam konteks pandemi COVID-19. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa *perceived risk* terkait dengan pandemi menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong perilaku pengguna, dan pengetahuan serta literasi keuangan yang lebih tinggi dapat mengurangi ketakutan terkait risiko. Temuan ini relevan dengan konteks Indonesia, di mana faktor keamanan dan privasi dalam penggunaan *e-wallet* sering menjadi kekhawatiran utama bagi pengguna. Sedangkan Meyliana *et al.* (2019) mengkaji adopsi *Financial Technology* (*FinTech*) dalam konteks Indonesia dengan fokus pada kepercayaan dan persepsi risiko. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap teknologi keuangan berperan penting dalam mendorong adopsi layanan *FinTech*, meskipun persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini memberikan *insight* mengenai pentingnya membangun kepercayaan pengguna, yang juga menjadi aspek penting dalam adopsi *e-wallet*.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena meskipun *e-wallet* menawarkan kemudahan dan efisiensi, banyak pengguna yang masih ragu untuk beralih sepenuhnya ke sistem pembayaran digital karena kekhawatiran terkait keamanan dan privasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *e-wallet*, dengan fokus pada aspek keamanan dan peraturan yang ada yang sering kali kurang diperhatikan dalam studi-studi sebelumnya. Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi perusahaan fintech dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* di Indonesia serta memastikan perlindungan yang lebih baik bagi pengguna. Mengingat semakin berkembangnya teknologi dan layanan pembayaran digital, penelitian ini memberikan kontribusi yang relevan dalam merespons kekhawatiran pengguna terkait risiko dan meningkatkan kepercayaan terhadap platform pembayaran digital di pasar berkembang seperti Indonesia.

Salah satu kontribusi utama dari penelitian ini adalah memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* di Indonesia, dengan menambahkan variabel *perceived risk* sebagai faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) dan Wong & Mo (2019), menekankan pentingnya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, namun belum menggali secara mendalam bagaimana *perceived risk*, terutama dalam konteks keamanan data dan transaksi, dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan *e-wallet*. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Dalam Menggunakan Mobile Payment Sebagai Alat Pembayaran (Studi Khusus: Penggunaan E-Wallet OVO dan Shopeepay Di Provinsi Bengkulu).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap niat menggunakan OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?
3. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak keluar dari topik utama penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi seperti berikut:

1. Variabel penelitian yang digunakan adalah dua komponen TAM yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* serta ditambahkan variabel *perceived risk* sebagai komponen fatal yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay*.
2. Responden pada penelitian ini adalah pengguna *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu.
3. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan *software* SPSS 25

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?
2. Menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?
3. Menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di provinsi Bengkulu?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi tiga diantaranya adalah manfaat bagi penulis, manfaat bagi praktisi, dan manfaat teoritis.

1. Manfaat Bagi Penulis

Memberi wawasan dan pengalaman baru mengenai industri *financial technology*, menambah keyakinan dalam memecahkan suatu masalah, dan mampu memberikan rekomendasi tentang kebijakan bagi perusahaan layanan *financial technology* agar mampu bersaing dan menguasai pangsa pasar.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi industri *financial technology* agar dapat menciptakan strategi yang berorientasi layanan untuk mengamankan kinerja perusahaan yang berkelanjutan.

3. Manfaat Teoritis

Memberi kontribusi dalam literatur bagi para peneliti khususnya yang tertarik untuk meneliti masalah perilaku konsumen pada aplikasi *mobile payment* khususnya *e-wallet*.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri atas 5 (lima) bab inti , yaitu:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi arti latar belakang masalah yang menjelaskan paparan masalah mengenai pentingnya penelitian untuk dilakukan, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang dilakukan dalam penelitian.

2. BAB II Kajian Pustaka

Bab ini memaparkan alasan teoretik atas penelitian yang dilakukan, meliputi landasan teori dan pengertian variabel, telaah penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

3. BAB III Metode Penelitian

Bab ini memuat dua hal pokok, yaitu metode yang berhubungan dengan data dan metode yang berhubungan dengan analisis.

4. BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini memaparkan deskripsi objek penelitian serta analisis statistik deskriptif semua variabel, uji instrumen penelitian, pengolahan data penelitian dengan uji hipotesis, serta melakukan pembahasan terkait hasil penelitian yang dikaitkan dengan hasil penelitian terdahulu.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini terdiri atas simpulan dan saran penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory Acceptance Model (TAM)*

TAM pertama kali diusulkan oleh Davis pada tahun 1986 untuk memahami perilaku manusia terhadap teknologi yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menggambarkan persepsi perilaku atau tindakan. Berdasarkan perkembangannya, model TAM dapat mengevaluasi dan mengidentifikasi elemen-elemen yang mempengaruhi perilaku manusia terhadap penggunaan suatu teknologi (Meyliana *et al.*, 2019).

Natasia *et al* (2021) menjelaskan bahwa model penerimaan teknologi mendefinisikan sikap; persepsi positif atau negatif orang tentang niat untuk mengadopsi sistem diprediksi oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Dalam teori TAM diyakini bahwa kemudahan penggunaan juga dapat memprediksi kegunaan yang dirasakan. Selain itu, niat perilaku mengadopsi sistem diprediksi oleh sikap dan kegunaan yang dirasakan. Kemudian, niat perilaku digunakan untuk memprediksi penggunaan aktual yang digambarkan sebagai penggunaan sistem. Dalam mengumpulkan informasi umum tentang pandangan seseorang dalam menggunakan teknologi, TAM lebih sederhana dan lebih cepat. Lima struktur utama dalam konstruksi TAM :

a) *Perceived Ease Of Use (PEOU)*

Kemudahan penggunaan didefinisikan dengan suatu ukuran yang menurut individu dapat dengan mudah memahami dan menggunakan komputer

b) Perceived Usefulness (PU)

Kegunaan didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menggunakan suatu aplikasi untuk membantu pekerjaannya menjadi lebih baik.

c) Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude*)

Sikap juga dapat didefinisikan dengan perasaan positif atau negatif yang dirasakan individu dalam melakukan perilaku.

d) *Behavioral Intention to Use* (BI)

Behavioral intention to use merupakan tren perilaku yang terus menerapkan teknologi.

e) Penggunaan Sistem Aktual (AU)

Penggunaan sistem yang sebenarnya adalah jika seseorang menganggap sistem mudah digunakan dan memungkinkan peningkatan produktivitas, maka mereka akan puas menggunakan sistem, yang tercermin dalam kondisi penggunaan yang sebenarnya.

2.1.2 Mobile Payment

Mobile payment merupakan alat pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan perangkat elektronik (*smartphone*) (Agustin *et al.*, 2023). Kepopuleran *mobile payment* pertama kali terjadi di Asia dan Eropa sebelum menjadi United States dan Canada. *Mobile payment* sendiri sangat mudah untuk digunakan dan efisien dalam menyimpan uang dalam perangkat elektronik (*smartphone*) (Agustin *et al.*, 2023). *Mobile payment* dapat digunakan untuk membayar kebutuhan barang atau jasa secara *non-tunai* apabila sudah terdaftar pada aplikasi layanan *mobile payment*. Pengisian saldo (*top up*) dapat dilakukan dengan cara pergi ke gerai yang bersangkutan

secara langsung, via transfer melalui ATM, SMS-Banking, Mobile Banking, dan sebagainya (Agustin *et al*, 2023).

2.1.3 Niat Menggunakan *Mobile Payment* (*Intention to Use*)

a. Definisi *Intention to Use Mobile Payment*

Behavior Intention to Use atau *Intention to Use* adalah salah satu komponen utama yang di perlukan oleh Fred D. Davis dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) pada tahun 1989. Kosep ini menggambarkan sejauh mana seseorang memiliki kecendrungan atau niat untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks TAM, *Intention to Use* menjadi faktor prediktif utama untuk prilaku pengguna, yakni apakah mereka akan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan atau tidak. Menurut Davis, *Intention to Use* terbentuk sebagai hasil dari dua faktor utama yaitu manfaat yang di rasakan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan pengguna yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*). Kedua faktor ini saling mempengaruhi dan membentuk sikap pengguna terhadap teknologi yang kemudian mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya.

Ameli & Huriyati (2022) mendefinisikan *intention to use mobile payment* sebagai kesediaan pengguna untuk menggunakan dan merekomendasikan layanan *mobile payment* yang digunkannya kepada orang lain. Yang *et al.* (2021) mendefinisikan *intention to use mobile payment* sebagai niat perilaku pengguna untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Meyliana *et al.* (2019) menyatakan bahwa *intention to use mobile payment mengacu pada* penilaian subyektif seseorang terkait kemungkinan kesediaannya untuk menggunakan *mobile payment* tertentu di masa mendatang. Oleh karena itu, *intention to use* dalam konteks *mobile payment* adalah

penilaian subjektif seseorang terkait kecenderungan mereka untuk menggunakannya secara berkelanjutan dan merekomendasikannya sebagai solusi pembayaran yang praktis dan efisien

b. Indikator Pengukuran *Intention to Use Mobile Payment*

Indikator pengukuran variabel *intention to use mobile payment* diadopsi dari item kuesioner pada penelitian Liébana-Cabanillas *et al.* (2020), Najib & Fahma (2020), Puriwat & Tripopsakul (2021), dan Yang *et al.* (2021), diantaranya :

- 1) Mencoba menggunakan dalam kehidupan sehari-hari
- 2) Tertarik menggunakan untuk keperluan bisnis
- 3) Berniat menggunakan dalam waktu dekat
- 4) Terus menggunakan daripada menghentikan
- 5) Terus menggunakan untuk pembelian barang dan jasa
- 6) Sering menggunakan di masa mendatang
- 7) Bermaksud meningkatkan penggunaan

2.1.4 Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

a. Definisi *Perceived Usefulness*

Fred D. Davis (1989) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Artinya, jika seseorang merasa bahwa teknologi atau sistem tertentu dapat membantu menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih efisien atau efektif, maka mereka akan lebih mungkin untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Menurut Davis, *perceived usefulness* merupakan faktor utama dalam menentukan sikap positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan teknologi. Konsep ini berhubungan

langsung dengan persepsi pengguna tentang bagaimana teknologi akan berdampak pada produktivitas mereka, menghemat waktu, meningkatkan kualitas hasil pekerjaan, dan secara keseluruhan membuat pekerjaan lebih mudah. Hal ini berimplikasi bahwa jika teknologi dianggap bermanfaat, pengguna cenderung akan lebih berminat untuk menggunakannya, bahkan jika mereka memiliki sedikit pengalaman atau pengetahuan sebelumnya tentang teknologi tersebut.

Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi kegunaan tidak hanya memengaruhi niat pengguna dalam tahap awal pengenalan teknologi, tetapi juga mendorong keberlanjutan penggunaan dalam jangka panjang. Bhattacharjee (2001) menemukan bahwa meskipun pengalaman pengguna sebelumnya mungkin kurang memuaskan, jika mereka tetap merasakan kegunaan teknologi tersebut, mereka cenderung tetap menggunakannya. Di sisi lain, Yang *et al.* (2021) menyatakan bahwa *perceived usefulness* (PU) mengacu pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan system akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. *Perceived usefulness* pada layanan mobile payment mengacu pada harapan kognitif pengguna tentang kinerja sistem yang dapat memenuhi keinginan finansial dan gaya hidup mereka, selain meningkatkan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi. Meyliana *et al* (2019) menyatakan *perceived usefulness* sebagai kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sistem layanan *mobile payment* tertentu yang dapat meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan uraian di atas, *perceived usefulness* dalam konteks *mobile payment* mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa sistem tersebut akan meningkatkan efisiensi dan kinerja mereka dalam melakukan transaksi finansial. Konsep ini tidak hanya mencakup kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menyelesaikan transaksi,

tetapi juga bagaimana sistem tersebut dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup dan finansial mereka secara efektif. Dengan kata lain, *perceived usefulness* pada *mobile payment* mencakup keyakinan pengguna bahwa penggunaan layanan tersebut akan memberikan manfaat langsung yang signifikan, seperti menghemat waktu, memberikan kemudahan akses, dan mendukung produktivitas mereka dalam mengelola keuangan secara lebih praktis.

b. Indikator Pengukuran *Perceived usefulness*

Indikator pengukuran *variable perceived usefulness* diadopsi dari item kuesioner pada penelitian Liébana-Cabanillas *et al.* (2020), Najib & Fahma (2020), dan Daragmeh *et al.* (2021) diantaranya :

- 1) Memudahkan transaksi sehari-hari
- 2) Memudahkan pembayaran online
- 3) Mempercepat proses pembayaran
- 4) Lebih menguntungkan daripada metode pembayaran tradisional
- 5) Meningkatkan kualitas transaksi
- 6) Meningkatkan akurasi transaksi
- 7) Meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi
- 8) Meningkatkan produktifitas

2.1.5 Kemudahan yang Dirasakan (*Perceived Ease of Use*)

a. Definisi *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use (PEOU) adalah salah satu komponen utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Konsep ini merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa

menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha yang berat. Dengan kata lain, jika teknologi atau sistem dianggap mudah dipahami dan digunakan, pengguna akan lebih mungkin untuk mengadopsinya. Dalam TAM, *Perceived Ease of Use* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Adiatama & Lestari (2020) memaparkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki peran penting dalam menentukan penerimaan teknologi di berbagai bidang seperti perbankan digital, sistem informasi manajemen, aplikasi *mobile*, dan lainnya. Dalam lingkungan yang kompetitif, perusahaan dan pengembang teknologi berusaha untuk menciptakan antarmuka yang mudah dipahami dan navigasi yang intuitif. Dengan meningkatkan kemudahan penggunaan, mereka dapat mempercepat adopsi teknologi dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Daragmeh *et al.* (2021) menyatakan bahwa PEOU mengacu pada pembebasan sistem dari kompleksitas dan membuatnya lebih ramah pengguna. Secara lebih spesifik, PEOU digambarkan sebagai tingkat kenyamanan dan kepercayaan yang dirasakan pengguna saat belajar dan menggunakan layanan *mobile payment*. Yang *et al.* (2021) menyatakan bahwa PEOU mengacu pada kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna dan mencerminkan kemudahan penggunaan atas layanan *mobile payment* untuk mengakses situs web dan membeli secara *online*. Meyliana *et al* (2019) menyatakan bahwa *perceived ease of use* pada layanan *mobile payment* mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemudahan atas penggunaan layanan *mobile payment* tertentu yang tidak memerlukan banyak usaha untuk mempelajarinya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* dalam konteks *mobile payment* merujuk pada sejauh mana layanan tersebut dirancang agar pengguna merasa nyaman, tanpa

harus menghadapi hambatan dalam proses pembelajaran atau penggunaan, yang pada akhirnya mempermudah proses adopsi dan penggunaan layanan secara konsisten

b. Indikator Pengukuran *Perceived Ease of Use*

Indikator pengukuran variable *perceived ease of use* diadopsi dari item kuesioner pada penelitian Najib & Fahma (2020), Daragmeh *et al.* (2021), dan Yang *et al.* (2021) diantaranya :

- 1) Dapat diakses dengan mudah
- 2) Mudah digunakan
- 3) Tampilan antarmuka mudah dipelajari
- 4) Tampilan antarmuka mudah dipahami
- 5) Prosedur pembayaran mudah dimengerti
- 6) Mudah menjadi terampil
- 7) Memerlukan usaha minimal
- 8) Transaksi menjadi lebih fleksibel

2.1.6 Risiko yang Dirasakan (*Perceived Risk*)

a. Definisi *Perceived Risk*

Perceived Risk (risiko yang dirasakan) adalah konsep yang diperkenalkan oleh Bauer (1960) dalam ranah pemasaran untuk menggambarkan tingkat ketidakpastian atau risiko yang konsumen rasakan saat membuat keputusan, terutama terkait dengan aspek keamanan, privasi, atau potensi kerugian finansial. Menurut Bauer, *perceived risk* merupakan sejauh mana individu merasa ada potensi risiko dalam suatu tindakan, baik itu pembelian produk atau penggunaan teknologi tertentu. Konsep ini menjadi sangat relevan dalam penerimaan teknologi, khususnya pada layanan berbasis digital seperti e-

commerce, pembayaran digital (*mobile payment*), dan layanan online lainnya, di mana ketidakpastian lebih terasa bagi pengguna.

