

**MODEL NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM
PEMBAYARAN SELULER DI INDONESIA: UTAUT DIPERLUAS**

Disertasi

Program Doktor Ilmu Ekonomi



**Oleh:
BUDI SETYANTA
NIM. 21931019**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI PROGRAM DOKTOR
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

**MODEL NIAT BERKELANJUTAN UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM
PEMBAYARAN SELULER DI INDONESIA: UTAUT DIPERLUAS**

Disertasi untuk memperoleh derajat Doktor
dalam Ilmu Ekonomi pada Program Doktor Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta



**Oleh:
BUDI SETYANTA
NIM. 21931019**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI PROGRAM DOKTOR
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

BERITA ACARA UJIAN DISERTASI

Program Studi Ilmu Ekonomi Program Doktor Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah menyelenggarakan Ujian Tertutup Disertasi dan Review Artikel, yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Budi Setyanta**

No. Mhs.: 21931019

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

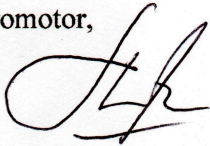
Dengan Judul:

Model Niat Berkelanjutan Untuk Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler Di Indonesia:

UTAUT Diperluas

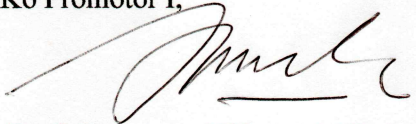
Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka disertasi tersebut dinyatakan **LULUS**

Promotor,



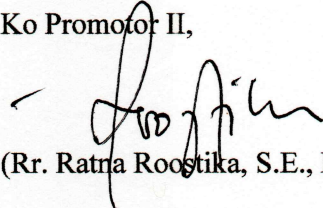
(Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.)

Ko Promotor I,



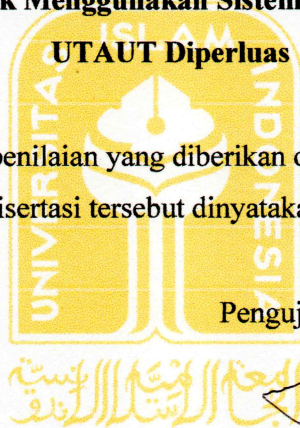
(Prof. Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D.)

Ko Promotor II,



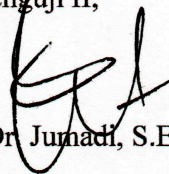
(Rr. Ratna Roostika, S.E., MAC., Ph.D.)

Penguji I,



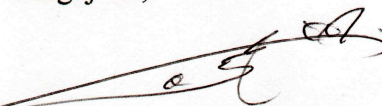
(Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.)

Penguji II,



(Dr. Jumadi, S.E., M.M.)

Penguji III,



(Dr. Drs. Albari, M.Si.)

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi Program Doktor

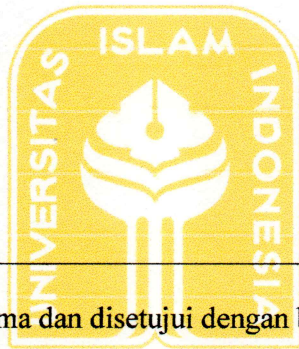


(Prof. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yogyakarta,

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh:



Promotor

(Prof. Dr. M.Suyanto, M.M.)

Ko Promotor I

(Prof. Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D)

Ko Promotor II

(Rr. Ratna Roostika, S.E., MAC., Ph.D.)

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Budi Setyanta**

NIM : **21931019**

Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi (PSIE), Program Doktor, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa Disertasi saya yang berjudul: ***Model Niat Berkelanjutan untuk Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler di Indonesia: UTAUT Diperluas.***

Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil plagiarisme (sebagian atau seluruhnya), maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan akademik dan peraturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 12 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Budi Setyanta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan disertasi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang, serta yang syafaatnya senantiasa kita nantikan di hari akhir.

Disertasi ini berjudul **“Model Niat Berkelanjutan untuk Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler di Indonesia: Utaut Diperluas”**, yang disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Doktor Ilmu Ekonomi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan disertasi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor, Dekan, Direktur Pascasarjana, Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi, serta seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Promotor, Prof. Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D. selaku Ko-Promotor I, serta Rr. Ratna Roostika, S.E., MAC., Ph.D. selaku Ko-Promotor II, atas segala arahan, bimbingan, dan kesabaran selama proses penyusunan disertasi ini.
3. Dewan Penguji Disertasi, yaitu Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D., Dr. Jumadi, S.E., M.M., Dr. Drs. Albari, M.M, atas masukan dan bimbingan yang diberikan sejak seminar proposal hingga ujian tertutup.
4. Rektor, Dekan, dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Janabadra Yogyakarta.
5. Istri tercinta, Melani Astari S.Hut., M.MA, dan yang tersayang Yuka Talitha atas doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti.
6. Orang tua penulis, alm Bapak Ibu Suwarso yang mungkin tidak menyangka anaknya mau sekolah sampai jenjang doktor
7. Ibu mertua, Ibu Sri Lestari yang selalu mendukung menyelesaikan sekolah.
8. Teman-teman angkatan 35 Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Pak Roni, Mas Dwi, Mas Ghafar, Mbak Ainul, Mbak Shinta yang saling dukung dan menyemangati menyelesaikan studi.

Akhir kata, penulis berharap disertasi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta berkontribusi dalam pengembangan kajian mengenai perilaku penggunaan pembayaran seluler di Indonesia.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan ridha dan keberkahan. Aamiin ya Rabbal 'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
BERITA ACARA KELULUSAN PROGRAM DOKTOR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
Abstrak.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	11
BAB II. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	14
2.1 Pendahuluan.....	14
2.2 GRAND THEORY: UTAUT	14
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL <i>PUSH–PULL–MOORING (PPM)</i> ...	18
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL <i>STATUS QUO BIAS (SQB)</i>	20

2.5	PENGAMBANGAN HIPOTESIS	21
2.6	Kerangka Konseptual Penelitian.....	65
2.7	Persamaan Struktural	66
BAB III. METODE PENELITIAN		68
3.1	Desain Penelitian	68
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	69
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	74
3.4	Instrumen Penelitian	81
3.5	Uji Instrumen Penelitian	81
3.6	Analisis Data.....	83
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS		94
4.1	Pilot Test Instrumen Penelitian.....	94
4.2	Profil Responden	96
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	107
4.4	Uji Kecocokan Model Per Variabel.....	116
4.5	Uji Struktural	125
4.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	133
4.7	Uji <i>Goodness of Fit Model I</i>	141
4.8	Uji Modifikasi.....	143
4.9	Uji Hipotesis	148
4.10	Uji Mediasi	191
BAB V. PENUTUP.....		196
5.1	Kesimpulan	196

5.2	Kontribusi Penelitian	197
5.3	Keterbatasan Penelitian	200
5.4	Rekomendasi Penelitian Berikutnya.....	202
DAFTAR PUSTAKA		268
LAMPIRAN – LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Parameter Harapan Kinerja.....	70
Tabel 3.2	Parameter Harapan Usaha.....	71
Tabel 3.3	Parameter Pengaruh Sosial	71
Tabel 3.4	Parameter Kondisi Memfasilitasi	72
Tabel 3.5	Parameter Sikap Positif pada Pembayaran Seluler	73
Tabel 3.6	Parameter Ketidakpuasan pada Uang Tunai	73
Tabel 3.7	Parameter Persepsi Keamanan Pembayaran Seluler.....	74
Tabel 3.8	Parameter Inersia pada Uang Tunai.....	75
Tabel 3.9	Parameter Niat Berkelanjutan.....	75
Tabel 3.10	Goodness of Fit.....	92
Tabel 4.1	Pilot Test Validitas.....	94
Tabel 4.2	Pilot Test Reliabilitas.....	95
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden.....	96
Tabel 4.4	Kelompok Generasi Pengguna.....	97
Tabel 4.5	Pendidikan Responden.....	98
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden	98
Tabel 4.7	Pendapatan Responden	99
Tabel 4.8	Tempat Tinggal Responden	99
Tabel 4.9	Pengalaman Penggunaan Pembayaran Seluler	102
Tabel 4.10	Penggunaan Layanan Pembayaran Seluler Per Bulan	102

Tabel 4.11	Jumlah Aplikasi Layanan Pembayaran Seluler Yang Dimiliki	103
Tabel 4.12	Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Paling Sering Digunakan	104
Tabel 4.13	Jenis Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Paling Sering Digunakan.....	106
Tabel 4.14	Penggunaan Aplikasi	106
Tabel 4.15	Interval Kriteria Jawaban Responden	107
Tabel 4.16	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Harapan Kinerja	107
Tabel 4.17	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Harapan Usaha	108
Tabel 4.18	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Pengaruh Sosial.....	109
Tabel 4.19	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Kondisi Memfasilitasi	110
Tabel 4.20	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Sikap Positif	111
Tabel 4.21	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Persepsi Keamanan	112
Tabel 4.22	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Ketidakpuasan.....	113
Tabel 4.23	Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Inersia	114
Tabel 4.24	Jawaban Responden Pada Item dan Niat Berkelanjutan	115
Tabel 4.25	Modifikasi Model Variabel Harapan Kinerja	117

Tabel 4.26	Modifikasi Model Variabel Harapan Usaha	118
Tabel 4.27	Modifikasi Model Variabel Pengaruh Sosial.....	119
Tabel 4.28	Modifikasi Model Variabel Kondisi Memfasilitasi	120
Tabel 4.29	Modifikasi Model Variabel Sikap Positif	121
Tabel 4.30	Modifikasi Model Variabel Ketidakpuasan	122
Tabel 4.31	Modifikasi Model Variabel Inersia	123
Tabel 4.32	Modifikasi Model Variabel Niat Berkelanjutan	124
Tabel 4.33	Uji Normalitas Data	126
Tabel 4.34	Hasil Uji Outlier.....	131
Tabel 4.35	<i>Loading Factor</i> Terstandar	132
Tabel 4.36	Hasil Uji AVE, MSV, CR, MaxR(H)	136
Tabel 4.37	Hasil Uji Fornel Larker Ratio	137
Tabel 4.38	Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio.....	139
Tabel 4.39	Hasil Uji Goodness of Fit I	142
Tabel 4.40	Hasil Uji Goodness of Fit II.....	144
Tabel 4.40	Normalitas Data II	144
Tabel 4.41	Hasil Uji Goodness of Fit II.....	144
Tabel 4.42	Hasil Uji Struktural Modifikasi	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	UTAUT Model	15
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	65
Gambar 4.1	Uji Struktural 1	130
Gambar 4.2	Batas Nilai <i>Mahalanobis Distance</i>	130
Gambar 4.3	Uji Struktural Modifikasi	143
Gambar 4.4	Hasil Sobel Test Mediasi Harapan Kinerja, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan	192
Gambar 4.5	Hasil Sobel Test Mediasi Kondisi Memfasilitasi, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan	194

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan sistem pembayaran seluler di Indonesia dengan mengadopsi dan memperluas Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Penelitian ini menempatkan sikap sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara konstruk UTAUT dan niat menggunakan sistem pembayaran seluler secara berkelanjutan. Data dikumpulkan dari 705 responden yang tersebar di seluruh Indonesia melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms dengan teknik convenience sampling. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis AMOS untuk menguji model struktural penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan usaha, harapan kinerja, dan kondisi memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan niat menggunakan sistem pembayaran seluler secara berkelanjutan. Sebaliknya, pengaruh sosial tidak terbukti berpengaruh signifikan baik terhadap sikap maupun niat berkelanjutan. Temuan penelitian juga mengindikasikan adanya peran mediasi sikap pada hubungan antara harapan usaha dan harapan kinerja terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa ketidakpuasan pengguna dan persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan sistem pembayaran seluler secara berkelanjutan. Sebaliknya, inersia merupakan prediktor penting pada niat berkelanjutan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model dengan menambahkan konstruk kepuasan pengguna, kecocokan teknologi atau Task–Technology Fit, serta kepercayaan. Integrasi konstruk-konstruk tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan serta dinamika adopsi sistem pembayaran seluler di Indonesia.