Wong & Mo (2019) menyoroti bahwa dalam model-model penerimaan teknologi yang diperluas, seperti *Extended Technology Acceptance Model* (TAM2) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *perceived risk* dimasukkan sebagai variabel tambahan untuk mengukur penerimaan teknologi dalam situasi berisiko. Model-model ini mempertimbangkan faktor eksternal, termasuk persepsi risiko, yang dapat menghambat atau mempercepat adopsi teknologi. Sebagai contoh, pada teknologi finansial dan layanan digital, aspek risiko sering kali mempengaruhi niat (*intention to use*) dan sikap pengguna secara negatif, artinya semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah keinginan pengguna untuk menerima atau terus menggunakan teknologi tersebut.

Beberapa penelitian juga mendefinisikan *perceived risk* dalam konteks pembayaran digital. Menurut, Meyliana *et al* (2019), *perceived risk* dalam layanan *mobile payment* adalah persepsi pengguna tentang potensi konsekuensi negatif yang dapat terjadi dari penggunaan layanan tersebut, seperti risiko pencurian data atau kerugian finansial. Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) menambahkan bahwa persepsi ini melibatkan kemungkinan berbagai hasil yang dapat merugikan pengguna. Yuan *et al.* (2016) menekankan bahwa *perceived risk* mencakup ketidakpastian pengguna dan potensi konsekuensi yang merugikan, yang pada akhirnya dapat mengurangi minat pengguna untuk menggunakan atau melanjutkan penggunaan layanan tersebut. Berdasarkan uraian ini, *perceived risk* dalam konteks *mobile payment* menunjukkan sejauh mana pengguna merasa waspada terhadap potensi risiko atau ketidakpastian

dalam menggunakan layanan ini, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk menerima atau menolaknya.

b. Indikator Pengukuran *Perceived Risk*

Indikator pengukuran variable *perceived risk* diadopsil dari item kuesioner pada penelitian Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) dan Belanche *et al.* (2022), diantaranya:

- 1) Penggunaan layanan *mobile payment* beresiko
- 2) Berhati-hati menggunakan
- 3) Memilih alternatif pembayaran lain
- 4) Menghindari penggunaan layanan *mobile payment*
- 5) Ada kemungkinan informasi transaksi dapat diakses oleh orang lain
- 6) Ada potensi kerugian moneter
- 7) Ada risiko yang signifikan

2.2 Telaah Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Variabel yang Digunakan	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	<i>Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation : The Case of Apple Pay</i> Sumber : Liébana-Cabanillas <i>et al.</i> (2020)	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Intention To Use</i> <u>Variabel Independen:</u> 1. <i>Mobile User Skillfulness</i> 2. <i>Individual's Personal Innovation</i> 3. <i>Perceived Usefulness</i> 4. <i>Effort Expectation</i> 5. <i>Convenience Of Use</i> 6. <i>Perceived Value</i> 7. <i>Perceived Risk</i>	<i>Exploratory (EFA) and Confirmatory Analyses (CFA)</i>	1. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use</i> 2. <i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>intention to use</i>

2.	<i>A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technological Acceptance Model</i>	<p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Consumer Intention To Use Mobile Payment</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u> 1. <i>Perceived Risk</i> 2. <i>Perceived Trust</i> 3. <i>Perceived Security</i> 4. <i>Perceived Ease Of Use</i> 5. <i>Perceived Usefulness</i></p>	Analisis Regresi Linear Berganda	1. <i>Perceived security, perceived trust, perceived ease of use, dan perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>consumer intention to use mobile payment</i> 2. <i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>consumer intention to use mobile payment</i>
	Sumber : Wong & Mo (2019)			
3.	<i>Cashless Transactions : A Study on Intention and Adoption of e-Wallets</i>	<p><u>Variabel Independen:</u> 1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> 3. <i>Social Influence</i> 4. <i>Facilitating Conditions</i> 5. <i>Lifestyle Compatibility</i> 6. <i>Perceived Trust</i></p> <p><u>Variabel Mediasi :</u> <i>Intention to Use an e-Wallet</i></p> <p><u>Variabel Moderasi :</u> 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i> 3. <i>Education</i></p> <p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Adoption of E-Wallet</i></p>	Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)	<i>Social influence, lifestyle compatibility, perceived trust, perceived usefulness, perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use an e-wallet</i>
	Sumber : Yang et al. (2021)			
4.	<i>FinTech payments in the era of COVID-19 : Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment</i>	<p><u>Variabel Independen:</u> 1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> 3. <i>Subjective Norms</i> 4. <i>Perceived Risk Of COVID-19</i></p> <p><u>Variabel Mediasi :</u> <i>Intention to Use an e-Wallet</i></p> <p><u>Variabel Dependen:</u> <i>BI to use Mobile payments</i></p>	Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)	1. <i>Subjective norms, perceived risk of COVID-19 dan perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>BI to use mobile payments</i> 2. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>BI to use mobile payments</i>
	Sumber : Daragmeh et al. (2021)			

5. <i>The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia</i>	<u>Variabel Independen:</u> 1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Perceived ease of use</i> 3. <i>Attitude</i> 4. <i>Perceived Risk</i> 5. <i>Trust</i>	<i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>	1. <i>Perceived risk</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use fintech</i>
Sumber :	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Intention to Use Fintech</i>		
Meyliana et al (2019)			

2.3 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Satu konstruksi asli yang paling penting dari model penerimaan teknologi (TAM), dan telah dipelajari secara luas sebagai variabel sentral dalam adopsi teknologi baru adalah *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* adalah persepsi seseorang mengenai sejauh mana ia dapat percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja aktivitas mereka. Yang *et al.* (2021) menjelaskan bahwa kegunaan ini dapat menambah layanan lain untuk memastikan konsumen menikmati penggunaan *mobile payment* sebagai pembayaran alternatif. Infrastruktur digital berkontribusi pada sistem pengiriman informasi, sehingga meningkatkan efek kegunaan yang dirasakan dari sistem pada niat untuk menggunakan teknologi.

Secara umum, dapat diasumsikan bahwa konsumen lebih bersedia untuk mempertimbangkan atau menggunakan layanan digital yang menawarkan nilai tambah, seperti efisiensi, sedikit usaha, dan penghematan waktu. Misalnya, konsumen menganggap belanja *online* sebagai metode yang berguna karena memungkinkan mereka mendapatkan informasi yang bermanfaat dan memberikan pengalaman

berbelanja yang cepat. Individu yang bekerja dan bertanggung jawab akan menimbang manfaat dan biaya dalam keputusan sehari-hari mereka seperti menggunakan *mobile payment* (Daragmeh *et al.*, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) menemukan bahwa *perceived usefulness* adalah variabel yang paling mempengaruhi niat untuk menggunakan *Apple pay*. Wong & Mo (2019) dan Daragmeh *et al.* (2021) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yang *et al.* (2021) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan *e-wallet*. Konsumen lebih bersedia untuk mempertimbangkan atau menggunakan layanan digital jika layanan tersebut baginya mampu menawarkan nilai tambah, seperti efisiensi, sedikit usaha, dan penghematan waktu. Oleh karena itu, rumusan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan Shopeepay

2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Penentu utama sikap pengguna dan niat untuk menerima dan menggunakan teknologi adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). Terbukti bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) sangat penting dalam mempengaruhi niat konsumen untuk membeli dengan menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan mencerminkan kemudahan penggunaan suatu teknologi untuk mengakses situs web untuk membeli secara *online*

(Yang *et al.*, 2021). Penggunaan teknologi lebih menguntungkan bagi pengguna *online*, dengan kata lain, penerapan teknologi yang lebih mudah akan menjadikannya sebagai metode pembayaran pilihan bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wong & Mo (2019) dan Yang *et al.* (2021) menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment* khususnya *e-wallet*. Oleh karena itu, rumusan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₂ : *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan Shopeepay

3. Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) berpendapat bahwa penerapan model klasik dari berbagai bentuk penelitian *mobile payment* (misalnya, TAM, TPB) tidak secara eksplisit memasukkan risiko yang dirasakan oleh pengguna sebagai penghalang adopsi teknologi oleh mereka. Meskipun demikian, tidak ada keraguan bahwa risiko yang dirasakan adalah salah satu prediktor terbesar dari transaksi pembayaran dengan menggunakan layanan *mobile payment* (Al-Saedi *et al.*, 2019).

Wong & Mo (2019) menjelaskan bahwa ada sekitar 76% orang yang menolak berbelanja melalui sistem *online* dikarenakan risikonya yang tinggi. Dalam kasus *mobile payment* di Hong Kong, risiko yang dirasakan meningkat, sehingga niat pengguna untuk menggunakan layanan *mobile payment* menurun. Risiko keuangan dan risiko kinerja adalah risiko utama yang terjadi pada layanan *mobile payment* di Hong Kong. Belanche *et al.* (2022) menjelaskan bahwa adanya persepsi risiko pengguna terhadap layanan *mobile payment* dapat muncul karena dua hal, yakni pertama, calon

pengguna *mobile payment* mungkin merasakan risiko karena menganggap ada ketidakpastian dalam menggunakan *platform* yang menawarkan layanan inovatif. Kedua, risiko dapat dihasilkan melalui konsekuensi dari penggunaan layanan *mobile payment* itu sendiri. Pengguna mungkin bertanya pada diri sendiri apa yang akan terjadi jika ada peretasan besar-besaran ke dalam sistem *mobile payment*, dan kemudian peretas menggunakan akun atau data pribadi mereka secara ilegal. Menggunakan layanan *mobile payment* menciptakan ketidakpastian pada individu karena perilaku ini mungkin memiliki konsekuensi negatif.

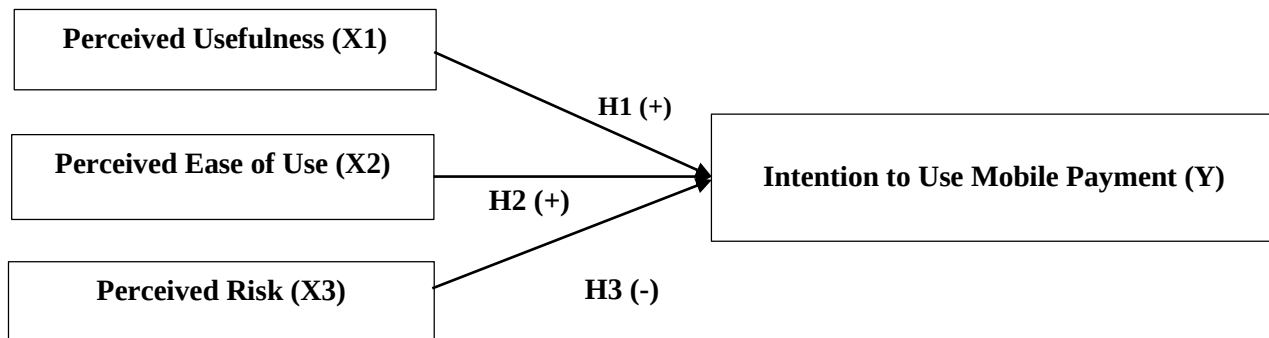
Penelitian yang dilakukan oleh Wong & Mo (2019) serta Liébana-Cabanillas *et al.* (2020) menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Secara umum, masalah utama yang dihadapi adalah terkait keamanan data, keamanan sistem pembayaran, serta rawannya kebocoran informasi pribadi pengguna. Oleh karena itu, rumusan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₃ : *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan Shopeepay

2.4 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka mengenai niat penggunaan teknologi dalam konteks *mobile payment* yang dilakukan oleh penelitian Liébana-Cabanillas *et al.* (2020), Daragmeh *et al.* (2021), Yang *et al.* (2021), Meyliana *et al.* (2019), dan Wong & Mo (2019), maka penelitian ini menggunakan variabel kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), serta risiko yang dirasakan (*perceived risk*) sebagai prediktor yang mempengaruhi niat menggunakan (*intention to*

use) *mobile payment* OVO dan *Shopeepay* di Provinsi Bengkulu. Kerangka konseptual dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

H₁: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay*

H₂: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay*

H₃: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan *mobile payment* OVO dan *Shopeepay*

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Klasifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal dalam bentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sekaran & Bougie, 2017). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent*), dan variabel terikat (*dependen*).

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sekaran & Bougie (2017), variabel bebas (*independent variable*) adalah salah satu variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Dengan kata lain, varian dalam variabel dependen diperhitungkan oleh variabel independen dan perubahan dalam variabel independen akan menyebabkan perubahan dalam variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *perceived risk* (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sekaran & Bougie (2017), variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti untuk menemukan jawaban atau solusi atas permasalahan yang sedang diteliti. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *intention to use mobile payment* (Y).

3.2 Definisi Operasional

Menurut Sekaran & Bougie (2017), definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan pemberian arti suatu operasional

yang dibutuhkan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Intention To Use Mobile Payment</i> (ITU)	Penilaian subyektif seseorang terkait kemungkinan kesediaan untuk menggunakan <i>mobile payment</i> tertentu di masa mendatang (Meyliana <i>et al</i> , 2019).	1) Mencoba menggunakan dalam kehidupan sehari-hari 2) Tertarik menggunakan untuk keperluan bisnis 3) Berniat menggunakan dalam waktu dekat 4) Terus menggunakan daripada menghentikan 5) Terus menggunakan untuk pembelian barang dan jasa 6) Sering menggunakan di masa mendatang 7) Bermaksud meningkatkan penggunaan

Sumber:

Liébana-Cabanillas *et al.* (2020)

Najib & Fahma (2020)

Puriwat & Tripopsakul (2021)

Yang *et al.* (2021)

<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	Kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sistem <i>mobile payment</i> tertentu yang dapat meningkatkan kinerja (Meyliana <i>et al</i> , 2019).	1) Memudahkan transaksi sehari-hari 2) Memudahkan pembayaran online 3) Mempercepat proses pembayaran 4) Lebih menguntungkan daripada metode pembayaran tradisional 5) Meningkatkan kualitas transaksi 6) Meningkatkan akurasi transaksi 7) Meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi 8) Meningkatkan produktifitas
----------------------------------	---	---

Sumber:

Liébana-Cabanillas *et al.* (2020)

Najib & Fahma (2020)

Daragmeh *et al.* (2021)

<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	Keyakinan seseorang terhadap kemudahan atas penggunaan layanan <i>mobile payment</i> tertentu yang tidak memerlukan banyak usaha untuk mempelajarinya (Meyliana <i>et al</i> , 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat diakses dengan mudah 2. Mudah digunakan 3. Tampilan antarmuka mudah dipelajari 4. Tampilan antarmuka mudah dipahami 5. Prosedur pembayaran mudah dimengerti 6. Mudah menjadi terampil 7. Memerlukan usaha minimal 8. Transaksi menjadi lebih fleksibel
--	---	--

Sumber:

Najib & Fahma (2020)

Daragmeh *et al.* (2021)

Yang *et al.* (2021)

<i>Perceived Risk</i> (PR)	Persepsi pengguna atas kemungkinan adanya konsekuensi negatif yang merugikan dari penggunaan sistem <i>mobile payment</i> (Meyliana <i>et al</i> , 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan layanan <i>mobile payment</i> beresiko 2. Berhati-hati menggunakan 3. Memilih alternatif pembayaran lain 4. Menghindari penggunaan layanan <i>mobile payment</i> 5. Ada kemungkinan informasi transaksi dapat diakses oleh orang lain 6. Ada potensi kerugian moneter 7. Ada risiko yang signifikan
-------------------------------	---	---

Sumber :

Liébana-Cabanillas *et al.* (2020)

Belanche *et al.* (2022)

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin peneliti selidiki (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Provinsi Bengkulu yang menggunakan *mobile payment* OVO dan Shopeepay.

Sampel adalah unit yang merupakan sebagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2017). Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive*

sampling dengan beberapa pertimbangan agar data yang diperoleh lebih representatif. *Purposive sampling* merupakan teknik *sampling non random*, di mana sample pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan mobile payment OVO dan Shopeepay yang berdomisili di Provinsi Bengkulu (Kota Bengkulu, Bengkulu Selatan, Bengkulu Tengah, Bengkulu Utara, Kaur, Kepahiang, Lebong, Mukomuko, Rejang Lebong, dan Seluma), serta minimal setidaknya responden pernah membuka maupun memakai aplikasi mobile payment OVO dan Shopeepay.

Menurut Hair *et al.* (2014), ukuran sampel yang baik harus 100 atau lebih besar, dengan aturan umum yaitu jumlah sampel minimum setidaknya memiliki rasio 5:1 atau lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Jumlah item pertanyaan dalam kuesioner pada penelitian ini adalah sebanyak 30 item, sehingga jumlah sampel minimum yang diperbolehkan dalam penelitian ini sebanyak 300 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagi data menjadi dua kategori, yaitu primer dan sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Data Primer

Data utama penelitian didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna *mobile payment* OVO dan Shopeepay di Provinsi Bengkulu. Sehingga, data primer yang diperoleh adalah berupa jawaban responden atas pernyataan-pernyataan kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan *mobile payment* OVO dan Shopeepay sebagai alat pembayaran.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari mengkaji kajian teoritis dan referensi seperti situs, buku-buku pendukung, dan jurnal penelitian ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2017), kuesioner secara umum didesain untuk mengumpulkan banyak data kuantitatif yang diberikan secara personal kepada responden atau didistribusikan secara elektronik. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. Variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Kemudian, dijadikan sebagai acuan atau titik tolak dalam penyusunan *item-item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala pengukuran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

No.	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Ada dua uji instrumen yang dilakukan dalam pengujian kuesioner penelitian ini, yaitu :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu pertanyaan dalam angket penelitian. Validasi dilakukan dengan menggunakan korelasi dua variabel pada setiap item pertanyaan dengan skor total. Hasil uji validasi menghasilkan nilai *pearson correlation* pada setiap item pertanyaan di masing-masing variabel (Ghozali, 2018).

Pengambilan keputusan pada uji validitas yaitu dengan melihat nilai signifikansi di setiap item pernyataan, apabila signifikansi kurang dari 0,05 maka item pernyataan kuesioner dinyatakan valid. Selain itu, item pertanyaan dapat dikatakan valid juga dapat dilihat dengan adanya tanda asteris di sebelah kanan atas nilai *pearson correlation* (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner disebut reliabel apabila jawaban responden pada pernyataannya tetap dan konsisten di setiap waktunya. Reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dan dikatakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2018). Selain itu, Arikunto (2006) dan Sugiyono (2019) juga menyatakan bahwa item pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha yang dihasilkan adalah $> 0,6$, sedangkan jika nilai Cronbach's alpha $< 0,6$ maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis ini diuji dengan menggunakan uji statistika deskriptif yang mana bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data, dapat dilihat dari nilai mean (rata-rata), standar deviasi, maksimum, dan *minimum* (Ghozali, 2018).

3.6.3 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 25 untuk melihat pengaruh hubungan yang terbentuk pada model penelitian. Pengujian dilakukan dengan melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan uji t, uji F dan uji determinasi (*R-Square*).

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian dilakukan untuk melihat bentuk dari sebaran data residual model penelitian. Normalitas model regresi penelitian dilihat dengan melakukan uji statistik *Kolmogorov-smirnov*. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari $\alpha = 0,05$ artinya data residual berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

2) Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah ada ketidaksetaraan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Mendeteksi gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji glesjer. Uji glesjer mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi hitung yang dihasilkan kurang dari 0,05.

3) Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel-variabel independen satu sama lain. Analisis multikolinearitas penelitian dilihat dengan memeriksa nilai toleransi dan nilai VIF. Variabel-variabel independen model regresi dapat dikatakan tidak berhubungan satu sama lain atau tidak mengalami gejala multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* $\leq 0,10$, dan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2018).

b. Uji Hipotesis dan Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan *mobile payment* OVO dan *shopeepay* sebagai alat pembayaran. Selain itu, skala data pada kuesioner penelitian berbentuk interval dengan menggunakan skala *likert*. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *intention to use mobile payment*

α = konstanta (intersep)

b = konstanta regresi (*slope*)

X_1 = *perceived usefulness*

X_2 = *perceived ease of use*

X_3 = *perceived risk*

Rangkaian uji hipotesis yang dilakukan pada analisis regresi linear berganda antara lain :

1) Koefisien Determinasi (*Adjusted R-Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya kontribusi dapat dilihat dari nilai *adjusted r-square* yang dikalikan dengan 100% (Ghozali, 2018).

2) Uji Parsial (*t-Test*)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidaknya masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan yaitu dengan melihat nilai Signifikansi hitung (Sig.), apabila diperoleh nilai $\text{Sig.} < \text{Signifikansi } \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data atau penyebaran kuesioner dilakukan selama 4 minggu terhitung dari tanggal 17 April – 8 Mei 2023. Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik	Frekuensi	Presentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	46%
		Perempuan	54%
	Jumlah	300	100%
2	Usia	17 Tahun	3%
		18 - 30 Tahun	90%
		31 - 60 Tahun	7%
	Jumlah	300	100%
3	Domisili	Kota Bengkulu	18%
		Bengkulu Selatan	8%
		Bengkulu Tengah	12%
		Bengkulu Utara	8%
		Kaur	12%
		Kepahiang	8%
		Lebong	8%
		Mukomuko	8%
		Rejang Lebong	8%
		Seluma	8%
	Jumlah	300	100%

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian (Lanjutan)

4	Pendidikan Terakhir	SD	0	0%
		SMP	0	0%
		SMA	98	33%
		S1/Sederajat	179	60%
		Lain-lain	23	8%
Jumlah		300	100%	
5	Aktivitas Saat Ini	Tidak Bekerja	8	3%
		Buruh	1	0%
		Pegawai Swasta	81	27%
		Pegawai Negeri Sipil	28	9%
		Ibu Rumah Tangga	6	2%
		Pelajar/Mahasiswa	115	38%
		Lain-lain	61	20%
Jumlah		300	100%	
6	Tingkat Pendapatan	< Rp. 500.000	60	20%
		> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	55	18%
		Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	98	33%
		> Rp. 3.000.000	87	29%
		Jumlah		300
7	Seberapa sering Anda menggunakan <i>Mobile Payment</i> OVO atau <i>Shopeepay</i> ?	Hampir setiap hari	39	13%
		Beberapa kali seminggu	127	42%
		Sekali seminggu	40	13%
		Sekali sebulan	40	13%
		Dua atau tiga kali sebulan	54	18%
Jumlah		300	100%	

Sumber : olah data peneliti, 2023

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebesar 54% atau sebanyak 161 orang, dan sisanya sebesar 46% atau sebanyak 139 orang adalah laki-laki. Tabel 4.1 juga menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari 10 orang pengguna berusia 17 tahun (3%), 270 orang pengguna dengan rentang usia 18 - 30 tahun (90%), serta sebanyak 20 orang pengguna dengan usia 31 - 60 tahun atau sebanyak 7% dari keseluruhan total responden.

Sebanyak 55 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini berdomisili di kota Bengkulu, 25 berdomisili di Bengkulu Selatan, 35 orang berdomisili di Bengkulu Tengah, 25 orang berdomisili di Bengkulu Utara, 35 orang berdomisili di Kaur, 25 orang berdomisili di Kepahiang, 25 orang berdomisili di Lebong, 25 orang berdomisili di Mukomuko, 25 orang berdomisili di Rejang Lebong, dan 25 orang berdomisili di Seluma. Tabel 4.1 juga menunjukkan bahwa sebanyak 98 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini berpendidikan SMA, 179 orang berpendidikan S1/ sederajat, dan sebanyak 23 orang dengan jenjang pendidikan yang lainnya.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini tidak bekerja, 1 orang bekerja sebagai buruh, 81 orang merupakan pegawai swasta, 28 orang merupakan pegawai negeri sipil, 6 orang dengan aktivitas sebagai ibu rumah tangga, 115 orang adalah pelajar/mahasiswa, serta 61 orang dengan aktivitas lainnya. Sebanyak 60 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini memiliki pendapatan < Rp. 500.000, sebanyak 55 orang dengan tingkat pendapatan > Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000, sebanyak 98 orang dengan tingkat pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000, serta sebanyak 87 orang dengan tingkat pendapatan > Rp. 3.000.000.

Sebanyak 39 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *shopeepay* pada penelitian ini menggunakan aplikasi dengan frekuensi hampir setiap hari, 127 orang dengan frekuensi penggunaan beberapa kali dalam satu minggu, 40 orang dengan frekuensi penggunaan sekali dalam seminggu, 40 orang dengan frekuensi penggunaan

sekali dalam sebulan, serta sebanyak 54 orang dengan frekuensi penggunaan dua atau tiga kali dalam sebulan.

4.1.2 Analisis Statistika Deskriptif

Hasil analisis statistika deskriptif ditampilkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Analisis Statistika Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived_Usefulness	300	2,38	4,00	3,60	0,35
Perceived_Ease_of_Use	300	2,13	4,00	3,51	0,36
Perceived_Risk	300	1,43	4,00	2,67	0,58
Intention_to_Use	300	2,29	4,00	3,21	0,36
Valid N (listwise)	300				

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa total responden pada penelitian ini adalah sebanyak 300 orang pengguna *mobile payment* OVO dan *Shopeepay*. Hasil analisis statistika deskriptif secara rinci dijelaskan sebagai berikut :

- Variabel *perceived usefulness* mempunyai nilai minimum 2,38 dan nilai maksimumnya sebesar 4. Rata-rata jawaban responden atas pernyataan kuesioner dari variabel ini adalah sebesar 3,60. Artinya, rata-rata responden penelitian memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala *likert*.
- Variabel *perceived ease of use* mempunyai nilai minimum 2,13 dan nilai maksimumnya sebesar 4. Rata-rata jawaban responden atas pernyataan kuesioner dari variabel ini adalah sebesar 3,51. Artinya, rata-rata responden penelitian memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala *likert*.
- Variabel *perceived risks* mempunyai nilai minimum 1,43 dan nilai maksimumnya sebesar 4. Rata-rata jawaban responden atas pernyataan kuesioner dari variabel ini

adalah sebesar 2,67. Artinya, rata-rata responden penelitian memberikan jawaban “Tidak Setuju” berdasarkan skala *likert*.

- d. Variabel *intention to use mobile payment* mempunyai nilai minimum 2,29 dan nilai maksimumnya sebesar 4. Rata-rata jawaban responden atas pernyataan kuesioner dari variabel ini adalah sebesar 3,21. Artinya, rata-rata responden penelitian memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala *likert*.

4.2 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji validasi dan uji reliabilitas menggunakan *Software IBM SPSS 26*.

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu item pernyataan dikatakan valid yaitu adanya tanda asteris di sebelah kanan atas nilai *pearson correlation*, dan nilai signifikansi hitung yang kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018).

Hasil uji validasi pada variabel *perceived usefulness* (X_1) menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi hitung yang diperoleh pada item pernyataan kuesioner adalah $< 0,05$ dan memiliki tanda asteris, sehingga dinyatakan semua item valid. Hasil uji validitas untuk variabel *perceived usefulness* (X_1) ditampilkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Output Uji Validitas *Perceived Usefulness* (X₁)

Item Pernyataan Ke-	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Item1	0,641**	0,000	Valid
Item2	0,466**	0,000	Valid
Item3	0,625**	0,000	Valid
Item4	0,616**	0,000	Valid
Item5	0,646**	0,000	Valid
Item6	0,500**	0,000	Valid
Item7	0,645**	0,000	Valid
Item8	0,532**	0,000	Valid

Hasil uji validasi pada variabel *perceived ease of use* (X₂) menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi hitung yang diperoleh pada item pernyataan kuesioner adalah $< 0,05$ dan memiliki tanda asteris, sehingga dinyatakan semua item valid. Hasil uji validitas untuk variabel *perceived ease of use* (X₂) ditampilkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Output Uji Validitas *Perceived Ease of Use* (X₁)

Nomor Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Item1	0,574**	0,000	Valid
Item2	0,540**	0,000	Valid
Item3	0,659**	0,000	Valid
Item4	0,646**	0,000	Valid
Item5	0,635**	0,000	Valid
Item6	0,571**	0,000	Valid
Item7	0,579**	0,000	Valid
Item8	0,602**	0,000	Valid

Hasil uji validasi pada variabel *perceived risk* (X₃) menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi hitung yang diperoleh pada item pernyataan kuesioner adalah $< 0,05$ dan memiliki tanda asteris, sehingga dinyatakan semua item valid. Hasil uji validitas untuk variabel *perceived risk* (X₃) ditampilkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 *Output Uji Validitas Perceived Risk (X₃)*

Nomor Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Item1	0,457**	0,000	Valid
Item2	0,463**	0,000	Valid
Item3	0,526**	0,000	Valid
Item4	0,644**	0,000	Valid
Item5	0,765**	0,000	Valid
Item6	0,757**	0,000	Valid
Item7	0,809**	0,000	Valid

Hasil uji validasi pada variabel *intention to use mobile payment (X₃)* menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi hitung yang diperoleh pada item pernyataan kuesioner adalah $< 0,05$ dan memiliki tanda asteris, sehingga dinyatakan semua item valid. Hasil uji validitas untuk variabel *intention to use mobile payment (X₃)* ditampilkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 *Output Uji Validitas Intention To Use Mobile Payment (X₃)*

Nomor Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Item1	0,523**	0,000	Valid
Item2	0,589**	0,000	Valid
Item3	0,593**	0,000	Valid
Item4	0,589**	0,000	Valid
Item5	0,623**	0,000	Valid
Item6	0,596**	0,000	Valid
Item7	0,327**	0,000	Valid

2. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden pada pernyataannya tetap dan konsisten di setiap waktunya Reliabilitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dan dikatakan reliabel jika mempunyai nilai *cronbach alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 *Output Uji Reliabilitas*

Nama Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	0,714	8	Reliabel
Perceived Ease of Use (X2)	0,740	8	Reliabel
Risk Perception (X3)	0,764	7	Reliabel
Intention to Use (Y)	0,606	7	Reliabel

4.3 Analisis Regresi Berganda

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan melakukan uji statistik *Kolmogorov-smirnov*.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 *Output Uji Normalitas*

		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,54875721
Most Extreme Differences	Absolute	0,050
	Positive	0,050
	Negative	-0,025
Kolmogorov-Smirnov Z		0,858
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,453

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi hitung pada *kolmogorov-smirnov test* lebih besar dari signifikansi α ($0,453 > 0,05$), sehingga disimpulkan bahwa data residual model regresi berdistribusi normal.

4.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas dideteksi dengan melakukan uji glesjer. Hasil Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 *Output* Uji Heteroskedastisitas

	Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,604	1,352		1,186	0,236
	Perceived_Usefulness	-0,031	0,030	-0,060	-1,030	0,304
	Perceived_Ease_of_Use	0,045	0,029	0,090	1,551	0,122
	Perceived_Risk	0,006	0,021	0,015	0,265	0,791

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa signifikansi hitung yang dihasilkan oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk* lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga tidak ada satupun variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai Absolut Res_2. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas yang terjadi pada model regresi.

4.3.1.3 Uji Multikolinearitas

Gejala multikolinearitas antar variabel independen dilihat dengan memeriksa nilai *tolerance* dan nilai VIF. Hasl uji multikolinearitas pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 *Output* Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
(Constant)	18,170	2,353		7,721	0,000		
1 Perceived_Usefulness	0,019	0,053	0,021	0,360	0,719	0,985	1,015
Perceived_Ease_of_Use	0,143	0,051	0,162	2,817	0,005	0,988	1,012
Perceived_Risk	-0,012	0,036	-0,019	-0,320	0,749	0,982	1,019

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai toleransi semua variabel adalah lebih besar dari 0,10 dan semua nilai VIF adalah kurang dari 10,00, sehingga disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel bebas pada model regresi (tidak terjadi multikolinearitas).

4.3.2 Uji Hipotesis

4.3.2.1 Persamaan Regresi Linear

Persamaan regresi berganda dapat dibentuk dari *output* pengujian pada uji t (parsial). Persamaan regresi diambil dari nilai *unstandardize coefficient beta* karena masing-masing variabel independen sebelum diolah regresi tidak distandarisasi terlebih dahulu, sehingga persamaan regresi yang terbentuk memiliki nilai koefisien. *Output* analisis regresi berganda ditampilkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 *Output Analisis Regresi Berganda*

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,170	2,353		7,721	0,000
Perceived_Usefulness	0,019	0,053	0,021	0,360	0,719
Perceived_Ease_of_Use	0,143	0,051	0,162	2,817	0,005
Perceived_Risk	-0,012	0,036	-0,019	-0,320	0,749

Persamaan regresi yang terbentuk dari Tabel 4.11 yaitu:

$$Intention\ to\ Use = 18,170 + 0,019\ PU + 0,143\ PEOU - 0,012\ PR$$

Keterangan:

1) Konstanta (α)

Pada hasil analisis regresi diperoleh konstanta sebesar 18,170 (positif). Artinya, setiap kenaikan nilai α sebanyak satu satuan, maka nilai Y akan bertambah sebesar α ketika tidak ada penambahan nilai X_1 , X_2 , dan X_3 .