Kata kunci: UTAUT, Niat Berkelanjutan, Sikap, Persepsi Keamanan, Inersia

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing users' continuance intention to use mobile payment systems in Indonesia by adopting and extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). The proposed model positions attitude as a mediating variable in the relationship between UTAUT constructs and continuance intention to use mobile payment systems. Data were collected from 705 respondents across Indonesia through an online survey administered via Google Forms using a convenience sampling technique. Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS was employed to test the structural relationships in the research model. The results indicate that effort expectancy, performance expectancy, and facilitating conditions have positive and significant effects on both attitude and continuance intention to use mobile payment systems. In contrast, social influence does not exhibit a significant effect on either attitude or continuance intention. The findings further reveal that attitude mediates the relationships between effort expectancy and performance expectancy and continuance intention. Additionally, the study finds that user dissatisfaction and perceived security do not significantly influence continuance intention. Conversely, inertia emerges as an important predictor of continuance intention to use mobile payment systems.

Based on these findings, future research is encouraged to extend the model by incorporating additional constructs such as user satisfaction, task–technology fit, and trust. Integrating these constructs is expected to provide a more comprehensive understanding of the factors influencing continuance intention and to enhance insights into the dynamics driving the sustained adoption of mobile payment systems in Indonesia.

Keywords: UTAUT, Continuance Intention, Attitude, Perceived Security, Inertia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Transformasi pembayaran seluler di Indonesia melaju cepat dan semakin menyentuh kehidupan sehari-hari warga, sehingga penelitian tentang niat penggunaan berkelanjutan menjadi semakin mendesak secara ilmiah dan kebijakan publik (Upadhyay et al., 2022; Venkatesh et al., 2003). Dorongan urgensi itu juga terlihat pada data resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pada Triwulan IV-2023 nilai belanja uang elektronik mencapai Rp126,35 triliun dengan volume 2.134,21 juta transaksi. Selain itu, nilai transaksi perbankan digital 2023 mencapai Rp64.175,1 triliun (Otoritas Jasa Keuangan, 2024b). Pertumbuhan transaksi keuangan tersebut menandakan skala dan momentum yang menarik untuk agenda riset nasional. Dalam konteks ekosistem jasa keuangan yang kian terdigitalisasi, OJK juga menegaskan kerangka resiliensi digital untuk menopang keamanan dan keberlanjutan layanan, yang implikasinya langsung pada persepsi keamanan pengguna pembayaran seluler sebagai determinan perilaku pascaadopsi.

Secara teoretik, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memberi empat konstruk kunci, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi, yang terbukti kuat menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi (Blut et al., 2022; Venkatesh et al., 2003; Williams et al., 2015), sehingga relevan untuk memahami keberlanjutan penggunaan pembayaran seluler di Indonesia (Ariffin et al., 2020).

Riset lintas konteks memperluas validitas eksternal UTAUT pada pembayaran seluler dan perbankan digital, termasuk restoran berbasis NFC, ritel, dan lintas negara, sehingga memperkaya generalisasi namun sekaligus membuka ruang untuk pengujian relasi antarkonstruk pada konteks spesifik Indonesia (Ariffin et al., 2020; Khalilzadeh et al., 2017; Migliore et al., 2022).

Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi karena manfaat tanpa kontak, tetapi fase pasca-pandemi menuntut penjelasan baru tentang mengapa pengguna bertahan, di mana faktor sikap dan persepsi risiko/keamanan menjadi semakin sentral (Chang et al., 2021; Upadhyay et al., 2022).

Namun, literatur menunjukkan tiga kesenjangan penting yang perlu dijawab oleh riset ini. Pertama, banyak studi berfokus pada niat awal atau fitur teknis *platform*, sementara mekanisme psikologis bagaimana harapan kinerja dan harapan usaha menumbuhkan sikap positif lalu berlanjut menjadi niat berkelanjutan relatif kurang diuji serentak dalam satu kerangka yang menyertakan peran pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi (Oliveira et al., 2016)(Patil et al., 2020). Kedua, bukti tentang jalur langsung kondisi yang memfasilitasi ke niat masih inkonsisten lintas negara, sebagian menemukan tidak signifikan, sehingga peran tak langsung melalui sikap perlu dites pada konteks infrastruktur dan literasi digital Indonesia (Esawe, 2022; Hammouri et al., 2023; Upadhyay et al., 2022; L. Wang & Yi, 2012; R. Wu & Lee, 2017). Ketiga, konstruk pascaadopsi seperti persepsi keamanan, ketidakpuasan terhadap alternatif lama (uang tunai), dan inersia *status quo* belum terintegrasi utuh sebagai pendorong/penahan dalam kerangka yang menautkan

variabel UTAUT ke niat berkelanjutan, padahal temuan awal menunjukkan signifikansinya (E. T. Lee & Li, 2023; Park et al., 2017; Seth et al., 2020).

Riset terdahulu yang menggabungkan UTAUT dengan model pasca adopsi memperlihatkan bahwa sikap memengaruhi niat berkelanjutan (Abdul-Halim et al., 2022; Laksamana et al., 2023). Tetapi pola hubungan pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi terhadap sikap serta niat dalam pembayaran seluler belum konsisten (Jadil et al., 2021; Lin et al., 2020; Liu et al., 2019). Sejumlah temuan menunjukkan keduanya berpengaruh positif terhadap niat adopsi atau penggunaan (Malarvizhi et al., 2022). Pada konteks lain hasil yang signifikan juga muncul tetapi tidak selalu seragam lintas konstruk dan populasi (Yang et al., 2021). Ada pula studi yang mendapati pengaruh sosial lemah/tidak signifikan dan kondisi yang memfasilitasi tidak berdampak pada perilaku/niat penggunaan (Martinez & Mcandrews, 2022).

Dalam beberapa konteks layanan mandiri, pengaruh sosial tak selalu berdampak langsung pada niat berkelanjutan dan lebih tepat dimodelkan sebagai pembentuk sikap, selaras dengan observasi bahwa pengguna berpengalaman cenderung kurang mengandalkan norma sosial langsung ketika keputusan sudah terbentuk (Chang et al., 2021; Wei et al., 2021). Begitu pula, kehadiran sarana, dukungan, dan kebijakan, dari ketersediaan ponsel pintar hingga edukasi keamanan, dapat berperan sebagai sarana pendukung yang menumbuhkan sikap positif (Patil et al., 2020; Wu & Ho, 2022), dan berdampak langsung pada niat (Istijanto & Handoko, 2022), sehingga jalur tidak langsung layak diuji.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keamanan dan privasi merupakan penentu penting dalam pembayaran seluler, baik melalui pengaruhnya pada sikap dan niat menggunakan maupun sebagai peredam dampak negatif dari risiko yang dirasakan (Almaiah et al., 2022; Chawla & Joshi, 2019; Mombeuil & Uhde, 2021). Keamanan yang dipersepsikan tinggi menurunkan keragu-raguan dan membantu menjaga keberlanjutan penggunaan, terutama ketika layanan semakin terintegrasi dalam berbagai skenario transaksi sehari-hari (Khalilzadeh et al., 2017; Quan et al., 2023).

Dalam lanskap Indonesia yang semakin terdigitalisasi dan diawasi regulator, integrasi kebijakan resiliensi digital OJK dengan desain pengalaman pengguna yang aman menjadi landasan praktis untuk menguatkan persepsi keamanan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024a).

Di luar aspek tarikan manfaat dan kemudahan, perilaku berkelanjutan juga ditentukan oleh dinamika dorongan dari ketidakpuasan terhadap alat lama dan penambat berupa inersia serta keterikatan pada *status quo*, sebagaimana dirumuskan dalam kerangka *Push-Pull-Mooring* (Bansal et al., 2005).

Ketidakpuasan terbukti memicu migrasi ke solusi baru dalam beragam layanan digital, dan gagasan ini relevan untuk menilai peralihan dari uang tunai ke pembayaran seluler ketika pengguna menghadapi antrian, biaya peluang, atau ketidaknyamanan lain dari transaksi tunai (Fan et al., 2021; Kuo, 2020).

Sementara itu, inersia, gabungan kebiasaan, biaya mental berpindah, dan persepsi risiko perubahan, sering melemahkan niat beralih meski manfaat

objektifnya tinggi (Haskamp et al., 2021), sehingga memerlukan intervensi desain dan edukasi untuk peran *status quo* (Gong et al., 2020; Lin & Hsieh, 2023).

Temuan tentang inersia di konteks pembayaran menunjukkan bahwa preferensi yang menempel pada platform tertentu dapat bertahan karena kebiasaan, kenyamanan antarmuka, dan persepsi risiko perpindahan, yang secara teoritis berpotensi menekan niat berkelanjutan bila pengalaman keamanan melemah atau manfaat relatif menurun (Gong et al., 2020; Hsieh, 2021; E. T. Lee & Li, 2023).

Penelitian sebelumnya juga mengindikasikan temuan heterogenitas lintas budaya dan infrastruktur digital, sehingga pengujian jalur-jalur UTAUT dan variabel pascaadopsi perlu dilakukan secara spesifik per negara untuk menghindari generalisasi berlebihan dari temuan luar negeri (Chang et al., 2021; Lin et al., 2019; Merhi et al., 2019; Migliore et al., 2022).

Di Indonesia, beberapa studi adopsi dan keberlanjutan sudah mengarah ke integrasi konstruk UTAUT dengan variabel kepercayaan/risiko dan faktor kontekstual pandemi, tetapi ruang komprehensif untuk menautkan empat konstruk UTAUT ke sikap positif serta ke niat berkelanjutan, serta memasukkan ketidakpuasan, persepsi keamanan, dan inersia, masih terbuka.