2) Koefisien Regresi *Perceived Usefulness* (β_1)

Koefisien regresi variabel *perceived usefulness* adalah 0,019 (positif). Artinya, nilai *perceived usefulness* akan memberikan pengaruh yang positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan *mobile payment* OVO maupun *Shopeepay*. Oleh karena itu, kenaikan nilai pada *perceived usefulness* akan linear dengan kenaikan nilai pada *intention to use mobile payment*.

3) Koefisien Regresi *Perceived Ease of Use* (β_2)

Koefisien regresi variabel *perceived ease of use* adalah 0,153 (positif). Artinya, nilai *perceived ease of use* akan memberikan pengaruh yang positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan *mobile payment* OVO maupun *Shopeepay*. Oleh karena

itu, kenaikan nilai pada *perceived ease of use* akan *linear* dengan kenaikan nilai pada *intention to use mobile payment*.

4) Koefisien Regresi *Perceived Risk* (β_3)

Koefisien regresi variabel *perceived risk* adalah -0,012 (negatif). Artinya, nilai *perceived risk* akan memberikan pengaruh yang negatif terhadap niat pengguna dalam menggunakan *mobile payment* OVO maupun Shopeepay. Oleh karena itu, kenaikan nilai pada *perceived risk* akan *non-linear* dengan kenaikan nilai pada *intention to use mobile payment*.

4.3.2.2 Uji Parsial *t*

Uji *t* dilakukan untuk melihat pengaruh individual atau parsial dari masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.11, maka diperoleh analisis uji parsial *t* berikut:

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Nilai *coefficient beta* adalah sebesar 0,019 (positif), artinya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use mobile payment* bernilai positif. Nilai *P-values* sebesar 0,719 yang mana lebih besar dari 0,05. Maka, **H₁ tidak didukung, artinya bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*.**

2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Nilai *coefficient beta* adalah sebesar 0,143 (positif), artinya pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use mobile payment* bernilai positif. Nilai *P-values* sebesar 0,005 yang mana lebih kecil dari 0,05. Maka, **H₂ didukung, artinya bahwa**

perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use mobile payment*.

3. Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Nilai *coefficient beta* adalah sebesar -0,012 (negatif), artinya pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to use mobile payment* bernilai negatif. Nilai *P-values* sebesar 0,749 yang mana lebih besar dari 0,05. Maka, **H₃ tidak didukung**, artinya bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*.

4.3.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *Adjusted R-Square* di tabel *output model summary*. *Adjusted R Square* yaitu nilai *R-Square* yang telah dikurangi dengan nilai *error*, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat (Ghozali, 2018). *Output Model Summary* ditampilkan pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 *Output Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,165 ^a	0,027	0,017	2,562

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,017, maka sebesar 1,7% *Intention to use mobile payment* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk*, serta sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain selain dari variabel yang ada pada penelitian.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, berikut disajikan Tabel 4.13 yang merupakan rekapitulasi keseluruhan hasil penelitian.

Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Penelitian

Pengaruh Antar Variabel	Unstandardized Coefficients Beta	P-Values	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1) → <i>Intention To Use Mobile Payment</i> (Y)	0,019	0,719	H ₁ tidak didukung
<i>Perceived Ease of Use</i> (X2) → <i>Intention To Use Mobile Payment</i> (Y)	0,143	0,005	H ₂ didukung
<i>Perceived Risk</i> (X3) → <i>Intention To Use Mobile Payment</i> (Y)	-0,012	0,749	H ₃ tidak dukung

Rincian hasil penelitian yang tercantum dalam Tabel 4.13 akan dijelaskan secara mendalam dalam pembahasan berikut:

4.4.1 Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H₁ tidak didukung, *perceived usefulness* memiliki efek positif namun tidak signifikan terhadap *intention to use mobile payment*. Dengan kata lain, *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahayu (2022) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* konsumen terhadap *e-payment* secara statistik pada taraf signifikansi 5%.

Yang *et al.* (2021) menyatakan bahwa konsumen lebih bersedia untuk mempertimbangkan atau menggunakan layanan digital jika layanan tersebut baginya mampu menawarkan nilai tambah, seperti manfaat tertentu, efisiensi, sedikit usaha, dan penghematan waktu. Namun, dalam penelitian ini kegunaan yang dirasakan tidak signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *mobile payment*, tetapi

efeknya positif. Berdasarkan hasil studi eksplorasi terhadap 3 orang pengguna ditemukan fakta bahwa pengguna sudah familiar dengan kehadiran *mobile payment*, sehingga tidak lagi memikirkan manfaat dasar yang dapat diperoleh dari penggunaan *mobile payment*, namun pengguna tetap terus menggunakannya saat ini karena telah menjadi bagian dari budaya atau *trend* dalam melakukan transaksi atau pembayaran barang dan jasa secara *online*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Park *et al.* (2012) dan Ismail (2016) dalam hal pengaruh persepsi manfaat terhadap niat perilaku menggunakan *smartphone*. Mereka menganggap alasan pengguna memiliki *smartphone* hanya untuk gengsi dan pengguna tidak memahami manfaat fitur yang ada di *smartphone*.

Pada kasus ini, peran pemerintah sangat penting dalam mengedukasi masyarakat tentang kegunaan dasar dan manfaat yang akan diterima oleh pengguna ketika mengadopsi *mobile payment*. Selain pemerintah, penyedia layanan *mobile payment* lainnya juga dapat membantu mensosialisasikan manfaat *mobile payment* sekaligus memperkenalkan produk layanannya. Hal ini akan menjadi sangat penting dilakukan untuk mewujudkan *Cash Less Society* di Indonesia.

4.4.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_2 didukung, *perceived ease of use* memiliki efek positif dan signifikan terhadap *intention to use mobile payment*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wong & Mo (2019) dan Yang *et al.* (2021) yang menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment* khususnya *e-wallet*.

Penentu utama sikap pengguna dan niat untuk menerima dan menggunakan teknologi adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) sangat penting dalam mempengaruhi niat konsumen untuk membeli dengan menggunakan *e-wallet*. Hal ini sejalan dengan pendapat Yang *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan mencerminkan kemudahan penggunaan suatu teknologi untuk mengakses situs web untuk membeli secara *online*. Penggunaan teknologi lebih menguntungkan bagi pengguna *online*, dengan kata lain, penerapan teknologi yang lebih mudah akan menjadikannya sebagai metode pembayaran pilihan bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Adanya pengaruh positif yang signifikan juga diperkuat dengan hasil evaluasi kuesioner pada variabel *perceived ease of use*. Tabel 2, Lampiran 6 menunjukkan bahwa pengguna merasa layanan *mobile payment* baik OVO maupun *Shopeepay* dapat diakses dan digunakan dengan mudah, tampilan antarmuka mudah dipelajari dan dipahami, prosedur pembayaran mudah dimengerti, dan memerlukan usaha yang minimal, membuat transaksi menjadi lebih fleksibel, serta para pengguna juga merasa mudah menjadi terampil dalam menggunakan layanan *mobile payment* tersebut. Dengan adanya kemudahan ini, kemudian pengguna merasa bahwa akan dengan senang hati mencoba menggunakan layanan *mobile payment* dalam kehidupan sehari-harinya baik untuk keperluan bisnis, untuk membayar pembelian barang dan jasa, serta jika memiliki akses ke aplikasi pengguna berniat untuk terus menggunakan layanan tersebut daripada menghentikan pemakaiannya, dan akan lebih sering atau meningkatkan penggunaan layanan *mobile payment* OVO maupun *Shopeepay* di masa mendatang. Hal ini sejalan

dengan pendapat Yang *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa modus niat untuk menggunakan *e-wallet* ditentukan oleh persepsi konsumen tentang kemudahan penggunaan teknologi. Penyedia *e-wallet* seperti bank dan toko *online* harus fokus pada teknologi terbaru yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara efektif dan efisien.

4.4.3 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_3 tidak didukung, *perceived risk* memiliki efek negatif namun tidak signifikan terhadap *intention to use mobile payment*. Dengan kata lain, *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Belanche *et al.* (2022) yang menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran seluler khususnya *e-wallet*.

Belanche *et al.* (2022) menjelaskan bahwa adanya persepsi risiko pengguna terhadap layanan *mobile payment* dapat muncul karena dua hal, yakni pertama, calon pengguna *mobile payment* mungkin merasakan risiko karena menganggap ada ketidakpastian dalam menggunakan *platform* yang menawarkan layanan inovatif. Kedua, risiko dapat dihasilkan melalui konsekuensi dari penggunaan layanan *mobile payment* itu sendiri. Pengguna mungkin bertanya pada diri sendiri apa yang akan terjadi jika ada peretasan besar-besaran ke dalam sistem *mobile payment*, dan kemudian peretas menggunakan akun atau data pribadi mereka secara ilegal. Menggunakan layanan *mobile payment* menciptakan ketidakpastian pada individu karena perilaku ini mungkin memiliki konsekuensi negatif.

Tidak adanya pengaruh dari *perceived risk* terhadap *intention to use mobile payment* menunjukkan bahwa meskipun terdapat risiko yang mungkin dirasakan pengguna pada saat menggunakan layanan baik OVO maupun *Shopeepay*, pengguna tetap akan mengadopsi penggunaan aplikasi tersebut. Tabel 3 pada Lampiran 6 menunjukkan bahwa pengguna tidak setuju jika dengan menggunakan layanan *mobile payment* baik OVO maupun *Shopeepay* berkemungkinan mendapatkan risiko yang signifikan saat melakukan pembelian, terdapat kemungkinan orang lain dapat mengakses informasi tentang transaksi *online* yang dilakukan, serta berpotensi mengalami kerugian moneter saat melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil eksplorasi bersama 3 orang pengguna, diperoleh hasil bahwa mereka percaya sebelum suatu aplikasi pembayaran *online* dirilis pasti telah melalui prosedur pengecekan tertentu, terkait keamanan data untuk memastikan bahwa data pengguna akan tetap aman, dan tidak akan bocor atau dapat diretas oleh orang asing. Oleh karena itu, risiko yang dirasakan tidak lagi menjadi penghalang seseorang untuk menggunakan layanan *mobile payment* baik OVO maupun *Shopeepay* jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut memang aman.

Nainggolan & Andrian (2021) menjelaskan bahwa salah satu risiko penggunaan *mobile payments* yakni kebocoran informasi pribadi pengguna kepada pihak ketiga. Jika informasi pribadi pengguna bocor pada pihak ketiga, maka tingkat kepercayaan dan niat penggunaan dalam bertransaksi pastinya akan menurun. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi pengguna lain (baik pengguna lama maupun baru) untuk ikut serta dalam tidak menggunakan aplikasi tersebut. Sebelum diluncurkan, aplikasi pembayaran *online (mobile payment)* biasanya harus melalui serangkaian uji pengecekan keamanan

data untuk memastikan bahwa data pengguna akan tetap aman dan tidak akan bocor atau diretas. Proses ini mencakup pengujian terhadap kerentanan keamanan, enkripsi data, perlindungan terhadap serangan perusak, serta evaluasi umum terhadap keamanan aplikasi.

Di Indonesia sendiri, Otoritas Bank Indonesia di bidang sistem pembayaran menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang *financial technology* dan *regulatory sandbox* (Nainggolan & Andrian, 2021). Terdapat peraturan dan standar keamanan tertentu yang harus dipatuhi oleh perusahaan yang merilis aplikasi *mobile payment*. Salah satu regulasi yang berlaku di Indonesia adalah Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Yang Dijalankan Oleh Pihak Ketiga. Regulasi ini mengatur persyaratan dan tindakan yang harus diambil oleh penyelenggara layanan pembayaran, termasuk dalam hal keamanan dan perlindungan data pengguna. Selain regulasi tersebut, perusahaan pengembang aplikasi *mobile payment* juga harus mematuhi undang-undang dan peraturan terkait privasi data, seperti Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Seluruh peraturan tersebut bertujuan untuk memfasilitasi berbagai inovasi di bidang keuangan dengan menerapkan prinsip perlindungan keamanan data pengguna, mencegah penyalahgunaan, dan memastikan bahwa perusahaan yang merilis aplikasi *mobile payment* memenuhi standar keamanan yang ditetapkan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut:

1. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*., yang berarti manfaat yang dirasakan dari teknologi ini dianggap tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat saja tidak cukup menjadi pendorong dalam konteks ini, karena pengguna lebih mempertimbangkan faktor yang langsung memengaruhi kenyamanan atau keamanan mereka.
2. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use mobile payment*, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi menjadi faktor utama dalam mendorong adopsinya. Temuan ini menegaskan bahwa antarmuka yang sederhana dan intuitif dapat secara langsung meningkatkan minat penggunaan karena mengurangi hambatan teknis yang sering menjadi penghalang.
3. *Perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use mobile payment*, yang berarti kekhawatiran terkait risiko seperti keamanan data atau penipuan tidak cukup memengaruhi keputusan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lebih memprioritaskan manfaat praktis dibandingkan risiko, sehingga risiko bukan menjadi penghalang utama dalam adopsi teknologi ini.

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka hasil penelitian dapat memberikan kontribusi berupa implikasi praktis dan teoritis, seperti berikut:

1. Implikasi Praktis

- a. Meskipun *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment*, pemerintah dan penyedia layanan harus lebih mengedukasi masyarakat mengenai manfaat dasar *mobile payment* untuk mewujudkan masyarakat tanpa uang tunai (*Cash Less Society*).
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Oleh karena itu, penyedia layanan *mobile payment* seperti OVO atau Shopeepay harus fokus pada pengembangan antarmuka pengguna yang intuitif, prosedur pembayaran yang mudah dipahami, dan meningkatkan aksesibilitas aplikasi. Pengguna yang merasa aplikasi *mobile payment* mudah digunakan akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.
- c. *Perceived risk* tidak mempengaruhi niat menggunakan *mobile payment*, karena pengguna merasa aman dengan regulasi yang ada. Penyedia layanan perlu terus memastikan keamanan data untuk menjaga kepercayaan pengguna. Penyedia layanan dan pemerintah perlu memastikan bahwa standar keamanan aplikasi *mobile payment* dipatuhi, dengan prosedur pengujian keamanan yang ketat untuk melindungi data pengguna. Edukasi mengenai langkah-langkah keamanan, seperti enkripsi data dan perlindungan dari peretasan, dapat meningkatkan rasa aman pengguna dan mengurangi persepsi risiko yang ada.

2. Implikasi Teoritis

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *mobile payment*, yang bertentangan dengan beberapa teori teknologi yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan sangat memengaruhi niat pengguna. Namun, penelitian ini mendukung teori bahwa niat penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat fungsional, tetapi juga oleh faktor lain seperti kebiasaan atau tren sosial. Penelitian lebih lanjut dapat menggali lebih dalam tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam adopsi *mobile payment*.
- b. Temuan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payment* menegaskan *perceived ease of use* dalam model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menunjukkan bahwa PEOU menjadi faktor utama dalam mempengaruhi niat penggunaan teknologi.
- c. Temuan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *mobile payment* bertentangan dengan teori yang menyebutkan risiko sebagai penghalang utama adopsi teknologi baru. Namun, temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun risiko dirasakan, kepercayaan terhadap keamanan sistem dapat mengurangi dampaknya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka beberapa saran teknis yang dapat diberikan bagi perusahaan-perusahaan layanan *fintech* atau pengembang aplikasi *mobile payment* khususnya *e-wallet* agar dapat meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan layanan *mobile payment* yaitu antara lain:

1. Fokus pada kemudahan penggunaan dengan cara memastikan bahwa aplikasi *mobile payment* telah dirancang dengan antarmuka yang intuitif, sederhana, dan mudah dipahami oleh pengguna. Kemudian menyediakan petunjuk yang jelas dan panduan penggunaan yang mudah diakses di dalam aplikasi, serta melakukan pengujian pengguna untuk mengidentifikasi hambatan atau kesulitan dalam penggunaan aplikasi, dan melanjutkan dengan perbaikan berdasarkan umpan balik pengguna.
2. Meningkatkan fungsi dan manfaat dengan cara memperkuat fitur-fitur yang memberikan manfaat langsung kepada pengguna, seperti kemampuan pembayaran yang cepat, transaksi yang aman, dan kemudahan transfer dana. Kemudian, menyediakan insentif atau keuntungan tambahan, seperti diskon, cashback, atau program loyalitas, untuk meningkatkan daya tarik pengguna menggunakan aplikasi.
3. Mengelola risiko sebaik mungkin dengan cara memberikan keamanan dan perlindungan yang kuat terhadap data, dan transaksi pengguna, meningkatkan transparansi mengenai kebijakan privasi dan keamanan dalam aplikasi, mengedukasi pengguna mengenai langkah-langkah keamanan yang mereka dapat ambil untuk melindungi informasi pribadi mereka.
4. Mempromosikan penggunaan *mobile payment* dengan cara melakukan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pengguna tentang manfaat dan kemudahan penggunaan *mobile payment*, berkolaborasi dengan mitra bisnis, seperti toko ritel atau penyedia layanan lainnya, untuk memperluas penerimaan dan pemanfaatan *mobile payment*.
5. Memperbaiki pengalaman pengguna dengan cara terus meningkatkan aplikasi berdasarkan umpan balik pengguna untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna

secara keseluruhan, serta menyediakan dukungan pelanggan yang responsif dan solutif untuk membantu pengguna mengatasi masalah atau pertanyaan terkait penggunaan *mobile payment*.