Bukti di negara lain juga menegaskan pentingnya memperlakukan kondisi yang memfasilitasi sebagai prasyarat pengalaman positif, ketersediaan perangkat, konektivitas, literasi, dan dukungan, yang memperkuat pada sikap, dibandingkan dengan menggunakan jalur langsung yang inkonsisten ke niat, sehingga modeling yang meletakkan peran kondisi memfasilitasi merupakan pembentuk sikap yang

pada gilirannya mendorong niat merupakan hipotesis yang layak (Z. Liu et al., 2019; Shaikh et al., 2023).

Dari sisi kontribusi, pendekatan yang direncanakan menawarkan tiga unsur kebaruan. Pertama, penelitian akan menguji simultan jalur harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap sikap positif, lalu dari sikap ke niat berkelanjutan, sehingga menjawab kesenjangan integrasi mekanisme sikap sebagai konstruk psikologis dalam keberlanjutan pembayaran seluler.

Kedua, penelitian memasukkan tiga variabel pascaadopsi yang sering terpisah-pisah, ketidakpuasan pada uang tunai (*push*), persepsi keamanan (*mooring* yang menahan atau menjaga), dan inersia *status quo* (*mooring* yang menghambat), ke dalam satu kerangka, sehingga mampu memetakan kapan manfaat dan kemudahan yang menarik cukup kuat untuk mengalahkan kebiasaan serta kekhawatiran keamanan.

Ketiga, fokus Indonesia pasca-pandemi dan dukungan regulatif OJK memberi kebijakan yang lengkap, data pertumbuhan transaksi digital dan *e-money* menunjukkan pasar yang matang untuk strategi retensi pengguna, dari desain antarmuka, edukasi keamanan, hingga orkestrasi insentif, yang hasilnya dapat langsung diturunkan menjadi rekomendasi kebijakan dan desain layanan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024a).

Beragam temuan penelitian yang memetakan hubungan antara manfaat yang dipersepsikan (harapan kinerja), kemudahan (harapan usaha), norma sosial lokal (pengaruh sosial), dan kesiapan infrastruktur/pengguna (kondisi yang

memfasilitasi) terhadap sikap dan niat berkelanjutan akan membantu pelaku industri merancang intervensi yang tepat sasaran, misalnya, meningkatkan kecepatan dan reliabilitas di titik bayar untuk memperkuat harapan kinerja, menyederhanakan alur onboarding untuk menurunkan beban kognitif, serta kampanye komunitas untuk memperkuat adopsi.

Dalam waktu yang sama, penanganan penahan perilaku akan mengurangi inersia atau menurunkan kekhawatiran keamanan melalui transparansi kontrol privasi, menjadi kunci mempertahankan kebiasaan untuk melakukan pembayaran melalui sistem pembayaran seluler yang telah terbentuk selama pandemi.

Pada akhirnya, nilai ilmiah penelitian ini terletak pada pengujian relasi antar konstruk yang relevan bagi keberlanjutan, bukan sekadar adopsi awal, dalam ekosistem pembayaran seluler Indonesia yang sedang bertumbuh pesat dan semakin diatur untuk aman, andal, dan inklusif.

Dengan menutup kesenjangan integrasi UTAUT, sikap, dan faktor pasca adopsi (ketidakpuasan, keamanan, inersia) serta berlandaskan data pertumbuhan dari OJK, penelitian ini diharapkan tidak hanya memajukan teori, tetapi juga memberikan peta jalan praktis untuk memperkuat niat penggunaan berkelanjutan pembayaran seluler di Indonesia.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Keberhasilan pembayaran seluler di Indonesia tidak cukup diukur dari adopsi awal, melainkan dari niat berkelanjutan untuk terus menggunakan (*continuance intention*). Untuk menjelaskan niat berkelanjutan ini, penelitian memadukan UTAUT (*Unified Theory of*

Acceptance and Use of Technology) dengan kerangka *Push–Pull–Mooring (PPM)* serta konsep *status quo bias*.

Secara operasional, UTAUT menjadi landasan bagi keyakinan kognitif yang relevan dengan pembayaran seluler: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Keempat konstruk tersebut diposisikan sebagai pendorong yang (i) membentuk sikap positif terhadap pembayaran seluler dan (ii) memengaruhi niat berkelanjutan.

Kerangka PPM melengkapi UTAUT dengan memetakan keputusan untuk bertahan menggunakan sistem pembayaran seluler:

- *Push* (dorongan menjauh): ketidakpuasan terhadap penggunaan uang tunai sebagai alat pembayaran (misalnya tidak praktis, risiko hilang/palsu, tidak higienis, antre, kurang bisa dilacak). Ketidakpuasan pada tunai mendorong pengguna menjauh dari tunai dan mempertahankan pilihan pembayaran seluler.
- *Pull* (tarikan mendekat): persepsi keamanan atas pembayaran seluler, yaitu penilaian pengguna terhadap keamanan transaksi dan perlindungan data saat menggunakan pembayaran seluler. Semakin kuat rasa aman, semakin besar tarikan untuk melanjutkan penggunaan.
- *Mooring* (jangkar/pengikat): inersia terhadap uang tunai, yakni kecenderungan tetap menggunakan tunai karena kebiasaan atau kenyamanan, merasa sulit beralih, atau mengalami stres saat memakai mobile payment. Inersia merepresentasikan *status quo bias* yang menahan perubahan dan cenderung melemahkan niat berkelanjutan pada pembayaran seluler.

Dalam model ini, sikap positif terhadap pembayaran seluler diposisikan sebagai penentu terdekat dari *continuance intention*, sekaligus saluran evaluatif yang dipengaruhi oleh konstruk UTAUT. Dengan demikian, pengujian empiris akan menilai: (1) pengaruh konstruk UTAUT terhadap sikap dan niat berkelanjutan, (2) dampak ketidakpuasan pada uang tunai sebagai *push*, (3) pengaruh persepsi keamanan sebagai *pull*, serta (4) peran inersia terhadap uang tunai sebagai *mooring (status quo bias)*.

- 1.2.1 Apakah harapan kinerja berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.2 Apakah harapan kinerja berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.3 Apakah harapan usaha berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.4 Apakah harapan usaha berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.5 Apakah pengaruh sosial berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.6 Apakah pengaruh sosial berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.7 Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.8 Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.9 Apakah sikap positif pada pembayaran seluler berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler

- 1.2.10 Apakah ketidakpuasan pada uang tunai berpengaruh positif pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.11 Apakah persepsi keamanan sistem pembayaran seluler berpengaruh positif pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.12 Apakah inersia pada uang tunai berpengaruh negatif pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pokok permasalahan penelitian, maka penelitian ini bertujuan:

- 1.3.1 Untuk mengidentifikasi pengaruh harapan kinerja pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.2 Untuk mengidentifikasi pengaruh harapan kinerja pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.3 Untuk mengidentifikasi pengaruh harapan usaha pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.4 Untuk mengidentifikasi pengaruh harapan usaha pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.5 Untuk mengidentifikasi dampak pengaruh sosial pada sikap positif terhadap pembayaran seluler
- 1.2.6 Untuk mengidentifikasi dampak pengaruh sosial pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.7 Untuk mengidentifikasi pengaruh kondisi yang memfasilitasi pada sikap positif terhadap pembayaran seluler

- 1.2.8 Untuk mengidentifikasi pengaruh kondisi yang memfasilitasi pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.9 Untuk mengidentifikasi pengaruh sikap positif pada pembayaran seluler pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.10 Untuk mengidentifikasi pengaruh positif ketidakpuasan pada uang tunai terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.11 Untuk mengidentifikasi pengaruh positif persepsi keamanan sistem pembayaran seluler pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler
- 1.2.12 Untuk mengidentifikasi pengaruh negatif inersia pada uang tunai terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler

1.4. KONTRIBUSI HASIL PENELITIAN

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini mengintegrasikan UTAUT dengan kerangka *Push–Pull–Mooring (PPM)* serta *status quo bias* untuk menjelaskan keberlanjutan penggunaan pembayaran seluler. Pemetaan PPM ditetapkan jelas yaitu, *push* adalah ketidakpuasan terhadap penggunaan uang tunai, *pull* adalah persepsi keamanan pada pembayaran seluler, *mooring* adalah inersia terhadap uang tunai.

Empat konstruk UTAUT (harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi) memiliki dua jalur pengaruh sekaligus: membentuk sikap positif dan juga berpengaruh langsung pada niat berkelanjutan.

Dorongan untuk meninggalkan sistem pembayaran tunai didefinisikan sebagai ketidakpuasan pada metode pembayaran menggunakan uang tunai, bukan ketidakpuasan pada pembayaran seluler, sehingga model lebih tepat untuk konteks pascaadopsi. Persepsi keamanan ditempatkan sebagai faktor tarikan utama pada tahap berkelanjutan, mencakup kerahasiaan data, integritas transaksi, dan otentikasi. Inersia terhadap uang tunai dipahami sebagai penahan perubahan karena kebiasaan, kenyamanan, sulit beralih, atau stres saat memakai mobile payment. Sikap positif diposisikan sebagai penentu terdekat dari niat berkelanjutan, sekaligus saluran evaluatif bagi pengaruh UTAUT.

Definisi operasional disusun tegas untuk tiap konstruk agar mudah diukur, direplikasi, dan dibandingkan pada studi berikutnya.

1.4.2 Kontribusi Praktis

- **Untuk penyedia layanan:** Cara untuk meningkatkan dorongan berpindah ke sistem pembayaran seluler (meninggalkan cara pembayaran menggunakan uang tunai) adalah melalui kurangi kelemahan tunai (tidak praktis, berisiko, tidak higienis, antre, sulit dilacak), memperkuat *pull* dengan menampilkan keamanan yang mudah dipahami, mengurangi *mooring* dengan mengoperasikan yang mudah, alur transaksi yang sederhana, bantuan yang tersedia, insentif uji coba, dan pengaturan default yang memudahkan agar kebiasaan baru cepat terbentuk.

- **Untuk pembuat kebijakan:** Tetapkan standar keamanan dan perlindungan konsumen yang jelas, perluasan akseptansi, tingkatkan literasi digital/keuangan, serta berikan insentif untuk adopsi yang aman.
- **Untuk merchant:** Melakukan edukasi di titik layanan (panduan cepat di kasir/QR), tekankan keamanan dan kecepatan transaksi dalam promosi, sediakan insentif, dan ciptakan pengalaman bayar yang stabil agar kebiasaan terbentuk.
- **Untuk perancang produk:** Mengutamakan keandalan dan kinerja aplikasi, tampilkan indikator keamanan yang jelas di antarmuka, sediakan bantuan kontekstual, dan sederhanakan langkah penggunaan agar tidak menimbulkan stres.