DAFTAR REFERENSI

- Adiatama, M. H., & Lestari, D. T. (2020). Persepsi Milenial Terhadap Layanan Mobile Payment Di Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4190–4205.
- Agustin, L., Marliyah, & Syarvina, W. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Kartu Plastik dan Mobile Payment terhadap Consumer Behavior: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU. *Sci-Tech Journal*, 2(2), 166–188.
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Abusham, E., & El Rahman, S. A. (2019). Mobile Payment Adoption : A Systematic Review of The UTAUT Model. *International Conference on Fourth Industrial Revolution (ICFIR)*, 1(2), 12–30.
- APJII. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Rineka Cipta.
- Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran yang Dijalankan oleh Pihak Ketiga, (2016). https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx
- Belanche, D., Guinalíu, M., & Albás, P. (2022). Customer adoption of p2p mobile payment systems: The role of perceived risk. *Telematics and Informatics*, 72(January 2022). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101851>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Faddila, S. P., Darul Fadli, U. M., & Fauji, R. (2022). Analisis Karakteristik Pengguna ShopeePay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2279>
- Gaffar, M. R., Sutisna, M., & Senalasari, W. (2020). Mengapa Masyarakat Indonesia Terus Menggunakan Layanan Mobile Payment? *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v2i1.18>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., C. W., Black, B. J., Babin, R. E., Anderson, R., & Tatham, L. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education, Inc.
- Hasya, R. (2022, August 7). Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022. *Goodstats.Id*. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Ismail, H. A. (2016). Intention to Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1–10.
- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., & Ramos-de-Luna, I. (2020). Mobile payment adoption in the age of digital transformation: The case of apple pay. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13), 1–15.

- <https://doi.org/10.3390/su12135443>
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi, 1 peraturan.bpk.go.id 1188 (2016). <https://osf.io/nf5me%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tree.2015.01.012%0Ahttps://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1047840X.2017.1373546%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.lindif.2016.07.011%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2017.06.011%0Ahttp://programme.exo>
- Meyliana, M., Fernando, E., & Surjandy, S. (2019). The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 13(1), 31. <https://doi.org/10.21512/commit.v13i1.5708>
- Nainggolan, B. A., & Andrian, D. (2021). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Intention To Use Transact Online (Studi Kasus : E-Wallet OVO Di Kota Surabaya). *Jurnal Heuristic*, 18(2), 83–96.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Park, S. Y., Nam, M. ., & Cha, S. . (2012). University Students' Behavioral Intention to Use Mobile Learning : Evaluating the Technology Acceptance Model. *British Journal of Educational Technology*, 43(4), 592–605.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), (20018).
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Explaining an adoption and continuance intention to use contactless payment technologies: During the covid-19 pandemic. *Emerging Science Journal*, 5(1), 85–95. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-01260>
- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 116–125. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>
- Rizaty, M. A. (2021, September 20). Daftar Mobile Payment Dengan Pengguna Terbanyak Di Dunia Tahun 2021. *Dataindonesia.Id*, 1. <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-mobile-payment-dengan-pengguna-terbanyak-di-dunia-2021>
- Salsabil, S., & Sudyasjayanti, C. (2020). Manfaat Dan Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 310. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8225>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods For Business : A Skill Buildong Approach* (Vol. 15, Issue 2).
- Siena, K., & Wardhani, A. M. N. (2022). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Transportasi Grab terhadap Perilaku Menggunakan Alat pembayaran OVO. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 3(1), 147–186. <https://doi.org/10.24071/exero.v3i1.4241>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and

Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 33–38. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.33-38>

Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Dalam Menggunakan *Mobile Payment* Sebagai Alat Pembayaran (Studi Khusus : Penggunaan *E-Wallet* OVO dan *Shopeepay* Di Provinsi Bengkulu)

Kami memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner Penggunaan *E-Wallet* OVO dan *Shopeepay* untuk kepentingan penelitian. Jawaban Anda atas kuesioner penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya.

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Baca dan pahami setiap pernyataan kuesioner dengan baik, kemudian jawablah semua pernyataan sesuai dengan keadaan dan perasaan Anda yang sesungguhnya.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari 5 (lima) jawaban yang tersedia dengan ketentuan sebagai berikut :
STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
S : Setuju
Ss : Sangat Setuju
3. Berilah tanda centang (V) pada jawaban yang anda pilih
4. Jawablah semua pertanyaan dengan sejujur-jujurnya

B. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Apa jenis kelamin Anda?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Berapakah usia Anda saat ini ?
 - a. 17 Tahun
 - b. 18 – 30 Tahun
 - c. 31 – 50 Tahun
4. Dimanakah alamat domisili Anda ?
 - a. Kota Bengkulu
 - b. Bengkulu Selatan

- c. Bengkulu Tengah
 - d. Bengkulu Utara
 - e. Kaur
 - f. Kepahiang
 - g. Lebong
 - h. Muko-Muko
 - i. Rejang Lebong
 - j. Seluma
5. Apakah pendidikan terakhir yang Anda tempuh ?
- a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. S1/Sederajat
 - e. Lain-lain
6. Apakah aktivitas Anda saat ini ?
- a. Tidak bekerja
 - b. Buruh
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Pegawai Negeri Sipil
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Pelajar/Mahasiswa
 - g. Lain-lain
7. Berapakah pendapatan Anda dalam sebulan ?
- a. < Rp. 500.000
 - b. > Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000
 - c. Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
 - d. > Rp. 3.000.000
8. Seberapa sering Anda menggunakan layanan *mobile payment* OVO ataupun *Shopeepay* ?
- a. Hampir setiap hari
 - b. Beberapa kali seminggu
 - c. Sekali seminggu
 - d. Sekali sebulan
 - e. Dua atau tiga kali sebulan

C. Pernyataan Kuesioner

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		1	2	3	4
	<i>Intention To Use Mobile Payment (Y)</i>	STS	TS	S	SS

1	Saya dengan senang hati akan mencoba menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dalam kehidupan sehari-hari				
2	Saya tertarik untuk menggunakan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> untuk keperluan bisnis				
3	Jika memiliki akses ke <i>mobile payment</i> , saya berniat untuk menggunakan layanannya dalam waktu dekat				
4	Saya bermaksud untuk terus menggunakan layanan <i>mobile payment</i> daripada menghentikan penggunaannya				
5	Saya akan terus menggunakan layanan <i>mobile payment</i> untuk membayar pembelian barang dan jasa				
6	Saya akan sering menggunakan layanan <i>mobile payment</i> di masa mendatang				
7	Saya bermaksud untuk meningkatkan penggunaan layanan <i>mobile payment</i> saya di masa mendatang				

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		1	2	3	4
	<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memudahkan saya untuk melakukan transaksi sehari-hari				
2	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran <i>online</i>				
3	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> akan memungkinkan proses pembayaran menjadi lebih cepat				
4	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> lebih menguntungkan daripada metode pembayaran tradisional (pembayaran tunai/kontak)				
5	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> akan meningkatkan kualitas transaksi				
6	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> akan meningkatkan akurasi transaksi				
7	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dapat meningkatkan efisiensi saya saat melakukan transaksi pembelian				
8	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dapat meningkatkan produktivitas saya				

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		1	2	3	4
	<i>Perceived Ease of Use (X2)</i>	STS	TS	S	SS
1	Saya dapat mengakses layanan <i>mobile payment</i> dengan mudah				

2	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> mudah untuk digunakan				
3	Menurut saya, tampilan antarmuka pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dipelajari				
4	Menurut saya, tampilan antarmuka pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dipahami				
5	Prosedur pembayaran pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dimengerti				
6	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
7	Menurut saya, proses pembayaran dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memerlukan usaha yang minimal				
8	Pembayaran dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> membuat transaksi menjadi lebih fleksibel				

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		1	2	3	4
	<i>Perceived Risk (X3)</i>	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya, melakukan pembelian dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> berisiko				
2	Saya berhati-hati saat menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
3	Saya lebih suka menggunakan alternatif pembayaran lain, dibandingkan dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
4	Saya menghindari penggunaan layanan <i>mobile payment</i> karena melibatkan risiko yang tidak terduga				
5	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada kemungkinan orang lain dapat mengakses informasi tentang transaksi <i>online</i> yang dilakukan				
6	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada potensi kerugian moneter yang tinggi saat melakukan pembelian				
7	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada risiko yang signifikan saat melakukan pembelian				

Lampiran 2 Data Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Domisili
1	Laelati Fatimah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
2	Ade	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
3	Ajeng	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
4	Fatimah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
5	Dinda	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
6	Ariska Prasetyo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
7	Maulana agung pribadi	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
8	Bangkit Aditya Nugroho	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
9	Riska Alwiyah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
10	Turex	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
11	Irkhamni Nabila Amalia Putri	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
12	Hidayat	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
13	Derry hardiantoro	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
14	Zizi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
15	Serafina Nindya Larasati	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
16	Alayya	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
17	Neni Afrida	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
18	Dwi Aris	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
19	Vinna Suchiyati	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
20	MUHAMMAD NUR FARKHAN	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
21	Septa Jalu Anggara	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
22		Perempuan	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
23	m niam	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
24	Siti zahrotunisa	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
25	Lintang Sukma	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
26	Shoufi Arifin	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
27	siti muanisah	Perempuan	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
28	W	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
29		Perempuan	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
30	Rini Fathoni Lestari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
31		Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
32	Hamzah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
33	Septina nuraini	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
34		Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
35	Faiz Hatta Aminullah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
36	Anggita	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
37	Dwi Trisnawati	Perempuan	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
38	Devi Shyviana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
39	Widya	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
40	K.I	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
41	nahiya	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
42	Catur setiono	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
43	Dinda nkd	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
44	Annafi Ardiansyah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
45	Marshanda	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
46	Saryanto	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
47	Rahmanda Rafsyanjani	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
48		Perempuan	31 - 60 Tahun	Kota Bengkulu
49	Artha Uli Simatupang	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu

50	Eliska	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
51	Riyan Nur Tyasna	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
52	Nabila	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
53	Yulian Yosa dari	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
54	Devi Meilina K.N	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
55	Sopiatun Wahyuni	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kota Bengkulu
56	Erza Drajat	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
57	Endar	Perempuan	31 - 60 Tahun	Bengkulu Selatan
58	Diah nurlaila	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
59	Dewak	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
60	Muhammad Marsa Mahasin Anis	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
61	Galih Nugroho	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
62	Rani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
63	Shintya Zahra	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
64	Khalisha Farah Ramadina	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
65	Dania Shinta Nurizky	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
66	Sandra Widya Lestari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
67	Susanva	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
68	Satrio adi nugroho	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
69	Muhammad Rafli Reihan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
70	Bahtiar Ilham	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
71	Ananta Wahyu Khalif	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
72	RIZKY MAULANA	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
73	Aan Tri Widhiyatmoko	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
74	Muhammad Ibnu Akhsanudin	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
75	Arsa Ardhani Aryasatya	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Selatan
76	Erena Valentina	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
77	Raden Naufal Haris Hidayatullah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
78	Ariq Athallah Arfandito	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
79	Hasiholan Hutabarat	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah

80	akhmad Ravi Raehan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
81	Eka Lely Yulastuti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
82	Friskila Ruhama Sumbayak	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
83	Afni Sumedi Purba	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
84	Taufiq Zakaria	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
85	Mochammad Dhafahantoro Putra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
86	Dani Aprilinafi	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
87	Tsabit Fasya	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
88	Fera	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
89	Yessy	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
90	Kukuh Wijanarko	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
91	Isnaeni Putri Marcediani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
92	Novelin Christi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
93	Dian Ramadani	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
94	Ory Ferdian	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
95	Liska	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
96	Rahajeng	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
97	Aziz	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
98	Asa Maulana Dewi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
99	Ramadian Muhammad	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
100	Cindi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah

101	Anggun Nindy Fatlana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
102	Fahmi Irsyad Fauzi	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
103	Sri Wulandari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
104	Dildil	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
105	ROHMAT RIADI	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Bengkulu Tengah
106		Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
107	ARYANATA	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
108	Muis	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
109	Ny	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah

110	Wiki oma saputra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
111	Suci Fitri Andriani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
112	Arma ludfy andika	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
113	Alda Rizma Rahayu	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
114	Zulfa yanti syarif	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
115	Rizki irwan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Tengah
116	Farhan Hady	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
117	Wilia Desi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
118	Talitha nodie	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
119	Rizki irwan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
120	Anjar werdani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
121	Donny fahriza	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
122	Hardi kusumawijaya	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
123	Benny nurdiansyah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
124	Rahma ardianti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
125	Aisyah kartikasari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
126	Dinda Arum Pramitha	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
127	Diah ayu lestari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
128	Reky Arya Andriansyah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
129	Krisna willantara	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
130	Bima Ardianto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
131	Marwan saipudin	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
132	Ardian Pangestu	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
133	Melly	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
134	Syakiri	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
135	Aldy surya sandi	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
136	AHMAD TAUFIK	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
137	Reski septri	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
138	Dzaki	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
139	Viena	Perempuan	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
140	Andika Rafa Ernawan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Bengkulu Utara
141	Agung Herlian Putra	Laki-laki	17 Tahun	Kaur
142	Famella	Perempuan	17 Tahun	Kaur
143	Galih	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
144	Irfan Ardi Nugroho	Laki-laki	17 Tahun	Kaur
145	Nandi Muhamad	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
146	Sri Rahayu Nasution	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
147	Susi Fantikasari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
148	Pambajeng Wiji Kinanthi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
149		Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
150	Muhammad Abdan Syakuron	Laki-laki	17 Tahun	Kaur

151	Daffa Firdauzy Iman	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
152	Dwi lestari	Perempuan	17 Tahun	Kaur
153	Dimas nurrammadani	Laki-laki	17 Tahun	Kaur
154	Sesila Pratiwi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
155	Aisya arba nailatun nafisah	Perempuan	17 Tahun	Kaur
156	Mahmud Zakaria	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
157	Okky sulistyanto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
158	Bahrul ngulum	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur

159	Fitrah Nova Adhe	Laki-laki	17 Tahun	Kaur
160	Nurdiansyah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
161	Cindy Isma Nuraina	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
162	Dhia zalfa	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
163	suci abelya wulandari	Perempuan	17 Tahun	Kaur
164	YANI LEFIANA	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
165	Jihan almas adelia	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
166		Perempuan	31 - 60 Tahun	Kaur
167	Iqbal Hawari	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
168	Rejeh Saputra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
169	Susilo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
170	Zulfah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kaur
171	Setiyo Prabowo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
172	Deni Gustianto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
173	Bayu Wicaksono	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
174	Zamaroh	Perempuan	31 - 60 Tahun	Kaur
175	Andri	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kaur
176	Cindi Oktaviani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
177	Herni Ari Astuti	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
178	Agus Sumarwan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
179	Ardiana Rangga Pradana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
180	Dicky Rifqi Santosa	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
181	Prita Mega Dewandini	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
182	Kabul Sumarto Budi Prakosa	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
183	Ardiyanta	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
184	Darwis Imawan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
185	Atun Maftukah	Perempuan	31 - 60 Tahun	Kepahiang
186	Ardhi Prasetyo Wibowo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
187	Suryanto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
188	Turasman	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
189	Isnanto Ihsan Wibowo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
190	Fauzy Faqihuddin	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Kepahiang
191	Sujarwo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
192	Aji Waluyo	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
193	Liem Astuti	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
194	Immawan Nur	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
195	Eko Sugiyanto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
196	Abrar Fauzi Maulana	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
197	Samuel Kambu	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
198	Sri Tustianingsih	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
199	Muhammad Fadlan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Kepahiang
200	Bella Marcelina	Perempuan	18 - 30 Tahun	Kepahiang
201	Monica Fricilia Santoso	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
202	Arno	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
203	Jaka Saputra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
204	Masni	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
205	Fitri Amalia Yanda	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
206	Inayatul Maula	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
207	Nahdiya Fitriani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
208	Ardhia Pramesthi P	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong

209	M. Erifiandi	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
210	Fajrina Alfianti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
211	Diana Sari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
212	I Kadek Donny Angriawan	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Lebong
213	Putri Parasmitha Sari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
214	Mia Rizkita Oktivira	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
215	M. Fakih Habibie	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
216	Yuliza Susanti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
217	Irfan Maulana	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Lebong
218	Dana Kembaren	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
219	Venti Rahadini	Perempuan	31 - 60 Tahun	Lebong
220	M. Alwi Dahlan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
221	Budianto Sangkaeng	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
222	Monica	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
223	Fredo Andrean	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Lebong
224	Ria Elva Diana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
225	Roudlotul Chafidloh	Perempuan	18 - 30 Tahun	Lebong
226	Citrilia samosir	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
227	Nia Nurmayanti	Perempuan	31 - 60 Tahun	Mukomuko
228	Desi Dwi Cahyani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
229	Erviana Dwi Nurhidayati	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
230	Aminatul Maula	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
231	Tsaniyatul Maulidiyah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
232	Fazrian Noor Romadhon	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
233	Rey Mond	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
234	Helda Wahyuni	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
235	Muhammad Ichsan Abda	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
236	Mariana Tampubolon	Perempuan	31 - 60 Tahun	Mukomuko
237	Evi Yulianti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
238	Mohamad Syaipul Anwar	Laki-laki	31 - 60 Tahun	Mukomuko
239	Philip Natallidan Putinela	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
240	Aldio Fresyelin Lolowang	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
241	Fitria Ulin Nuha	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
242	Gio Suryana Putra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
243	Corina Auliya Rahma Fitri Fauzi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
244	Yekholia Maoureenh Priharjanto	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
245	Putri Uzalia	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
246	Dimas Frida Aktrista	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Mukomuko
247	Dila Dwi Oktavianti	Perempuan	31 - 60 Tahun	Mukomuko
248	Imelda Oktavia	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
249	Rekha Chantya Noviana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko
250	Syifaur Rohmah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Mukomuko

251	Eka Putri Agustini Wulandari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
252	Wilmar Anggara Kharisma	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
253	Yuli Dwi Irma S	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
254	Rangga Radeya	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
255	Irawati Aprilia Kamarullah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
256	Bathari Puspita Ratna P	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
257	Onny Anandarma	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
258	Rizki Nanda Utama	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong

259	Mohamad Khoerul Fatihin	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
260	Nur Haliza	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
261	Sustyarko Onny Ajem	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
262	Merlina Putri Lestari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
263	Rosi Firdausiyah	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
264	Octavia Rizqi Yulinar	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
265	Rekha Chantya Noviana	Perempuan	17 Tahun	Rejang Lebong
266	Muhammad Dwi Saputra	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
267	Nurfadilah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
268	Michael Joan Ismayana	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
269	Fatimah Putri P S	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
270	Widyanti Wulaningsih	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
271	Wulan Yuliarti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
272	Pondo Purniawan	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
273	Muhammad Luthfi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
274	Vhika Fajrina Utami	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
275	Triwahyuni wulandari	Perempuan	18 - 30 Tahun	Rejang Lebong
276	Inka Fitri Millenia	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
277	Widyanti wulaningsih	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
278	Putri kurnia illahi	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
279	Vica Yusihana	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
280	Malik abdullah aziz	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
281	Khoirunnisa Khusnul Khotimah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
282	Yulia Ika Rahmawati	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
283	Laili Mufarrahah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
284	fatimah ayu safitri	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
285	Atikah rahmah	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
286	Wisnu Afani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
287	Fanny Rizky Fauzia Prawanca	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
288	Yogie Stefanus	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
289	Aldi Bastiatul Fawait	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
290	Kiky Nova	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
291	Rizka Rora Imani	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
292	Ludya praise sasue	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
293	Yati Haryati	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
294	Febianti Fathia AR	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
295	Kintan inagita swasti	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
296	Aprillia Dinar Cahya Ningrum	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
297	Ervina Ikke Septiyas Putri	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
298	Sustyarko Onny Anandarma	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma
299	Novia Cholifatus Zahro	Perempuan	18 - 30 Tahun	Seluma
300	Okthalia Varrel Anindhita	Laki-laki	18 - 30 Tahun	Seluma

Pendidikan Terakhir	Aktivitas saat ini	Pendapatan dalam sebulan	Seberapa sering Anda menggunakan layanan <i>mobile payment</i> OVO ataupun <i>Shopeepay</i> ?
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari

S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.001	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari

SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.001	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu

S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu

S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
Lain-lain	Pegawai Swasta	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
Lain-lain	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
Lain-lain	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu

S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali seminggu

SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Buruh	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
SMA	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
Lain-lain	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari

S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu

S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
Lain-lain	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
Lain-lain	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan

S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari

SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Hampir setiap hari
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Tidak Bekerja	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Sekali sebulan
SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Hampir setiap hari
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000	Sekali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Lain-lain	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Sekali seminggu
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
S1/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 3.000.000	Beberapa kali seminggu
S1/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 500.000 - < Rp. 1.000.000	Dua atau tiga kali sebulan
Lain-lain	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Sekali sebulan

Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL_X1	Rata-Rata
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	3	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875

4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	4	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	3	4	30	3,75
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
2	3	3	3	3	3	3	4	24	3
3	4	4	2	4	2	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	2	3	3	4	4	26	3,25
2	3	4	4	4	4	4	3	28	3,5
3	4	3	2	2	2	3	3	22	2,75
2	3	3	4	4	4	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	2	30	3,75
2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	2	4	4	4	4	3	29	3,625
2	4	4	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	3	3	3	4	4	4	28	3,5
4	4	3	2	3	3	4	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
3	4	4	3	4	4	4	4	30	3,75
2	4	4	4	4	3	3	3	27	3,375

3	4	4	2	3	2	4	4	26	3,25
4	4	3	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	3	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	3	4	4	4	4	4	3	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	4	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	3	4	3	30	3,75
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	4	4	3	3	4	27	3,375
4	4	4	3	4	3	3	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	4	3	4	4	4	4	4	30	3,75
3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	3	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	3	4	4	4	3	30	3,75
4	4	4	3	3	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	3	4	3	4	3	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	3	3	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2,875
3	4	4	3	4	4	3	3	28	3,5
4	4	4	2	3	2	3	3	25	3,125
3	3	3	4	4	4	3	3	27	3,375
4	3	3	4	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	3	4	4	4	30	3,75

4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	4	4	3	30	3,75
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

3	3	3	4	3	3	3	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	2	3	3	4	4	4	4	28	3,5
4	3	4	4	4	3	4	3	29	3,625
3	4	4	4	4	3	4	3	29	3,625
3	3	3	4	4	3	4	4	28	3,5
4	4	3	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	3	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	3	4	4	4	4	4	3	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	4	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	3	4	3	30	3,75
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	4	4	3	3	4	27	3,375
4	4	4	3	4	3	3	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
3	3	3	2	3	3	4	4	25	3,125
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
3	4	4	3	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
2	3	3	2	3	2	3	3	21	2,625
2	3	3	4	4	4	3	3	26	3,25
3	3	3	2	3	2	3	2	21	2,625
3	3	3	4	4	4	4	4	29	3,625
3	3	3	2	3	3	3	2	22	2,75
3	3	3	3	3	3	4	4	26	3,25
2	3	2	2	2	2	3	3	19	2,375
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
2	3	2	4	4	4	2	2	23	2,875

4	4	4	4	3	2	4	3	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	2	30	3,75
2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	2	4	4	4	4	3	29	3,625
2	4	4	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	3	3	3	4	4	4	28	3,5
4	4	3	2	3	3	4	4	27	3,375
4	3	4	3	4	4	3	3	28	3,5
4	2	4	4	4	4	4	2	28	3,5
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	3	4	4	4	3	30	3,75
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	3	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
4	3	3	4	4	4	3	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	3	4	3	29	3,625
4	4	4	4	3	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	2	30	3,75
2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	2	4	4	4	4	3	29	3,625
2	4	4	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	3	3	3	4	4	4	28	3,5
4	4	3	2	3	3	4	4	27	3,375
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	3	4	4	4	3	30	3,75
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	3	4	3	30	3,75
4	4	3	4	4	3	4	3	29	3,625
3	3	3	4	3	4	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
3	4	4	3	4	3	4	4	29	3,625
4	3	4	3	4	4	3	4	29	3,625
4	2	4	4	4	3	3	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5

4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	2	30	3,75
2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	2	4	4	4	4	3	29	3,625
2	4	4	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	3	3	3	4	4	4	28	3,5
4	4	3	2	3	3	4	4	27	3,375
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL_X2	Rata-Rata
2	3	3	3	3	3	3	4	24	3
3	4	4	2	4	2	4	4	27	3,375

4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	2	3	3	4	4	26	3,25
2	3	4	4	4	4	4	3	28	3,5
3	4	3	2	2	2	3	3	22	2,75
2	3	3	4	4	4	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	4	4	3	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
2	4	4	3	4	4	3	3	27	3,375
3	3	4	4	4	4	3	2	27	3,375
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
3	3	3	4	3	3	4	4	27	3,375
2	3	2	2	3	4	4	4	24	3
4	4	4	3	4	3	3	3	28	3,5
2	3	2	2	3	3	2	2	19	2,375
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
2	3	4	2	4	4	4	4	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	2	30	3,75
2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	2	4	4	4	4	3	29	3,625
2	4	4	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	3	3	3	4	4	4	28	3,5
4	4	3	2	3	3	4	4	27	3,375
2	4	4	2	3	3	3	3	24	3
3	4	4	3	4	4	4	4	30	3,75
2	4	4	4	4	3	3	3	27	3,375
3	4	4	2	3	2	4	4	26	3,25
2	4	4	4	4	4	3	4	29	3,625
3	4	4	2	3	2	3	3	24	3
4	4	4	4	4	4	3	3	30	3,75
3	3	4	2	3	3	4	3	25	3,125
4	3	4	3	3	3	3	3	26	3,25
4	3	3	2	2	2	4	4	24	3
2	3	4	4	4	4	4	4	29	3,625

4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
2	4	4	4	4	2	4	4	28	3,5
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
2	4	4	4	4	4	4	4	30	3,75

4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	2	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2,875
3	4	4	3	4	4	3	3	28	3,5
4	4	4	2	3	2	3	3	25	3,125
3	3	3	4	4	4	3	3	27	3,375
4	3	3	4	4	4	4	4	30	3,75
4	4	4	3	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	4	4	3	30	3,75
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3,75
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3,25
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	2	3	3	4	4	4	4	28	3,5
4	3	4	4	4	3	4	3	29	3,625
3	4	4	4	4	3	4	3	29	3,625
3	3	3	4	4	3	4	4	28	3,5
4	4	3	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	3	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	3	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	4	4	30	3,75
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	3	4	4	4	4	4	3	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
3	4	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	3	4	3	30	3,75
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
3	3	3	4	4	3	3	4	27	3,375
4	4	4	3	4	3	3	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	3	4	4	4	30	3,75
3	3	3	2	3	3	4	4	25	3,125

4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
3	4	4	3	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375

3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
2	3	3	2	3	2	3	3	21	2,625
2	3	3	4	4	4	3	3	26	3,25
3	3	3	2	3	2	3	2	21	2,625
3	3	3	4	4	4	4	4	29	3,625
3	3	3	2	3	3	3	2	22	2,75
3	3	3	3	3	3	4	4	26	3,25
2	3	2	2	2	2	3	3	19	2,375
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
2	3	2	4	4	4	2	2	23	2,875
4	4	4	4	3	2	4	3	28	3,5
2	3	3	2	4	4	4	4	26	3,25
3	3	3	4	3	4	3	2	25	3,125
2	2	2	4	3	3	4	4	24	3
4	4	3	3	3	3	3	4	27	3,375
4	4	4	2	4	4	3	3	28	3,5
4	3	2	3	4	4	3	3	26	3,25
2	4	4	2	3	3	4	4	26	3,25
4	3	4	3	4	4	4	4	30	3,75
4	3	3	2	3	3	3	3	24	3
3	3	3	3	4	4	4	4	28	3,5
2	4	4	3	3	3	3	3	25	3,125
3	4	4	3	3	4	4	4	29	3,625
2	3	3	4	3	4	3	3	25	3,125
3	4	4	4	3	3	3	4	28	3,5
2	3	3	2	3	3	3	4	23	2,875
3	4	4	3	4	3	3	3	27	3,375
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2,875
3	3	4	4	4	4	4	3	29	3,625
4	3	4	2	3	3	3	3	25	3,125
4	3	3	3	3	3	4	4	27	3,375
2	3	3	3	4	4	3	3	25	3,125
3	4	3	3	3	3	3	3	25	3,125
2	3	3	4	4	4	4	4	28	3,5
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
2	3	3	3	4	4	4	4	27	3,375
3	3	3	4	4	4	3	3	27	3,375
3	4	4	3	3	3	4	4	28	3,5
3	3	3	2	3	3	4	4	25	3,125
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
3	4	4	3	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
2	3	3	2	3	2	3	2	20	2,5
2	3	3	4	4	4	4	4	28	3,5

3	3	3	2	3	2	3	2	21	2,625
3	3	3	4	4	4	4	4	29	3,625
2	3	2	2	3	3	3	3	21	2,625
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375

2	3	2	2	2	2	2	2	17	2,125
4	4	4	4	4	3	4	3	30	3,75
2	3	3	4	4	4	4	4	28	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	3	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	4	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	3	4	30	3,75
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
3	4	4	4	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	3	4	4	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	3	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
3	4	4	2	4	4	4	3	28	3,5
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	3	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	2	3	28	3,5
3	4	3	3	4	4	3	4	28	3,5
4	3	4	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	4	4	3	3	3	4	29	3,625
3	4	4	3	3	3	3	3	26	3,25
4	3	4	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	4	4	3	3	3	4	29	3,625
4	3	4	2	3	2	3	3	24	3
4	3	3	4	4	4	4	4	30	3,75
2	3	3	2	3	2	3	3	21	2,625
3	4	3	4	4	4	3	3	28	3,5
2	3	3	2	3	3	4	4	24	3
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
2	3	3	2	2	2	4	4	22	2,75
3	3	3	4	4	3	3	3	26	3,25
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	3	3	4	3	2	4	4	26	3,25

4	4	4	2	4	4	3	3	28	3,5
3	3	3	4	3	4	3	3	26	3,25
3	4	4	4	3	3	3	3	27	3,375
4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
3	3	3	2	4	4	3	3	25	3,125
2	3	3	3	4	4	3	3	25	3,125
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	3	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	4	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	3	4	30	3,75
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
3	4	4	4	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	3	4	4	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	3	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
3	4	4	2	4	4	4	3	28	3,5
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	3	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	2	3	28	3,5
3	4	3	3	4	4	3	4	28	3,5
4	3	4	4	3	3	3	4	28	3,5
4	4	4	4	3	3	3	4	29	3,625
3	3	3	4	4	3	3	3	26	3,25
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
3	3	3	4	3	2	4	4	26	3,25
4	4	4	2	4	4	3	3	28	3,5
3	3	3	4	3	4	3	3	26	3,25
3	4	4	4	3	3	3	3	27	3,375

4	4	4	3	3	3	3	3	27	3,375
3	3	3	2	4	4	3	3	25	3,125
2	3	3	3	4	4	3	3	25	3,125
2	3	3	2	3	3	3	3	22	2,75

3	3	3	3	4	4	3	2	25	3,125
3	3	3	2	3	3	4	4	25	3,125
3	3	3	3	4	4	3	2	25	3,125
3	3	3	3	3	3	4	4	26	3,25
2	3	2	2	3	3	3	3	21	2,625
4	4	4	3	4	4	3	3	29	3,625
2	3	2	3	3	3	2	2	20	2,5
4	4	4	3	3	4	4	3	29	3,625
2	3	3	4	3	4	4	4	27	3,375
3	3	3	4	3	3	3	2	24	3
2	2	2	2	3	3	4	4	22	2,75
4	4	3	3	4	3	3	4	28	3,5
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3,25
4	3	2	4	4	4	3	3	27	3,375
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	3	4	4	4	4	29	3,625
4	3	4	4	3	4	3	4	29	3,625
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	3	4	4	4	3	4	4	30	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	3	3	4	3	3	3	3	26	3,25
4	4	4	4	4	3	3	3	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,875
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3,875
3	4	4	3	4	3	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	3	4	30	3,75
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
3	4	4	4	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	3	4	4	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
4	4	4	4	3	4	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	3	3	3	28	3,5
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	3	3	3	4	4	4	29	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
4	4	4	4	4	4	4	3	31	3,875
3	4	4	2	4	4	4	3	28	3,5
4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,875
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	3	3	3	4	4	29	3,625
3	4	4	4	4	4	4	4	31	3,875
4	4	4	4	4	3	2	3	28	3,5
3	4	3	3	4	4	3	4	28	3,5