BAB II

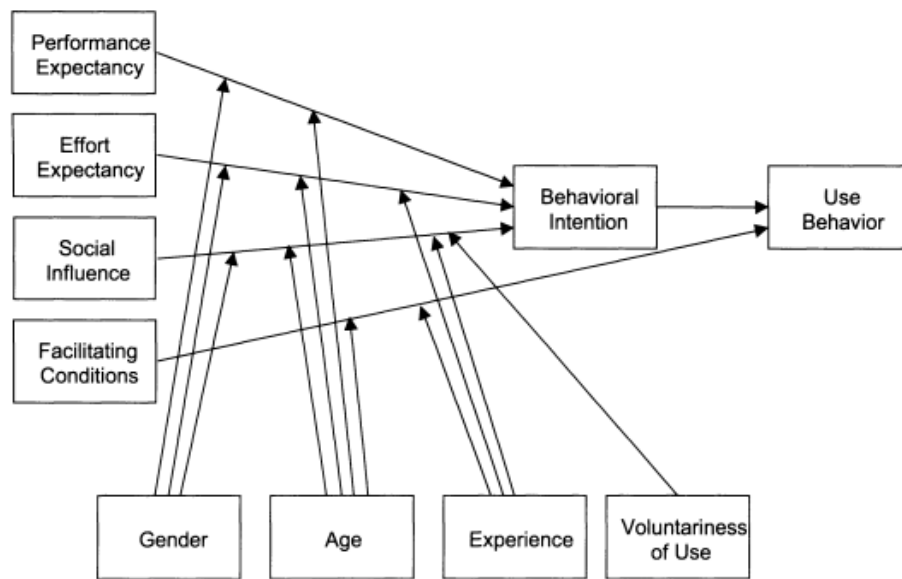
KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan kerangka teoritis yang mendasari model penelitian serta arah pengembangan hipotesis. Teori utama yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. UTAUT dipilih karena mampu merangkum berbagai model penerimaan teknologi sebelumnya ke dalam satu kerangka yang lebih ringkas namun kuat untuk menjelaskan niat berperilaku dan perilaku penggunaan teknologi. Kerangka ini menjadi dasar untuk memetakan hubungan antarvariabel pada konteks pembayaran seluler dan menyiapkan landasan pengujian hipotesis pada bagian berikutnya.

2.2 GRAND THEORY UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)

UTAUT diakui luas sebagai kerangka utama untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi, dengan validasi lintas konteks yang kuat (Williams et al., 2015). Dorongan adopsi riset ini datang dari laju inovasi yang menuntut pemetaan faktor dan tingkat adopsi–difusi teknologi secara lebih sistematis agar kontribusi ilmu berkembang terarah (Dwivedi et al., 2020). UTAUT lahir sebagai upaya mengonsolidasikan berbagai model penerimaan ke dalam satu kerangka komprehensif yang memberikan wawasan lintas disiplin dan memajukan studi adopsi teknologi (Tamilmani et al., 2021).



Gambar 2.1 UTAUT Model (Venkatesh et al., 2003)

Secara konseptual, UTAUT disusun melalui telaah kesamaan dan perbedaan teoretis dari tiga arus utama, psikologi sosial, sistem informasi, dan psikologi perilaku. UTAUT untuk merumuskan prediktor niat dan perilaku penggunaan yang lebih lugas (Venkatesh et al., 2003). Model ini menyintesis delapan teori terkemuka, yang terdiri dari TRA dan TPB yang menekankan peran sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan dalam membentuk niat (Ajzen, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975). TAM yang menempatkan kegunaan dan kemudahan sebagai penggerak intensi serta penggunaan (Davis, 1989). Motivation Model yang menyoroti motivasi ekstrinsik–intrinsik (Davis et al., 1989), C-TAM-TPB sebagai hibrida yang menggabungkan kekuatan TAM dan TPB (Taylor & Todd, 1995). MPCU yang menekankan kesesuaian pekerjaan, kompleksitas, dan kondisi yang memfasilitasi (Thompson et al., 1991), IDT yang menggarisbawahi keuntungan relatif dan kompatibilitas inovasi (Rogers, 1983). Dan yang terakhir adalah SCT

yang memformalkan ekspektasi hasil, efikasi diri, dan interaksi pribadi–perilaku–lingkungan (Bandura, 1991).

Hasil sintesis tersebut dituangkan ke dalam empat konstruk inti, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi, yang memengaruhi niat berperilaku dan penggunaan aktual, dengan moderasi usia, jenis kelamin, pengalaman, serta kesukarelaan (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial dalam konteks kelompok (misalnya rekan, keluarga, atau atasan) diakui sebagai pendorong penting evaluasi dan keputusan adopsi, sehingga bernilai strategis bagi organisasi yang mengimplementasikan teknologi baru (Gupta et al., 2016). Secara empiris, UTAUT menunjukkan daya jelaskan niat yang tinggi dibanding model pendahulunya, sekaligus menawarkan peta variabel yang lebih ringkas untuk pengujian lintas konteks (Dwivedi et al., 2020).

Kekuatan eksternal UTAUT tercermin dari penerapannya yang luas di beragam sektor layanan dan digital. Penelitian menunjukkan relevansinya di ritel (Ariffin et al., 2020), pusat belanja (Liu et al., 2022) dan restoran (Khalilzadeh et al., 2017), mulai evaluasi adopsi hingga penggunaan berulang. Penerapan juga meluas ke kesehatan (Nwankpa & Datta, 2022), jasa konsultasi kesehatan online (Xiong & Zhao, 2017), asuransi (Xie & Cao, 2023). Beragam penelitian tersebut menggunakan UTAUT sebagai rujukan untuk memetakan pendorong penerimaan dan keberlanjutan penggunaan.

Untuk meminimalkan tumpang tindih antarkonstruksi, harapan kinerja dalam UTAUT dapat dioperasionalkan sebagai penilaian manfaat tugas-spesifik yang nyata, efektivitas, efisiensi, keandalan, dan kualitas hasil. Harapan usaha

merangkum persepsi kemudahan mempelajari dan mengoperasikan sistem, yang sering berinteraksi dengan desain antarmuka serta dukungan pengguna. Pengaruh sosial menangkap tekanan/dukungan normatif dari pihak signifikan, sedangkan kondisi yang memfasilitasi menyoroti ketersediaan sumber daya, dukungan teknis, dan kompatibilitas yang memungkinkan niat berujung pada penggunaan aktual (Venkatesh et al., 2003).

Dengan pondasi tersebut, kerangka model penelitian menjadi jelas: kombinasi keyakinan kognitif (harapan kinerja dan harapan usaha), dinamika sosial (pengaruh sosial), dan kesiapan lingkungan (kondisi yang memfasilitasi) membentuk niat serta perilaku penggunaan, efeknya berbeda lintas segmen karena dimoderasi oleh karakteristik pengguna dan konteks penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Di sisi praktis, kerangka penelitian ini membantu perancang dan pengambil kebijakan memutuskan prioritas intervensi, misalnya memperkuat nilai guna yang dirasakan, menyederhanakan alur, mengaktifkan dukungan sosial, dan memastikan infrastruktur pendukung, agar adopsi dan keberlanjutan penggunaan teknologi meningkat/.

Penelitian ini memberikan bukti penerapan lintas industri dengan menegaskan dua hal: UTAUT efektif sebagai bahasa bersama untuk menganalisis penerimaan teknologi, dan fleksibel untuk disesuaikan dengan karakter domain, termasuk pembayaran seluler yang menuntut pengalaman cepat, aman, dan andal (Khalilzadeh et al., 2017; Istijanto & Handoko, 2022). Dengan demikian, UTAUT layak dijadikan kerangka inti pada penelitian ini untuk menjelaskan dan

mengoptimalkan adopsi serta penggunaan berkelanjutan solusi pembayaran seluler (Dwivedi et al., 2019).

2.3 KERANGKA KONSEPTUAL *PUSH–PULL–MOORING* (PPM)

Model Push–Pull–Mooring (PPM) menjelaskan perilaku perpindahan dan keberlanjutan penggunaan teknologi melalui tiga sumber pengaruh: dorongan menjauh dari pilihan lama (*push*), tarikan menuju pilihan baru (*pull*), dan pengikat yang menahan atau mempermudah perpindahan (*mooring*) (Moon, 1995). Kerangka ini banyak dipakai untuk memahami alasan pengguna memilih dan mempertahankan suatu teknologi dalam berbagai konteks pemasaran dan layanan (Fan et al., 2021).

Dalam konteks pembayaran seluler, PPM membantu menerangkan mengapa pengguna meninggalkan uang tunai dan bertahan pada pembayaran seluler (Lu & Wung, 2021). Pada penelitian ini, spesifikasi konstruk dibuat eksplisit: *push* adalah ketidakpuasan terhadap sistem pembayaran menggunakan uang tunai (ketidakpraktisan, risiko kehilangan/palsu, higienitas, antrian, keterbatasan pelacakan), *pull* adalah persepsi keamanan sistem pembayaran seluler (penilaian atas keamanan transaksi dan perlindungan data), dan *mooring* adalah inersia terhadap uang tunai, misalnya kebiasaan, kenyamanan, kesulitan beralih, atau stres saat memakai sistem pembayaran seluler (Lin et al., 2021).

Operasionalisasi persepsi keamanan penting karena kekhawatiran atas penyalahgunaan data pribadi dan finansial dapat menurunkan motivasi menggunakan layanan (Almaiah et al., 2022). Sebaliknya, fitur keamanan yang

jelas, misalnya otentikasi kuat, enkripsi, dan notifikasi real-time, dapat meredam risiko yang dirasakan dan memperkuat tarikan untuk melanjutkan penggunaan (Cham et al., 2022).

Di sisi lain, inersia terhadap uang tunai merepresentasikan *status quo bias*. Kebiasaan dan kenyamanan pada metode lama menambah biaya psikologis untuk berubah, sehingga melemahkan niat berkelanjutan meskipun dorongan dan tarikan sudah hadir (Loh et al., 2021).

Penelusuran awal literatur menunjukkan masih terbatasnya studi yang secara eksplisit mengintegrasikan UTAUT dan PPM pada konteks pembayaran seluler, salah satu contoh yang relevan memasukkan variabel sikap untuk menjelaskan keberlanjutan penggunaan (Istijanto & Handoko, 2022). Kesenjangan ini menegaskan peluang kontribusi penelitian untuk menyajikan model UTAUT - PPM yang lebih terukur dan kontekstual pada layanan pembayaran seluler.

2.4 KERANGKA KONSEPTUAL *STATUS QUO BIAS* (SQB)

Status quo bias adalah kecenderungan psikologis untuk mempertahankan keadaan saat ini dan menolak perubahan. Preferensi ini kerap dipicu oleh aversi terhadap kerugian serta ketidakpastian atas manfaat dari pilihan baru, sehingga individu lebih memilih tetap pada opsi yang sudah dikenal (Gal, 2006). Dalam keputusan rasional sehari-hari, pola tersebut tampak sebagai pilihan berulang pada alternatif yang sama meskipun tersedia opsi lain yang berpotensi lebih baik (Samuelson & Zeckhauser, 1988).