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL_X3	Rata-Rata
3	3	3	4	3	3	3	22	3,142857143
3	3	3	2	2	3	3	19	2,714285714

2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
4	4	3	4	3	3	3	24	3,428571429
2	2	3	2	2	3	3	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
4	4	4	4	3	3	4	26	3,714285714
3	3	3	3	3	4	3	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	2	3	3	3	2	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	2	2	4	1	2	2	16	2,285714286
3	3	4	4	3	3	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	2	2	3	3	19	2,714285714
2	1	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	2	1	1	10	1,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
2	1	2	2	2	2	2	13	1,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	2	2	18	2,571428571
3	2	3	3	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	2	1	1	2	4	1	15	2,142857143
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	4	4	4	3	4	4	26	3,714285714
3	3	3	3	2	3	2	19	2,714285714
3	4	3	2	3	2	3	20	2,857142857
3	2	2	2	2	2	2	15	2,142857143
3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
1	3	2	2	1	1	1	11	1,571428571
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714285714
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	4	3	3	22	3,142857143
3	3	4	2	3	4	3	22	3,142857143
4	4	3	4	4	3	3	25	3,571428571
3	1	3	3	2	4	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	3	3	20	2,857142857
1	1	3	3	4	3	4	19	2,714285714
3	4	4	4	3	2	2	23	3,285714286

3	3	3	3	1	3	3	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
2	2	2	1	1	1	1	10	1,428571429
2	2	2	2	2	3	3	16	2,285714286
2	2	2	2	2	2	2	14	2
4	4	4	3	1	1	1	18	2,571428571
4	3	3	3	1	1	1	16	2,285714286
4	4	4	3	1	1	1	18	2,571428571
4	4	4	3	1	1	1	18	2,571428571
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
4	3	4	3	1	1	1	17	2,428571429
3	3	3	3	1	1	1	15	2,142857143
4	3	4	4	1	1	1	18	2,571428571
3	4	3	3	1	1	1	16	2,285714286
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
4	4	4	1	2	2	2	19	2,714285714
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
3	4	4	3	3	3	3	23	3,285714286
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	3	4	2	4	4	4	24	3,428571429
4	3	4	3	4	4	4	26	3,714285714
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
3	4	4	2	3	3	3	22	3,142857143
3	4	4	3	4	3	3	24	3,428571429
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
4	3	4	3	1	2	1	18	2,571428571
3	3	3	4	1	1	1	16	2,285714286
3	3	3	1	2	1	1	14	2
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
4	4	3	3	1	3	3	21	3
3	4	4	3	1	3	3	21	3
3	3	3	3	1	1	1	15	2,142857143
1	3	4	3	3	1	1	16	2,285714286
4	2	4	3	1	1	3	18	2,571428571
1	2	3	3	3	3	3	18	2,571428571
1	4	4	3	1	3	1	17	2,428571429
2	4	3	4	3	3	3	22	3,142857143
4	3	2	3	3	1	1	17	2,428571429
3	4	3	2	1	1	1	15	2,142857143
3	4	3	1	1	1	1	14	2
1	3	4	1	1	1	1	12	1,714285714
2	4	2	3	1	1	1	14	2
2	4	3	3	1	1	1	15	2,142857143
4	4	1	2	1	1	1	14	2
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	4	2	3	3	21	3
2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
4	4	3	3	3	3	3	23	3,285714286
2	2	3	3	2	3	3	18	2,571428571

3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
4	4	4	4	3	3	4	26	3,714285714
3	3	3	3	3	4	3	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	2	3	3	3	2	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	2	2	4	1	2	2	16	2,285714286
3	3	4	4	3	3	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	2	2	3	3	19	2,714285714
2	1	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	2	1	1	10	1,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
2	1	2	2	2	2	2	13	1,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	2	2	18	2,571428571
3	2	3	3	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	2	1	1	2	4	1	15	2,142857143
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	4	4	4	3	4	4	26	3,714285714
3	3	3	3	2	3	2	19	2,714285714
3	4	3	2	3	2	3	20	2,857142857
3	2	2	2	2	2	2	15	2,142857143
3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
1	3	2	2	1	1	1	11	1,571428571
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714285714
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	4	3	3	22	3,142857143
3	3	4	2	3	4	3	22	3,142857143
4	4	3	4	4	3	3	25	3,571428571
3	1	3	3	2	4	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	3	3	20	2,857142857
1	1	3	3	4	3	4	19	2,714285714
3	4	4	4	3	3	2	23	3,285714286
3	3	3	3	1	3	3	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
2	2	2	1	1	1	1	10	1,428571429
2	2	2	2	2	3	3	16	2,285714286

2	2	2	2	2	2	2	14	2
4	4	4	1	1	1	1	16	2,285714286
4	3	3	1	1	1	1	14	2
4	4	4	1	1	1	1	16	2,285714286
4	4	4	2	1	1	1	17	2,428571429
3	3	4	1	1	1	1	14	2
4	3	4	3	1	1	1	17	2,428571429
3	3	3	3	1	1	1	15	2,142857143
4	3	4	4	1	3	3	22	3,142857143
3	4	3	3	3	3	2	21	3
3	3	3	3	1	3	3	19	2,714285714
4	4	4	3	4	4	4	27	3,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	4	4	1	1	1	18	2,571428571
3	4	3	4	1	1	1	17	2,428571429
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
4	3	4	3	1	1	1	17	2,428571429
4	4	4	3	1	1	1	18	2,571428571
3	4	4	3	1	1	1	17	2,428571429
3	4	4	4	1	1	1	18	2,571428571
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
3	3	4	3	4	4	3	24	3,428571429
4	3	4	3	4	4	3	25	3,571428571
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
4	4	3	3	1	3	3	21	3
3	4	4	3	1	3	3	21	3
3	3	3	4	1	1	1	16	2,285714286
1	3	4	3	3	1	1	16	2,285714286
4	2	4	3	1	1	3	18	2,571428571
1	2	3	3	3	3	3	18	2,571428571
1	4	4	3	1	3	1	17	2,428571429
2	4	3	4	3	3	3	22	3,142857143
4	3	2	4	3	1	1	18	2,571428571
3	4	3	3	1	1	1	16	2,285714286
3	4	3	3	1	1	1	16	2,285714286
1	3	4	3	1	1	1	14	2
2	4	2	3	1	1	1	14	2
2	4	3	4	1	1	1	16	2,285714286
4	4	1	3	1	1	1	15	2,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	2	3	3	20	2,857142857
2	3	3	4	3	3	3	21	3
4	4	3	4	3	3	3	24	3,428571429
2	2	3	2	2	3	3	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
4	4	4	4	3	3	4	26	3,714285714

3	3	3	3	3	4	3	22	3,142857143
---	---	---	---	---	---	---	----	-------------

3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	2	3	3	3	2	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	2	2	4	1	2	2	16	2,285714286
3	3	4	4	3	3	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	2	2	3	3	19	2,714285714
2	1	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	1	2	1	10	1,428571429
1	2	1	2	2	1	1	10	1,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
2	1	2	2	2	2	2	13	1,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	2	2	18	2,571428571
3	2	3	3	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	2	1	1	2	4	1	15	2,142857143
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	4	4	4	3	4	4	26	3,714285714
3	3	3	3	2	3	2	19	2,714285714
3	4	3	2	3	2	3	20	2,857142857
3	2	2	2	2	2	2	15	2,142857143
3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
1	3	2	2	1	1	1	11	1,571428571
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714285714
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	4	3	3	22	3,142857143
3	3	4	2	3	4	3	22	3,142857143
4	4	3	4	4	3	3	25	3,571428571
3	1	3	3	2	4	3	19	2,714285714
3	3	3	2	3	3	3	20	2,857142857
1	1	3	3	4	3	4	19	2,714285714
3	4	4	4	3	3	2	23	3,285714286
3	3	3	3	1	3	3	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3
2	2	2	1	1	1	1	10	1,428571429
2	2	2	2	2	3	3	16	2,285714286
2	2	2	2	2	2	2	14	2
4	4	4	1	1	1	1	16	2,285714286
4	3	3	3	1	1	1	16	2,285714286

4	4	4	3	2	2	1	20	2,857142857
---	---	---	---	---	---	---	----	-------------

4	4	4	4	2	2	1	21	3
3	3	4	3	1	1	1	16	2,285714286
4	3	4	3	1	1	1	17	2,428571429
3	3	3	3	1	1	1	15	2,142857143
4	3	4	3	1	1	1	17	2,428571429
3	4	3	4	1	1	1	17	2,428571429
3	3	3	4	1	1	1	16	2,285714286
4	4	4	3	1	1	1	18	2,571428571
3	3	3	3	1	1	1	15	2,142857143
3	4	4	3	2	2	1	19	2,714285714
3	4	3	3	2	2	2	19	2,714285714
3	3	4	4	2	2	2	20	2,857142857
4	3	4	3	4	4	1	23	3,285714286
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
3	4	4	3	4	4	3	25	3,571428571
3	4	4	4	1	1	1	18	2,571428571
3	3	4	1	1	1	1	14	2
3	3	4	1	1	1	1	14	2
4	3	4	1	1	1	1	15	2,142857143
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
4	4	3	1	1	3	3	19	2,714285714
3	4	4	1	1	3	3	19	2,714285714
3	3	3	1	1	1	1	13	1,857142857
1	3	4	1	3	1	1	14	2
4	2	4	3	1	1	3	18	2,571428571
1	2	3	3	3	3	3	18	2,571428571
1	4	4	1	1	3	1	15	2,142857143
2	4	3	3	3	3	3	21	3
4	3	2	1	3	1	1	15	2,142857143
3	4	3	3	1	1	1	16	2,285714286
3	4	3	1	1	1	1	14	2
1	3	4	1	1	1	1	12	1,714285714
2	4	2	1	1	1	1	12	1,714285714
2	4	3	1	1	1	1	13	1,857142857
4	4	1	1	1	1	1	13	1,857142857
3	3	3	4	3	3	3	22	3,142857143
3	3	3	2	2	3	3	19	2,714285714
2	3	3	2	3	3	3	19	2,714285714
4	4	3	4	3	3	3	24	3,428571429
2	2	3	2	2	3	3	17	2,428571429
3	3	3	2	2	2	2	17	2,428571429
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
4	4	4	4	3	3	4	26	3,714285714
3	3	3	3	3	4	3	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	2	3	3	3	3	20	2,857142857
3	3	3	3	2	3	3	20	2,857142857

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL_Y	Rata-Rata
2	3	3	3	3	3	3	20	2,857142857
3	4	4	3	3	3	4	24	3,428571429
3	3	3	4	4	3	3	23	3,285714286
4	4	4	2	3	3	2	22	3,142857143
4	4	3	4	4	4	4	27	3,857142857
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	3	3	3	4	2	4	22	3,142857143
3	3	3	2	2	2	3	18	2,571428571
4	4	3	3	3	3	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	2	2	3	2	3	18	2,571428571
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
4	4	3	4	4	4	3	26	3,714285714
4	3	2	3	3	3	3	21	3
4	4	4	3	2	2	3	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
2	4	2	4	3	3	3	21	3
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	4	3	3	2	21	3
3	2	2	2	3	3	3	18	2,571428571
3	3	2	3	4	4	3	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	2	20	2,857142857
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	3	3	4	4	3	3	23	3,285714286
3	3	3	3	4	3	2	21	3
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
4	4	3	3	3	3	3	23	3,285714286
2	3	3	4	4	3	2	21	3
4	4	4	4	4	4	2	26	3,714285714
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
3	4	2	3	3	3	3	21	3
2	2	2	4	4	3	3	20	2,857142857
3	3	3	4	3	2	3	21	3
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
2	3	2	3	3	3	4	20	2,857142857
4	4	4	2	4	2	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	2	26	3,714285714
3	3	3	3	3	3	2	20	2,857142857
3	2	2	3	2	2	3	17	2,428571429
4	4	4	3	3	2	4	24	3,428571429
4	3	3	3	3	3	2	21	3
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
4	3	3	3	3	3	4	23	3,285714286
2	3	3	4	4	3	3	22	3,142857143
3	4	4	2	3	3	2	21	3
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
4	4	3	3	4	2	4	24	3,428571429
3	4	3	2	2	2	3	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	3	21	3

3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
4	4	3	2	3	2	3	21	3
4	4	4	4	4	4	2	26	3,714285714
3	3	2	4	4	4	2	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	2	2	4	22	3,142857143
4	3	2	4	4	4	2	23	3,285714286
4	4	4	4	3	3	4	26	3,714285714
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
2	4	2	4	3	3	3	21	3
4	4	4	2	3	3	2	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	2	2	3	3	3	3	19	2,714285714
3	3	2	3	4	2	4	21	3
3	3	3	2	2	2	3	18	2,571428571
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
4	4	3	4	4	4	3	26	3,714285714
2	3	3	3	3	3	3	20	2,857142857
4	4	4	3	2	2	3	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	4	2	4	3	3	4	23	3,285714286
2	2	2	4	4	4	3	21	3
3	3	3	4	3	3	2	21	3
4	4	4	2	3	3	2	22	3,142857143
2	3	2	3	4	4	3	21	3
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
4	4	4	4	4	4	2	26	3,714285714
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
3	2	2	3	3	3	4	20	2,857142857
4	4	4	4	4	3	3	26	3,714285714
4	3	3	2	3	3	2	20	2,857142857
4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	3	3	3	3	3	3	22	3,142857143
2	3	3	3	4	2	4	21	3
3	4	4	2	2	2	3	20	2,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	4	3	2	3	2	3	21	3
3	4	3	4	4	4	4	26	3,714285714
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	2	2	3	21	3
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
3	3	2	4	3	3	3	21	3
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
4	4	3	4	3	3	2	23	3,285714286
4	3	2	2	3	3	3	20	2,857142857

4	4	4	3	4	4	3	26	3,714285714
3	3	3	3	3	3	2	20	2,857142857
2	4	2	4	4	4	4	24	3,428571429
4	4	4	4	4	3	3	26	3,714285714
3	3	3	3	4	3	2	21	3
3	2	2	3	3	3	4	20	2,857142857
3	3	2	3	3	3	3	20	2,857142857
3	3	3	4	4	3	2	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
3	3	3	3	3	2	3	20	2,857142857
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	4	4	3	3	23	3,285714286
4	4	3	4	3	2	3	23	3,285714286
2	3	3	4	4	4	3	23	3,285714286
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
3	3	3	2	4	2	3	20	2,857142857
3	4	2	4	4	4	2	23	3,285714286
2	2	2	3	3	3	2	17	2,428571429
3	3	3	3	2	2	3	19	2,714285714
4	4	4	3	3	2	4	24	3,428571429
2	3	2	3	3	3	2	18	2,571428571
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
3	3	3	4	4	3	3	23	3,285714286
3	2	2	2	3	3	2	17	2,428571429
4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	3	3	3	3	3	3	22	3,142857143
4	4	4	3	4	2	4	25	3,571428571
4	3	3	2	2	2	3	19	2,714285714
2	3	3	3	3	3	3	20	2,857142857
3	4	4	4	4	4	3	26	3,714285714
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
4	4	3	4	4	4	4	27	3,857142857
3	4	3	3	3	3	3	22	3,142857143
3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
4	4	3	4	3	3	3	24	3,428571429
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	2	4	3	3	2	20	2,857142857
3	3	3	2	3	3	4	21	3
4	4	3	4	4	4	4	27	3,857142857
4	3	2	3	3	3	3	21	3
4	4	4	3	4	2	2	23	3,285714286
3	3	3	2	2	2	4	19	2,714285714
2	4	2	3	3	3	3	20	2,857142857
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	2	2	4	4	4	3	22	3,142857143
3	3	2	4	4	4	4	24	3,428571429