Status quo bias sering termanifestasi sebagai inersia yakni kecenderungan bertahan pada perilaku atau sistem yang ada. Inersia muncul karena berbagai faktor, seperti persepsi ketidakpastian terhadap hasil perubahan dan antisipasi penyesalan jika pilihan baru ternyata tidak menguntungkan (Johnsen, 2016). Di ranah sistem informasi, inersia juga dipengaruhi oleh motif mempertahankan konsistensi kognitif dan rasa kendali atas cara kerja yang sudah mapan (Nugawela & Sedera, 2022).

Dalam konteks layanan keuangan digital, inersia dapat menjelaskan mengapa sebagian pengguna tetap bertahan pada metode lama meski terdapat dorongan dan tarikan untuk beralih. Kebiasaan, rasa nyaman, atau beban psikologis saat menggunakan teknologi baru membuat perubahan terasa mahal, sehingga niat berkelanjutan terhadap solusi digital melemah (Loh et al., 2021).

Penelitian ini memosisikan inersia sebagai wujud operasional dari *status quo bias* pada penggunaan uang tunai. Artinya, preferensi mempertahankan tunai karena kebiasaan, kenyamanan, sulitnya beralih, atau stres saat memakai mobile payment dipandang sebagai mekanisme kunci yang menahan perubahan perilaku pembayaran meskipun faktor pendorong dan penarik telah hadir (Nugawela & Sedera, 2022). Dengan kerangka ini, SQB memberi landasan teoretis untuk memahami hambatan psikologis dalam keberlanjutan penggunaan pembayaran seluler.

2.5 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.5.1 Hubungan antara Harapan Usaha, Sikap Positif dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Harapan kinerja dipahami sebagai keyakinan bahwa teknologi memberi manfaat yang nyata, membuat proses lebih cepat, mudah, andal, dan hasilnya lebih baik, sehingga memengaruhi penilaian dan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam layanan pembayaran seluler, makna ini relevan karena pengguna menilai kegunaan praktis dalam transaksi sehari-hari, bukan sekadar kebaruan teknologi (Abraham Sleiman et al., 2023). Secara teoretis, ketika harapan kinerja tinggi, sikap terhadap layanan cenderung lebih positif dan kemauan untuk terus menggunakan juga menguat (Venkatesh et al., 2003).

Dukungan empiris untuk hubungan harapan kinerja–sikap terlihat di beragam konteks. Pada pembayaran biometrik, persepsi manfaat berupa kecepatan dan kepraktisan berkaitan dengan evaluasi yang lebih baik serta kecenderungan penggunaan berulang, menunjukkan bahwa manfaat yang diantisipasi terkonfirmasi oleh pengalaman aktual (Wu & Lee, 2017). Pada pembayaran NFC di restoran, persepsi nilai dan efektivitas teknologi selaras dengan sikap yang lebih positif terhadap penggunaannya, menegaskan peran manfaat fungsional dalam pembentukan evaluasi (Khalilzadeh et al., 2017). Di ritel dan layanan, kenyamanan serta manfaat yang dirasakan berhubungan dengan penerimaan solusi pembayaran digital, sehingga harapan kinerja tampak sebagai penggerak evaluasi konsumen yang konsisten (Cham et al., 2022). Bahkan pada situasi penuh ketidakpastian seperti pandemi, manfaat yang dirasakan tetap menjelaskan sikap dan penerimaan

pembayaran seluler, menandakan ketangguhan pengaruh harapan kinerja di bawah tekanan lingkungan (Upadhyay et al., 2022).

Keterkaitan harapan kinerja dengan niat berkelanjutan juga terdokumentasi. Ketika pengguna menilai pembayaran seluler meningkatkan utilitas transaksi, misalnya menghemat waktu dan mengurangi hambatan, kemauan untuk terus memakai cenderung menguat (Jung et al., 2020). Dalam layanan keuangan ritel, pembingkai manfaat sebagai nilai tambah pada transaksi rutin berkorelasi dengan keputusan penggunaan berulang pada segmen pengguna yang lebih luas (Mohapatra et al., 2020). Pada ekosistem yang menonjolkan kepraktisan dan kemudahan, nilai guna yang dirasakan berkaitan dengan preferensi mempertahankan penggunaan dari waktu ke waktu (Zhao & Bacao, 2021). Pola serupa dilaporkan pada pasar berbahasa Portugis, di mana manfaat yang dirasakan memperkuat keputusan berulang pengguna dompet/pembayaran seluler (Abegao Neto & Figueiredo, 2023). Dalam konteks Indonesia, harapan kinerja juga relevan untuk menjelaskan pembentukan sikap dan kecenderungan penggunaan berkelanjutan, sehingga konstruksi ini layak diuji pada populasi lokal (Istijanto & Handoko, 2022).

Terdapat dua jalur pengaruh yang saling melengkapi. Pada jalur evaluatif, penilaian teknologi ini bermanfaat diubah menjadi sikap yang lebih menyenangkan, dan sikap bertindak sebagai penentu terdekat dari niat berkelanjutan (Istijanto & Handoko, 2022). Pada jalur utilitarian, manfaat yang diantisipasi: penghematan waktu, efisiensi alur, reliabilitas hasil dapat langsung menjustifikasi keputusan untuk tetap menggunakan, terutama pada transaksi berulang, sehingga niat

meningkat meski perubahan afek bukan satu-satunya saluran (Jung et al., 2020). Ketika manfaat konsisten di berbagai latar belakang, keputusan berulang cenderung terkonsolidasi pada kelompok pengguna yang beragam, yang menunjukkan stabilitas dampak harapan kinerja pada perilaku (Mohapatra et al., 2020). Di lingkungan yang memudahkan, misalnya antarmuka yang intuitif atau proses yang ringkas, persepsi kepraktisan berkaitan dengan preferensi mempertahankan penggunaan, mempertebal jalur utilitarian tersebut (Zhao & Bacao, 2021).

Namun, literatur juga menampilkan keragaman hasil sehingga generalisasi perlu hati-hati. Pada adopsi awal *mobile banking*, pengaruh langsung harapan kinerja terhadap sikap tidak selalu signifikan karena faktor lain seperti risiko dan kemudahan dapat lebih dominan dalam pembentukan evaluasi (Shaikh et al., 2018). Di pasar dengan jaringan kurang andal atau layanan seluler yang belum lengkap, keraguan atas kegunaan penuh sistem seluler menurunkan peluang harapan kinerja bertranslasi langsung menjadi niat, apalagi ketika sebagian layanan tetap menuntut sistem pembayaran fisik (Dhingra & Gupta, 2020).

Dalam studi keberlanjutan, pengaruh harapan kinerja terhadap niat kerap mengalir melalui kepuasan dan pemanfaatan fitur yang relevan, ketika mediator tersebut dimodelkan, jalur langsung sering melemah atau menjadi tidak signifikan (Purohit, Arora, et al., 2022). Variasi ini menunjukkan bahwa kekuatan harapan kinerja bergantung pada kualitas pengalaman aktual, kelengkapan fitur, reliabilitas jaringan, dan profil risiko yang dirasakan, bukan semata-mata pada keyakinan utilitas awal (Dhingra & Gupta, 2020; Shaikh et al., 2018).

Peran sikap sebagai penghubung juga didukung oleh bukti mediasi. Dalam konteks pembayaran digital ritel, sikap dilaporkan memediasi hubungan antara harapan kinerja dan niat, sehingga evaluasi positif menjadi saluran penting agar manfaat berubah menjadi kemauan menggunakan (Chaveesuk et al., 2021). Pada dompet digital, konfirmasi manfaat meningkatkan kepuasan dan komitmen untuk melanjutkan penggunaan, meningkatkan hubungan manfaat–niat pada horizon waktu yang lebih panjang (N. Singh et al., 2020). Di konteks mobilitas tinggi seperti Taiwan, kenyamanan dan kecepatan yang dirasakan berkaitan dengan kecenderungan mempertahankan penggunaan, selaras dengan narasi bahwa manfaat utilitarian menjadi jangkar keputusan berulang (Lian & Li, 2021). Dengan demikian, ketidakkonsistenan lintas studi lebih tepat dipahami sebagai variasi mediasi dan kondisi batas, bukan sebagai penolakan terhadap relevansi harapan kinerja.

Dimensi desain pengalaman pengguna berfungsi sebagai jembatan agar harapan kinerja menjadi pengalaman. Antarmuka sederhana dan alur ringkas menurunkan beban kognitif serta mempercepat pembelajaran pengguna, sehingga manfaat lebih cepat dirasakan dan harapan tidak berhenti sebagai klaim (Chao, 2019). Materi bantu dan dukungan yang ramah pengguna, misalnya panduan di dalam aplikasi, mempermudah internalisasi manfaat dalam penggunaan harian (Bai & Guo, 2022). Pengurangan langkah yang membingungkan serta bantuan kontekstual menjaga konsistensi antara harapan dan performa aktual layanan, yang pada gilirannya memperkuat sikap dan niat berkelanjutan (Ayaz & Yanartaş, 2020).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, harapan kinerja tetap merupakan penggerak penting evaluasi dan perilaku sebagaimana dirumuskan UTAUT, sehingga secara konseptual wajar dihipotesiskan berhubungan positif dengan sikap dan niat berkelanjutan (Venkatesh et al., 2003). Namun, pengaruhnya tidak selalu linier maupun tak bersyarat, efek dapat melemah, berpindah ke jalur tidak langsung, atau tertutup oleh konstruk lain ketika ekosistem layanan belum matang, fitur belum lengkap, jaringan tidak andal, atau risiko dirasakan tinggi (Shaikh et al., 2018; Dhingra & Gupta, 2020; Purohit et al., 2022). Sebaliknya, pada ekosistem yang matang, fitur lengkap, reliabilitas tinggi, harapan kinerja cenderung menunjukkan pengaruh positif yang konsisten sebagaimana tampak pada konteks biometrik, NFC, dan ritel (Wu & Lee, 2017; Khalilzadeh et al., 2017; Cham et al., 2022; Upadhyay et al., 2022).

Implikasinya bagi penelitian adalah operasionalisasi harapan kinerja perlu menangkap dimensi transaksi yang relevan (kecepatan, kemudahan, keandalan, kualitas hasil) agar sinyal manfaat terekam presisi (Venkatesh et al., 2003). Pengujian model sebaiknya menilai secara simultan jalur menuju sikap dan jalur langsung menuju niat sambil mempertimbangkan mediasi (misalnya sikap, kepuasan, konfirmasi pengalaman) dan moderasi (misalnya kualitas layanan, reliabilitas jaringan, persepsi risiko), sehingga heterogenitas lintas konteks dapat dijelaskan dengan lebih memadai (Istijanto & Handoko, 2022; Purohit, Arora, et al., 2022). Prakteknya, intervensi desain dan dukungan pengguna misalnya antarmuka sederhana, alur minimal, bantuan kontekstual, berfungsi sebagai strategi untuk mengonversi harapan menjadi pengalaman, meningkatkan peluang

ditemukannya efek positif pada sikap dan niat berkelanjutan (Chao, 2019; Bai & Guo, 2022; Ayaz & Yanartaş, 2020).