3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	2	2	4	20	2,857142857
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
4	4	3	4	3	3	3	24	3,428571429
2	3	3	4	4	4	3	23	3,285714286
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
3	3	3	2	3	3	3	20	2,857142857
3	4	2	3	4	4	4	24	3,428571429
2	2	2	3	3	3	2	17	2,428571429
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
2	3	2	3	3	3	2	18	2,571428571
4	4	4	4	4	3	4	27	3,857142857
4	4	4	2	3	3	3	23	3,285714286
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
3	2	2	3	3	3	4	20	2,857142857
4	4	4	3	4	2	3	24	3,428571429
4	3	3	2	2	2	2	18	2,571428571
4	4	4	3	3	3	2	23	3,285714286
4	3	3	4	4	4	3	25	3,571428571
2	3	3	2	3	2	3	18	2,571428571
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	4	2	3	3	3	3	21	3
2	2	2	3	2	2	4	17	2,428571429
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
4	4	4	4	3	3	2	24	3,428571429
2	3	2	4	4	4	2	21	3
4	4	4	4	3	3	3	25	3,571428571
4	4	4	2	3	3	4	24	3,428571429
3	3	3	3	4	4	2	22	3,142857143
3	2	2	3	3	3	4	20	2,857142857
4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	3	3	4	4	3	3	24	3,428571429
4	4	4	3	4	3	2	24	3,428571429
4	3	3	3	3	3	4	23	3,285714286
2	3	3	3	3	3	3	20	2,857142857
3	4	4	4	4	3	4	26	3,714285714
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
4	4	4	3	3	2	3	23	3,285714286
2	3	3	3	3	3	4	21	3
3	4	4	4	4	3	3	25	3,571428571
3	3	3	4	3	2	2	20	2,857142857
4	4	4	4	4	4	2	26	3,714285714
4	4	3	3	3	3	3	23	3,285714286
3	4	3	2	4	2	4	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
4	4	3	3	2	2	4	22	3,142857143
4	4	4	3	3	2	3	23	3,285714286

3	3	2	3	3	3	2	19	2,714285714
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
4	4	3	3	3	3	3	23	3,285714286
4	3	2	4	4	3	4	24	3,428571429
4	4	4	2	3	3	3	23	3,285714286
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
2	4	2	3	3	3	4	21	3
4	4	4	3	4	2	3	24	3,428571429
3	3	3	2	2	2	4	19	2,714285714
3	2	2	3	3	3	3	19	2,714285714
3	3	2	4	4	4	3	23	3,285714286
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	3	2	2	2	18	2,571428571
4	4	3	4	4	4	2	25	3,571428571
2	3	3	4	3	3	3	21	3
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	4	3	3	2	21	3
3	4	2	2	3	3	4	21	3
2	2	2	4	4	4	4	22	3,142857143
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	4	3	4	2	2	23	3,285714286
2	3	2	2	2	2	4	17	2,428571429
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
3	2	2	4	4	4	3	22	3,142857143
4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	3	3	3	3	3	3	22	3,142857143
4	4	4	3	2	2	4	23	3,285714286
4	3	3	4	4	4	3	25	3,571428571
2	3	3	4	3	3	3	21	3
3	4	4	4	4	4	3	26	3,714285714
3	3	3	4	3	3	3	22	3,142857143
4	4	4	2	3	3	3	23	3,285714286
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714285714
3	4	3	3	3	3	2	21	3
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	3	3	3	3	3	3	21	3
4	4	3	3	3	3	2	22	3,142857143
4	4	4	4	4	3	4	27	3,857142857
3	3	2	2	3	3	3	19	2,714285714
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
4	4	3	3	3	3	4	24	3,428571429
4	3	2	3	4	2	3	21	3
4	4	4	2	2	2	2	20	2,857142857
3	3	3	3	3	3	2	20	2,857142857
2	4	2	4	4	4	3	23	3,285714286

4	4	4	2	3	2	3	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	2	2	4	4	4	3	22	3,142857143
3	3	2	3	3	3	3	20	2,857142857
3	3	3	3	2	2	4	20	2,857142857
3	3	3	4	4	4	3	24	3,428571429
3	3	3	4	3	3	2	21	3
3	3	3	4	4	4	2	23	3,285714286
3	3	3	4	3	3	3	22	3,142857143
4	4	3	2	3	3	4	23	3,285714286
2	3	3	3	4	4	2	21	3
4	4	4	3	3	3	4	25	3,571428571
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	4	2	4	4	3	3	23	3,285714286
2	2	2	3	4	3	2	18	2,571428571
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
2	3	2	4	4	3	4	22	3,142857143
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
4	4	4	3	3	2	3	23	3,285714286
3	3	3	3	3	3	4	22	3,142857143
3	2	2	4	4	3	3	21	3
4	4	4	4	3	2	2	23	3,285714286
4	3	3	4	4	4	2	24	3,428571429
4	4	4	3	3	3	3	24	3,428571429
4	3	3	2	4	2	4	22	3,142857143
2	3	3	4	4	4	2	22	3,142857143
3	4	4	3	3	3	4	24	3,428571429
3	3	3	3	2	2	4	20	2,857142857
4	4	4	3	3	2	3	23	3,285714286
4	4	3	3	3	3	2	22	3,142857143
3	4	3	3	3	3	4	23	3,285714286
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	3	3	4	4	3	4	24	3,428571429
4	4	3	2	3	3	3	22	3,142857143
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
3	3	2	3	3	3	4	21	3
3	3	3	3	4	2	3	21	3
4	4	3	2	2	2	4	21	3
4	3	2	3	3	3	3	21	3
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857142857
3	3	3	2	3	2	3	19	2,714285714
2	4	2	4	4	4	3	23	3,285714286
4	4	4	4	4	4	4	28	4
3	3	3	3	3	3	3	21	3
3	2	2	3	2	2	2	16	2,285714286
3	3	2	4	4	4	2	22	3,142857143
3	3	3	4	3	3	3	22	3,142857143
3	3	3	4	4	4	4	25	3,571428571
3	3	3	4	3	3	4	23	3,285714286

Lampiran 4 Output Uji Instrumen Penelitian

Output Uji Validasi *Perceived Usefulness*

Correlations										
		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	TOTAL_SKOR_X1
item1	Pearson Correlation	1	,350**	,342**	,269**	,208**	,204**	,280**	,172**	,641**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item2	Pearson Correlation	,350**	1	,514**	,029	,232**	-,074	,143*	,090	,466**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,617	,000	,201	,013	,119	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item3	Pearson Correlation	,342**	,514**	1	,221**	,402**	,110	,220**	,170**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,058	,000	,003	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item4	Pearson Correlation	,269**	,029	,221**	1	,435**	,301**	,294**	,144*	,616**
	Sig. (2-tailed)	,000	,617	,000		,000	,000	,000	,012	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item5	Pearson Correlation	,208**	,232**	,402**	,435**	1	,398**	,299**	,206**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item6	Pearson Correlation	,204**	-,074	,110	,301**	,398**	1	,285**	,162**	,500**
	Sig. (2-tailed)	,000	,201	,058	,000	,000		,000	,005	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item7	Pearson Correlation	,280**	,143*	,220**	,294**	,299**	,285**	1	,586**	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item8	Pearson Correlation	,172**	,090	,170**	,144*	,206**	,162**	,586**	1	,532**
	Sig. (2-tailed)	,003	,119	,003	,012	,000	,005	,000		,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL_SKOR_X1	Pearson Correlation	,641**	,466**	,625**	,616**	,646**	,500**	,645**	,532**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Uji Validasi *Perceived Ease of Use*

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	TOTAL_SKOR_X2
item1	Pearson Correlation	1	,360**	,412**	,232**	,139*	,130*	,147*	,202**	,574**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,016	,024	,011	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item2	Pearson Correlation	,360**	1	,636**	,146*	,254**	,077	,102	,156**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,012	,000	,186	,077	,007	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item3	Pearson Correlation	,412**	,636**	1	,288**	,325**	,116*	,229**	,237**	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,046	,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item4	Pearson Correlation	,232**	,146*	,288**	1	,424**	,345**	,202**	,270**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item5	Pearson Correlation	,139*	,254**	,325**	,424**	1	,530**	,260**	,203**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,016	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item6	Pearson Correlation	,130*	,077	,116*	,345**	,530**	1	,304**	,236**	,571**
	Sig. (2-tailed)	,024	,186	,046	,000	,000		,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item7	Pearson Correlation	,147*	,102	,229**	,202**	,260**	,304**	1	,649**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,011	,077	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
item8	Pearson Correlation	,202**	,156**	,237**	,270**	,203**	,236**	,649**	1	,602**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL_SKOR_X2	Pearson Correlation	,574**	,540**	,659**	,646**	,635**	,571**	,579**	,602**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	300	300	300	300	300	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Uji Validasi Perceived Risk

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	TOTAL_SKOR_X3
item1	Pearson Correlation	1	,416**	,320**	,235**	,073	,090	,120*	,457**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,208	,118	,037	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item2	Pearson Correlation	,416**	1	,493**	,267**	,098	,020	,055	,463**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,090	,728	,343	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item3	Pearson Correlation	,320**	,493**	1	,317**	,139*	,106	,206**	,526**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,016	,067	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item4	Pearson Correlation	,235**	,267**	,317**	1	,355**	,328**	,393**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item5	Pearson Correlation	,073	,098	,139*	,355**	1	,742**	,768**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,208	,090	,016	,000		,000	,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item6	Pearson Correlation	,090	,020	,106	,328**	,742**	1	,830**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,118	,728	,067	,000	,000		,000	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item7	Pearson Correlation	,120*	,055	,206**	,393**	,768**	,830**	1	,809**
	Sig. (2-tailed)	,037	,343	,000	,000	,000	,000		,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL_SKOR_X3	Pearson Correlation	,457**	,463**	,526**	,644**	,765**	,757**	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	300	300	300	300	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Uji Validasi *Intention to Use Mobile Payment*

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	TOTAL_SKOR_Y
item1	Pearson Correlation	1	,568**	,590**	-,072	-,016	-,061	,056	,523**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,216	,779	,289	,331	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item2	Pearson Correlation	,568**	1	,643**	,002	,034	-,007	,106	,589**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,972	,559	,906	,067	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item3	Pearson Correlation	,590**	,643**	1	,016	,057	-,031	,051	,593**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,779	,327	,598	,380	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item4	Pearson Correlation	-,072	,002	,016	1	,608**	,652**	-,003	,589**
	Sig. (2-tailed)	,216	,972	,779		,000	,000	,963	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item5	Pearson Correlation	-,016	,034	,057	,608**	1	,686**	,006	,623**
	Sig. (2-tailed)	,779	,559	,327	,000		,000	,914	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item6	Pearson Correlation	-,061	-,007	-,031	,652**	,686**	1	-,011	,596**
	Sig. (2-tailed)	,289	,906	,598	,000	,000		,847	,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
item7	Pearson Correlation	,056	,106	,051	-,003	,006	-,011	1	,327**
	Sig. (2-tailed)	,331	,067	,380	,963	,914	,847		,000
	N	300	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL_SKOR_Y	Pearson Correlation	,523**	,589**	,593**	,589**	,623**	,596**	,327**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	300	300	300	300	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Output Uji Reliabilitas Perceived Usefulness

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,714	8

Output Uji Reliabilitas Perceived Ease of Use

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,740	8

Output Uji Reliabilitas Perceived Risk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,764	7

Output Uji Reliabilitas Intention to Use Mobile Payment

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,606	7

Lampiran 5 Analisis Statistika Deskriptif dan Regresi Linear Berganda

Analisis Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived_Usefulness	300	2,38	4,00	3,6042	,35323
Perceived_Ease_of_Use	300	2,13	4,00	3,5154	,36778
Perceived_Risk	300	1,43	4,00	2,6771	,58708
Intention_to_Use	300	2,29	4,00	3,2162	,36919
Valid N (listwise)	300				

Uji Asumsi Klasik

Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54875721
	Absolute	,050
Most Extreme Differences	Positive	,050
	Negative	-,025
Kolmogorov-Smirnov Z		,858
Asymp. Sig. (2-tailed)		,453

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Output Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,604	1,352		1,186	,236
1 Perceived_Usefulness	-,031	,030	-,060	-1,030	,304
Perceived_Ease_of_Use	,045	,029	,090	1,551	,122
Perceived_Risk	,006	,021	,015	,265	,791

a. Dependent Variable: Res_2

Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	18,170	2,353		7,721	,000		
1 Perceived_Usefulness	,019	,053	,021	,360	,719	,985	1,015
Perceived_Ease_of_Use	,143	,051	,162	2,817	,005	,988	1,012
Perceived_Risk	-,012	,036	-,019	-,320	,749	,982	1,019

a. Dependent Variable: Intention_to_Use

Analisis Regresi Berganda

Output Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18,170	2,353		7,721	,000
1 Perceived_Usefulness	,019	,053	,021	,360	,719
Perceived_Ease_of_Use	,143	,051	,162	2,817	,005
Perceived_Risk	-,012	,036	-,019	-,320	,749

a. Dependent Variable: Intention_to_Use

Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,165 ^a	,027	,017	2,562

a. Predictors: (Constant), Perceived_Risk, Perceived_Ease_of_Use, Perceived_Usefulness

b. Dependent Variable: Intention_to_Use

Lampiran 6 Rata-Rata Jawaban Responden Pada Kuesioner

Perceived Usefulness

Item	Pernyataan	Mean
X1.1	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memudahkan saya untuk melakukan transaksi sehari-hari	3,4466667
X1.2	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran <i>online</i>	3,63
X1.3	Menurut saya, menggunakan layanan <i>mobile payment</i> akan memungkinkan proses pembayaran menjadi lebih cepat	3,6566667
X1.4	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> lebih menguntungkan daripada metode pembayaran tradisional (pembayaran tunai/kontak)	3,4466667
X1.5	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> akan meningkatkan kualitas transaksi	3,7366667
X1.6	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> akan meningkatkan akurasi transaksi	3,6333333
X1.7	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dapat meningkatkan efisiensi saya saat melakukan transaksi pembelian	3,68
X1.8	Menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dapat meningkatkan produktivitas saya	3,6033333

Perceived Ease of Use

Item	Pernyataan	Mean
X2.1	Saya dapat mengakses layanan <i>mobile payment</i> dengan mudah	3,3633333
X2.2	Menurut saya, layanan <i>mobile payment</i> mudah untuk digunakan	3,6
X2.3	Menurut saya, tampilan antarmuka pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dipelajari	3,6066667
X2.4	Menurut saya, tampilan antarmuka pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dipahami	3,38
X2.5	Prosedur pembayaran pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dimengerti	3,5966667
X2.6	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan layanan <i>mobile payment</i>	3,47
X2.7	Menurut saya, proses pembayaran dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> memerlukan usaha yang minimal	3,5466667
X2.8	Pembayaran dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> membuat transaksi menjadi lebih fleksibel	3,56

Perceived Risk

Item	Pernyataan	Mean
X3.1	Menurut saya, melakukan pembelian dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> berisiko	2,94
X3.2	Saya berhati-hati saat menggunakan layanan <i>mobile payment</i>	3,1133333
X3.3	Saya lebih suka menggunakan alternatif pembayaran lain, dibandingkan dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i>	3,1
X3.4	Saya menghindari penggunaan layanan <i>mobile payment</i> karena melibatkan risiko yang tidak terduga	2,73
X3.5	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada kemungkinan orang lain dapat mengakses informasi tentang transaksi <i>online</i> yang dilakukan	2,23
X3.6	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada potensi kerugian moneter yang tinggi saat melakukan pembelian	2,36
X3.7	Jika saya menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , ada risiko yang signifikan saat melakukan pembelian	2,2666667

Intention to Use Mobile Payment

Item	Pernyataan	Mean
Y.1	Saya dengan senang hati akan mencoba menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dalam kehidupan sehari-hari	3,4466667
Y.2	Saya tertarik untuk menggunakan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> untuk keperluan bisnis	3,63
Y.3	Jika memiliki akses ke <i>mobile payment</i> , saya berniat untuk menggunakan layanannya dalam waktu dekat	3,6566667
Y.4	Saya bermaksud untuk terus menggunakan layanan <i>mobile payment</i> daripada menghentikan penggunaannya	3,4466667
Y.5	Saya akan terus menggunakan layanan <i>mobile payment</i> untuk membayar pembelian barang dan jasa	3,7366667
Y.6	Saya akan sering menggunakan layanan <i>mobile payment</i> di masa mendatang	3,6333333
Y.7	Saya bermaksud untuk meningkatkan penggunaan layanan <i>mobile payment</i> saya di masa mendatang	3,68