Berdasarkan sintesis di atas, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

Hipotesis 1: Harapan kinerja berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap pembayaran seluler.

Hipotesis 2: Harapan kinerja berpengaruh terhadap niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.2 Hubungan antara Harapan Usaha, Sikap Positif dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Harapan usaha dalam UTAUT dimaknai sebagai keyakinan bahwa sebuah teknologi mudah dipelajari dan dioperasikan sehingga tidak merepotkan pengguna (Venkatesh et al., 2003). Pada layanan pembayaran seluler, rasa mudah dipakai biasanya tampak dari antarmuka yang jelas, langkah transaksi yang tidak bertele-tele, serta fitur yang cepat dipahami dalam pemakaian sehari-hari (Chaveesuk et al., 2021). Dengan kerangka ini, masuk akal bila harapan usaha mendorong dua hal: penilaian (sikap) yang lebih positif terhadap layanan dan niat untuk terus memakainya dari waktu ke waktu (Saxena et al., 2023).

Bukti tentang hubungan harapan usaha dan sikap muncul di beragam konteks. Dalam ritel Thailand, tata letak yang sederhana dan alur yang mudah diikuti berkaitan dengan penilaian pengguna yang lebih baik terhadap aplikasi pembayaran, menandakan bahwa mudah digunakan membuat orang memandang aplikasi lebih positif (Chaveesuk et al., 2021). Pada restoran yang memakai NFC,

kemudahan operasi memperbaiki pandangan pengguna terhadap teknologi bayar-tanpa-kontak, sehingga sikap menjadi lebih ramah pada penggunaan berikutnya (Khalilzadeh et al., 2017). Pada pembayaran berbasis QR, rasa mudah dipakai berpengaruh langsung pada sikap di sampel penutur bahasa Inggris dan Tionghoa, menunjukkan pola yang mirip lintas budaya (Chang et al., 2021). Di Vietnam, kesan ribet menurunkan penerimaan, sedangkan kesan mudah dan nyaman menaikkan minat, yang jelas berhubungan dengan pembentukan sikap (Le, 2022). Selama pandemi, kemudahan juga terbukti mendorong penilaian positif terhadap pembayaran digital, menunjukkan jalur melalui sikap tetap bekerja dalam kondisi penuh ketidakpastian (Upadhyay et al., 2022).

Di daerah yang sedang berkembang penggunaan sistem pembayaran seluler, memasukkan variabel sikap membantu menjelaskan bagaimana rasa mudah dipakai berubah menjadi preferensi, terutama ketika pengguna masih menimbang biaya belajar dan adaptasi (Patil et al., 2020). Perbaikan kegunaan, misalnya label jelas, bantuan di dalam aplikasi, dan navigasi yang ringkas, juga terhubung dengan sikap yang lebih positif pada pengguna baru, menegaskan bahwa sinyal mudah memang ditangkap pada tahap awal interaksi (Khan et al., 2023).

Temuan di ritel modern menjelaskan bahwa fasilitas antarmuka yang langsung dipahami dan alur transaksi yang tidak terlalu banyak prosedur membuat pengguna cepat menguasai cara pakai, mendorong penilaian positif sekaligus menurunkan kecenderungan kembali ke uang tunai, jadi dampaknya terlihat bersamaan pada sikap dan perilaku nyata (Ariffin et al., 2020). Dalam layanan pariwisata yang menuntut kecepatan, aplikasi pembayaran yang mudah membantu

kelancaran transaksi dan memperbaiki pengalaman, sehingga penilaian positif terhadap layanan ikut menguat (Di Pietro et al., 2015). Pola yang sama tampak di pusat perbelanjaan: semakin kecil usaha yang dirasakan, semakin besar kecenderungan memakai ulang aplikasi untuk transaksi rutin, indikasi bahwa sikap positif dapat menguat dari waktu ke waktu (Liu et al., 2022).

Meskipun demikian, tidak semua studi menunjukkan hasil yang sama, hal ini penting dipahami agar tidak terjadi generalisasi berlebihan. Pada sebagian penelitian pembayaran, pengaruh harapan usaha terhadap sikap kurang terlihat karena pengguna lebih menaruh perhatian pada risiko dan keamanan saat menimbang konsekuensi finansial (Kim & Yoo, 2020). Pada konteks penggunaan yang bersifat wajib, misalnya pada sistem pembelajaran di institusi, rasa mudah dipakai tidak selalu mengubah sikap karena pengguna tetap harus menggunakan sistem tersebut, akibatnya, faktor lain seperti tuntutan tugas atau norma organisasi lebih menentukan (Khechine et al., 2020). Dalam adopsi sistem resep elektronik di Jerman, hambatan teknis, biaya, dan waktu implementasi menjadi penyebab utama resistensi, sehingga kesan mudah tertutup oleh kendala struktural (Graf et al., 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh harapan usaha pada sikap sangat bergantung pada sifat penggunaan (sukarela atau wajib), profil risiko pada domain layanan, dan adanya hambatan organisasi, sesuai penekanan moderator dalam UTAUT (Venkatesh et al., 2003).

Setelah hubungan ke sikap dipahami, kaitannya dengan niat berkelanjutan muncul secara alami karena pengguna tidak hanya mencoba, tetapi juga memilih bertahan pada sistem pembayaran yang sama. Di Timur Tengah, rasa mudah dan

nyaman terhubung dengan niat mengadopsi dan memakai kembali pembayaran digital, menunjukkan dorongan nyata pada keputusan berulang (Albashrawi et al., 2019). Di Afrika Barat, kemudahan menurunkan kecemasan dan hambatan belajar pengguna baru sehingga adopsi awal lebih cepat berubah menjadi pola penggunaan yang stabil (Bankole et al., 2011). Di ritel, antarmuka sederhana dan navigasi mudah tidak hanya memperbaiki penilaian, tetapi juga berkaitan dengan niat memakai ulang, tanda bahwa harapan usaha berperan pada keputusan berkelanjutan, bukan sekadar uji coba (Chaveesuk et al., 2021). Dalam pariwisata, aplikasi yang mudah memperlancar transaksi waktu-nyata, yang dalam praktiknya memperkuat pilihan tetap memakai pembayaran seluler pada kesempatan berikutnya (Di Pietro et al., 2015). Di pusat perbelanjaan, penurunan usaha yang dirasakan konsisten terkait dengan frekuensi pemakaian kembali untuk kebutuhan rutin, menjelaskan kaitan antara kemudahan dan niat berkelanjutan di konteks berulang (Liu et al., 2022). Dalam rutinitas harian, makin sedikit tenaga dan perhatian yang dibutuhkan, makin kuat kecenderungan pengguna bertahan pada saluran yang sama (Saxena et al., 2023).

Pada sistem pembayaran yang spesifik memberi gambaran yang lebih rinci tentang jalur langsung dan jalur lewat sikap. Pada pembayaran QR, kemudahan tidak hanya penting bagi sikap, tetapi juga berimbas pada minat memakai, terutama ketika proses pemindaian dipersingkat dan instruksi di layar dibuat jelas (Chang et al., 2021). Di Vietnam, mengurangi kesan repot diikuti dengan naiknya minat, yang menunjukkan bahwa perbaikan kemudahan berpotensi memperkuat niat untuk terus memakai sistem melewati fase coba-coba (Le, 2022). Pada restoran NFC, terlihat

pola mediasi, kemudahan mendorong sikap positif, lalu sikap yang lebih baik itu menaikkan niat, sehingga hubungan antara harapan usaha dan niat menjadi lebih kuat karena dimediasi melalui sikap (Khalilzadeh et al., 2017).

Selama pandemi, pola yang sama muncul di ritel digital, persepsi mudah digunakan membentuk sikap positif, yang kemudian mendorong niat. Temuan ini menegaskan bahwa hubungan persepsi kemudahan, sikap dan niat tetap bermakna ketika lingkungan berubah-ubah (Upadhyay et al., 2022). Di pasar berkembang, memasukkan sikap ke dalam model membantu menjelaskan bagaimana kemudahan dapat benar-benar mendorong perilaku ketika pengguna masih menghitung biaya belajar dan potensi risiko berpindah (Patil et al., 2020).

Meskipun demikian, beberapa konteks tidak menunjukkan pengaruh langsung atau konsisten dari harapan usaha ke niat. Terdapat studi yang menemukan efek sikap lemah atau tidak signifikan, yang mengisyaratkan bahwa variabel lain lebih utama dalam keputusan berkelanjutan (Istijanto & Handoko, 2022). Di sejumlah pasar Asia, manfaat fungsional, misalnya waktu proses yang cepat atau hasil transaksi yang dapat diandalkan, serta norma sosial dilaporkan lebih kuat menentukan niat, sehingga peran kemudahan menjadi lebih kecil (Jung et al., 2020). Pada sektor yang berisiko tinggi, keamanan dan kepercayaan kerap diletakkan di atas kemudahan saat pengguna menimbang kerugian yang mungkin timbul, sehingga jalur harapan usaha ke niat melemah (Kim & Yoo, 2020). Di Afrika Sub-Sahara, perbedaan literasi digital, ketersediaan dukungan teknis, dan kematangan ekosistem diduga memoderasi efek kemudahan, sehingga hasil antarnegara menjadi beragam (Mensah et al., 2021). Di Asia Tenggara, promosi

dan fitur yang agresif dapat menggeser fokus dari kemudahan ke soal nilai/keuntungan, membuat kontribusi harapan usaha ke niat tampak tidak besar (See & Goh, 2020). Di Tiongkok, saat aplikasi sudah sangat populer dan menjadi pilihan utama, perbedaan persepsi kemudahan antar pengguna kecil, sehingga sumbangannya pada niat berkelanjutan tidak signifikan secara statistik (Wei et al., 2021).

Semua keragaman ini selaras dengan penjelasan UTAUT. *Pertama*, pengaruh harapan usaha biasanya kuat pada tahap awal, kemudian berkurang saat pengguna makin berpengalaman dan proses belajar sudah lewat, pada tahap lanjut, manfaat kinerja, kebiasaan, dan dukungan/infrastruktur sering lebih menentukan keputusan untuk bertahan (Venkatesh et al., 2012). *Kedua*, faktor seperti usia, jenis kelamin, pengalaman, dan sifat penggunaan (sukarela atau wajib) dapat memperbesar atau mengecilkan pengaruh ini, efeknya cenderung lebih terasa pada pengguna yang belum berpengalaman dan pada situasi sukarela (Venkatesh et al., 2003). *Ketiga*, sifat domain (misalnya seberapa tinggi risiko finansial) dan kondisi ekosistem ikut mengubah bobot antar konstruk, sehingga jalur langsung dari harapan usaha ke niat tidak selalu muncul bila faktor lain lebih menonjol di konteks tertentu (Jung et al., 2020).

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian terdahulu, ketika kemudahan benar-benar dirasakan pada skenario transaksi yang relevan, mendorong niat untuk terus memakai, namun kekuatan efeknya bergantung pada tahap penggunaan, karakter pengguna, tingkat risiko layanan, dan kondisi ekosistem yang bisa memperjelas atau menutupi sinyal mudah (Saxena et al., 2023). Implikasinya bagi

pengujian empiris yaitu uji jalur ke sikap dan jalur langsung ke niat secara bersamaan.

H3: Harapan usaha berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler.

H4: Harapan usaha berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.3 Hubungan antara Pengaruh Sosial, Sikap Positif dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Pengaruh sosial dalam UTAUT adalah sejauh mana seseorang merasakan dorongan dari orang-orang penting di sekitarnya (keluarga, teman, rekan kerja, figur otoritas, atau kelompok rujukan) untuk menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam pembayaran seluler, dorongan itu tampak sebagai ajakan menggunakan QR di kasir, rekomendasi teman tentang dompet digital, atau kebiasaan kelompok yang memilih bayar dengan ponsel saat bertransaksi bersama (Chaveesuk et al., 2021). Secara teoretis, pengaruh sosial dapat bekerja melalui dua jalur, yaitu pertama membentuk penilaian yang lebih positif terhadap teknologi, dan kedua mendorong keputusan untuk terus memakai layanan agar selaras dengan kebiasaan lingkungan (Venkatesh et al., 2012).

Kaitan pengaruh sosial dengan sikap biasanya terbentuk lewat perbandingan sosial dan kecenderungan mengikuti mayoritas. Ketika orang yang dipercaya menilai pembayaran seluler aman dan praktis, penilaian pribadi cenderung ikut positif (Khalilzadeh et al., 2017). Di ritel, interaksi langsung di toko, kasir, dan antrian membuat orang melihat cara bayar yang dipakai orang lain, lalu menirunya, sehingga cara pandang terhadap bayar digital menjadi lebih baik (Chaveesuk et al.,

2021). Pada layanan cepat seperti restoran dengan NFC, dukungan staf dan contoh dari pelanggan lain mengurangi rasa ragu, sehingga penilaian terhadap sistem menjadi lebih bersahabat (Di Pietro et al., 2015). Di pusat perbelanjaan, poster, promosi kasir, dan testimoni pengunjung menyampaikan pesan sosial yang konsisten bahwa membayar dengan ponsel adalah hal biasa, yang memperkuat sikap positif (Liu et al., 2022). Pada pembayaran QR, dorongan dari petugas toko dan rekomendasi teman juga membantu orang memandang metode ini wajar dan mudah diterapkan (Chang et al., 2021).

Konteks budaya dan tahap penyebaran teknologi mempengaruhi kuat atau lemahnya proses ini. Di pasar berkembang yang sangat dipengaruhi komunitas, norma kelompok sering menjadi acuan penilaian, sehingga pandangan pribadi cepat mengikuti arah mayoritas (Bankole et al., 2011). Pada masa pandemi, ajakan luas untuk mengurangi sentuhan fisik serta dorongan pemerintah dan merchant menumbuhkan rasa bahwa pembayaran seluler adalah pilihan yang benar dan aman, sehingga penilaian menjadi lebih positif (Upadhyay et al., 2022). Di Timur Tengah, jejaring keluarga dan teman dekat sering menjadi pintu masuk pembentukan penilaian baik terhadap dompet digital, terutama saat keputusan teknologi dibuat di tingkat rumah tangga (Albashrawi et al., 2019). Di Vietnam, narasi publik tentang kemudahan pemindaian QR di ruang bersama memperkuat kesan bahwa metode ini lazim dipakai, sehingga sikap menjadi lebih hangat (Le, 2022). Dalam studi berbasis sikap di India, menambahkan variabel sikap membantu menjelaskan bagaimana dorongan lingkungan menormalkan teknologi lalu tercermin sebagai evaluasi yang lebih menyenangkan (Patil et al., 2020).

Meski demikian, pengaruh sosial terhadap sikap tidak selalu kuat di semua tempat. Di lingkungan yang sudah mapan, orang lebih mengandalkan pengalaman pribadi daripada dorongan sekitar, sehingga manfaat dan kemudahan sering menjadi penentu utama evaluasi (Jung et al., 2020). Pada domain berisiko seperti layanan keuangan, sebagian pengguna menempatkan keamanan dan kepercayaan di atas suara sosial, sehingga penilaian bisa tetap kritis walau ada dorongan kelompok (Kim & Yoo, 2020). Di beberapa pasar Asia Tenggara, struktur diskon dan insentif kadang lebih menentukan cara memandang layanan dibanding norma sosial, terutama pada segmen yang menghitung untung rugi secara rasional (See & Goh, 2020). Di Afrika Sub-Sahara, variasi literasi digital dan ketimpangan akses dukungan teknis menyebabkan norma sosial tidak selalu berubah menjadi penilaian yang lebih baik, karena pengguna masih berhadapan dengan kendala praktis harian (Mensah et al., 2021). Di Tiongkok, dominasi satu atau dua aplikasi membuat hampir semua orang sudah memakai pembayaran seluler, sehingga perbedaan tekanan sosial menjadi kecil dan kontribusinya terhadap penilaian sulit tampak jelas secara statistik (Wei et al., 2021).

Pengaruh sosial cenderung lebih kuat ketika teknologi masih baru, ketika kepastian manfaat belum solid, dan ketika orang bergantung pada petunjuk dari lingkungan untuk menilai apakah teknologi layak dipakai (Venkatesh et al., 2003). Seiring pengalaman meningkat, evaluasi makin bertumpu pada bukti kinerja layanan, sehingga suara sosial cenderung mengecil perannya terhadap sikap (Venkatesh et al., 2012). Dengan logika ini, hubungan pengaruh sosial dan sikap paling mungkin terlihat kuat pada fase awal, pada segmen yang mengandalkan

rekomendasi, dan di situasi penggunaan bersama yang intens (Khalilzadeh et al., 2017).

Ketika sikap positif terbentuk, dampaknya mengalir pada niat berkelanjutan, yaitu keputusan untuk tetap memakai pembayaran seluler pada transaksi berikutnya. Pada tahap ini, pengaruh sosial menjaga keselarasan dengan orang sekitar, mengurangi biaya koordinasi saat bertransaksi bersama, dan meneguhkan keyakinan bahwa pilihan teknologi sudah umum sehingga aman dipertahankan (Albashrawi et al., 2019). Di komunitas dengan transaksi sosial tinggi (patungan, urunan, atau traktiran), dorongan implisit untuk memakai cara yang sama memudahkan kesepakatan, sehingga keputusan menggunakan ulang lebih mudah diambil (Bankole et al., 2011). Ketika merchant, kasir, dan rekan antri sama-sama mendorong dompet seluler, konsumen merasa arus utama memang pembayaran digital, sehingga niat berulang menguat (Chaveesuk et al., 2021). Di pusat belanja, pesan sosial yang seragam dari berbagai tenant membuat mempertahankan penggunaan terlihat sebagai pilihan paling mudah dan wajar (Liu et al., 2022). Pada pariwisata, dukungan rekan seperjalanan dan pelaku layanan menjaga penggunaan yang konsisten, sehingga niat bertahan meningkat berkat proses yang lebih lancar (Di Pietro et al., 2015).

Pengaruh sosial dapat memperbaiki sikap terlebih dulu, lalu sikap positif itu yang mendorong niat untuk tetap memakai (Khalilzadeh et al., 2017). Pada krisis kesehatan, narasi bersama tentang pembatasan sentuhan membentuk penilaian yang baik, kemudian mendorong keputusan berulang karena pengguna merasa aman dan memperoleh penguatan sosial untuk tetap digital (Upadhyay et al., 2022). Dalam

berbagai studi berbasis sikap, menempatkan sikap sebagai mediator memperjelas bagaimana dorongan sosial berubah menjadi keputusan perilaku, terutama pada pengguna yang masih mencari penguatan dari lingkungan (Patil et al., 2020). Dalam praktik QR, dukungan teman dan petugas toko membuat proses terasa lebih wajar pada pengalaman pertama, sehingga niat menggunakan ulang terbentuk setelah transaksi berjalan lancar (Chang et al., 2021).

Namun, seperti pada sikap, hasil untuk niat berkelanjutan juga beragam. Pada beberapa konteks, niat lebih ditentukan manfaat nyata seperti kecepatan dan keandalan, bukan dorongan sosial, terutama setelah pengguna mahir (Jung et al., 2020). Di domain berisiko tinggi, pengguna tetap menimbang keamanan dan kepercayaan sebelum memutuskan bertahan, sehingga suara sosial tidak otomatis menaikkan niat (Kim & Yoo, 2020). Di pasar yang sangat maju, pengaruh sosial sering sudah menjadi kebiasaan dasar, sehingga tambahan efeknya terhadap niat sulit terdeteksi (Wei et al., 2021). Di Afrika Sub-Sahara, dukungan teknis dan kemudahan menyelesaikan masalah sehari-hari sering lebih menentukan niat dibanding norma kelompok, sehingga efek sosial tampak tidak stabil antar segmen (Mensah et al., 2021). Di Asia Tenggara, promosi dan fitur yang agresif dapat menggeser fokus dari norma ke perhitungan nilai, sehingga peranan pengaruh sosial terhadap niat menjadi pelengkap, bukan pendorong utama (See & Goh, 2020).

Memasukkan variabel sikap ke dalam model pembayaran digital membantu menjelaskan bagaimana dorongan lingkungan membentuk evaluasi, lalu mengalir ke niat, terutama pada fase awal ketika pengguna masih membutuhkan pembenaran sosial untuk kebiasaan baru (Istijanto & Handoko, 2022). Di titik layanan,

rangkaian pesan sederhana seperti ajakan kasir, penanda di meja, dan testimoni pengguna membuat membayar dengan ponsel terasa sebagai pilihan umum, yang mempermudah terbentuknya keputusan berulang setelah sikap positif muncul (Ariffin et al., 2020). Pada segmen mahasiswa dan profesional muda, figur panutan di komunitas kerap menjadi penghubung dari ragu ke terbiasa menggunakan ulang, karena konsistensi perilaku panutan terbaca sebagai bukti sosial yang meyakinkan (Khan et al., 2023).

Pengaruh sosial memiliki daya ungkit terbesar ketika teknologi masih baru, ketika ketidakpastian manfaat dan risiko masih tinggi, dan ketika keputusan dilakukan di lingkungan yang saling terhubung rapat (Venkatesh et al., 2003). Seiring berjalannya waktu, pengalaman langsung mengambil alih, sehingga pengaruh sosial terhadap sikap dan niat biasanya mengecil, walau tetap dapat menjaga penggunaan berulang melalui kebiasaan yang sudah tertanam di komunitas (Venkatesh et al., 2012). Oleh sebab itu, penilaian empiris pengaruh sosial sebaiknya mempertimbangkan tahap penggunaan, profil pengguna, intensitas transaksi bersama, serta peran sikap sebagai penghubung menuju niat (Khalilzadeh et al., 2017).

Berdasarkan sintesis di atas, dua hipotesis diajukan untuk konteks pembayaran seluler.

Hipotesis 5: Pengaruh sosial berdampak pada sikap positif terhadap pembayaran seluler.

Hipotesis 6: Pengaruh sosial berdampak pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.4 Hubungan antara Kondisi Memfasilitasi, Sikap Positif dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Kondisi yang memfasilitasi dipahami sebagai dukungan dan sumber daya eksternal yang membuat penggunaan teknologi menjadi mungkin serta mudah dioperasikan dalam praktik sehari-hari, mencakup ketersediaan jaringan, perangkat, bantuan teknis, dan prosedur yang jelas (Phan et al., 2020). Dalam konteks pembayaran seluler, keyakinan bahwa infrastruktur tersedia dan dukungan siap diakses meningkatkan rasa mampu pengguna untuk mengoperasikan layanan secara mandiri (Patil et al., 2020). Elemen pendukung seperti materi panduan yang ringkas, akses aplikasi yang mudah, serta tata letak fungsi yang tidak membingungkan turut membentuk persepsi bahwa layanan dapat dipakai tanpa hambatan berarti dalam kegiatan rutin (Le et al., 2020).

Sudut pandang lain menekankan kesesuaian layanan dengan kehidupan dan kebiasaan harian sehingga pemakaian terasa alami, bukan dipaksakan (Chawla & Joshi, 2019). Pada adopsi perbankan daring generasi awal, kesempatan untuk mencoba terlebih dahulu serta kompatibilitas dengan kebutuhan nyata terbukti memperbaiki penilaian terhadap saluran digital, sedangkan persepsi risiko justru menurunkan penerimaan (Karjaluoto et al., 2002). Dalam kerangka kepercayaan, keyakinan bahwa bank, operator telekomunikasi, dan lembaga keuangan memiliki kompetensi dan integritas berperan sebagai bagian dari lingkungan pendukung yang menenangkan pengguna saat mengadopsi layanan finansial digital (Lin, 2011). Dalam konteks ritel, isyarat di titik layanan berupa bantuan kasir, ketersediaan

perangkat, dan kelancaran proses transaksi menjadi bukti nyata bagi pengguna bahwa sistem benar-benar siap dipakai di lapangan (Ariffin et al., 2020).

Melalui mekanisme ini, hubungan kondisi yang memfasilitasi dengan sikap positif lazimnya terbentuk karena dukungan yang terasa nyata membuat layanan dinilai andal serta mudah dioperasikan (Patil et al., 2020). Pada fitur obrolan real-time di aplikasi mobile banking, kesiapan infrastruktur dan kehadiran personel pendukung meningkatkan rasa percaya, yang pada akhirnya memunculkan sikap positif terhadap penggunaan aplikasi (Wu & Ho, 2022). Bukti pada aplikasi kesehatan memperlihatkan pola serupa, ketersediaan bantuan teknis dan dukungan organisasi memperkuat evaluasi positif terhadap teknologi, menandakan bahwa mekanisme psikologisnya dapat ditransfer ke konteks pembayaran seluler (Alhadid et al., 2022). Dalam perbankan daring awal, pengalaman komputer, pengalaman teknologi, dan pengalaman perbankan pribadi memperkaya rasa siap pakai sehingga sikap terhadap saluran digital menjadi lebih ramah (Karjaluoto et al., 2002). Pada dompet seluler, keselarasan layanan dengan gaya hidup memudahkan internalisasi manfaat, sehingga pandangan terhadap layanan bergerak ke arah yang lebih positif (Chawla & Joshi, 2019).

Walaupun demikian, tidak semua studi melaporkan efek yang kuat terhadap sikap. Pada pembayaran biometrik di Tiongkok, kesiapan infrastruktur yang masih berkembang membuat fungsi dukungan belum sepenuhnya terasa, sehingga dampaknya pada evaluasi pengguna tampak lemah (Wu & Lee, 2017). Pada sebagian pengguna perempuan di Korea Selatan, dukungan teknis formal sering kali digantikan bantuan dari orang sekitar, sehingga persepsi kesiapan sistem tidak

otomatis mengubah penilaian (Lee et al., 2019). Pada generasi Z di India yang mandiri secara digital, ketersediaan dukungan formal kurang menentukan sikap karena mereka terbiasa memecahkan masalah teknis secara swadaya (Purohit, Kaur, et al., 2022). Keragaman temuan ini mengindikasikan bahwa relasi kondisi yang memfasilitasi dan sikap sangat dipengaruhi oleh kematangan ekosistem, strategi dukungan, dan karakter pengguna pada tiap pasar (Wu & Lee, 2017).

Dari perspektif perilaku berkelanjutan, kondisi yang memfasilitasi meningkatkan persepsi kontrol dan menurunkan biaya pemeliharaan penggunaan sehingga keputusan untuk mempertahankan layanan menjadi lebih rasional dan konsisten dari waktu ke waktu (Patil et al., 2020). Bukti di pasar berbahasa Portugis menunjukkan bahwa akses dukungan yang mudah membuat saluran digital dipandang andal untuk transaksi berulang, yang pada gilirannya memperkuat keputusan untuk terus menggunakan (Abegao Neto & Figueiredo, 2023). Pada ritel, kenyamanan fasilitas dan bantuan di lokasi belanja menormalisasi penggunaan berulang, sehingga pengguna tidak terdorong kembali ke cara pembayaran lama (Ariffin et al., 2020). Dalam kajian lintas negara, persepsi ketersediaan sumber daya menjadi alasan praktis bagi konsumen untuk mempertahankan saluran pembayaran seluler yang sudah familier dalam berbagai situasi transaksi (Jung et al., 2020). Di Afrika Sub-Sahara, akses jaringan, dukungan agen, dan solusi untuk kendala harian tampil sebagai pembeda penting yang memengaruhi keputusan melanjutkan penggunaan (Mensah et al., 2021). Pada penelitian terakhir, kejelasan prosedur dan respons layanan pelanggan tampak sejalan dengan niat mempertahankan penggunaan, terutama bagi segmen yang kurang teknis (Neelam & Bhattacharya,

2023). Di Asia Tenggara, kombinasi kenyamanan teknis dan dukungan di tingkat merchant memperkuat preferensi untuk bertahan di saluran seluler dibanding kembali ke pembayaran konvensional (See & Goh, 2020).

Sekalipun banyak bukti mendukung pengaruh positif terhadap niat, hasil ini tidak universal. Pada pembayaran berbasis sidik jari yang masih dalam tahap pembentukan, kesiapan dukungan belum cukup untuk mendorong niat karena pengguna lebih peka terhadap ketersediaan layanan lintas situasi dan performa nyata di berbagai skenario (Wu & Lee, 2017). Pada sebagian pengguna perempuan di Korea Selatan, preferensi meminta bantuan orang terdekat mengurangi relevansi dukungan sistem formal, sehingga hubungan ke niat tidak selalu teramati (Lee et al., 2019). Pada generasi Z India, kemandirian teknologi membuat dukungan resmi terasa kurang krusial bagi keputusan mempertahankan penggunaan, karena hambatan kecil dianggap dapat diatasi sendiri (Purohit, Kaur, et al., 2022). Variasi ini menyiratkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh kuat bila dukungan benar-benar menurunkan beban pengguna, bukan sekadar hadir sebagai protokol tetapi tidak berdaya guna di momen kritis (Wu & Lee, 2017).

Secara mekanistik, pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat dapat bersifat langsung atau melalui sikap terlebih dahulu. Pada jalur langsung, pengalaman melihat bantuan yang mudah diakses, anjuran transaksi yang jelas, dan kestabilan sistem meningkatkan keyakinan bahwa saluran digital dapat diandalkan dalam berbagai situasi, sehingga keputusan mempertahankan penggunaan tampak wajar secara utilitarian (Jung et al., 2020). Pada jalur tidak langsung, dukungan yang baik membentuk penilaian positif terlebih dahulu, kemudian sikap yang lebih

baik tersebut menjadi pendorong keputusan berulang pada transaksi berikutnya (Patil et al., 2020). Pada layanan obrolan real-time perbankan, efek terhadap sikap terlihat jelas dan berfungsi sebagai pintu masuk ke perilaku penggunaan berikutnya setelah pengguna merasakan manfaat resolusi masalah yang cepat (Wu & Ho, 2022). Dalam perbankan daring awal, kesempatan mencoba mengurangi ketidakpastian dan menata cara pandang, yang pada akhirnya mempermudah keputusan beralih dan bertahan pada saluran digital (Karjaluoto et al., 2002). Pada dompet seluler, keselarasan dengan rutinitas harian menumbuhkan evaluasi yang mendukung dan berakhir pada niat memakai kembali dalam siklus transaksi yang berulang (Chawla & Joshi, 2019).

Selain infrastruktur dan bantuan teknis, dimensi kepercayaan penyedia sering kali bertindak sebagai komponen lingkungan pendukung. Ketika penyedia dianggap kompeten dan berintegritas, pengguna lebih yakin bahwa jika masalah muncul akan ada penyelesaian memadai, sehingga preferensi untuk bertahan terasa aman secara psikologis dan operasional (Lin, 2011). Pada pusat perbelanjaan, isyarat kesiapan sistem dan staf yang membantu menegaskan bahwa transaksi digital dapat diselesaikan tanpa kendala berarti, yang praktis menguatkan kebiasaan menggunakan saluran yang sama pada kunjungan berikutnya (Ariffin et al., 2020). Pada layanan kesehatan digital, persepsi ketersediaan fasilitas dan dukungan organisasi menumbuhkan rasa mampu, sebuah pola yang relevan untuk pembayaran seluler karena sama-sama menuntut kepercayaan pada sistem yang dimediasi teknologi (Alhadid et al., 2022).

Keragaman temuan tersebut menghasilkan beberapa implikasi desain. Pada pasar dengan infrastruktur yang sedang bertumbuh, penyediaan dukungan yang mudah dijangkau dan benar-benar menyelesaikan masalah cenderung lebih berdampak daripada menambah fitur, karena intervensi ini langsung mengurangi kecemasan pengguna pemula (Wu & Lee, 2017). Pada segmen yang kerap mengandalkan bantuan sosial, memperkuat saluran bantuan antarmanusia di titik layanan bisa lebih efektif dibanding hanya mengandalkan panduan digital yang pasif (Lee et al., 2019). Pada pengguna muda yang mahir, prioritasnya adalah kecepatan penyelesaian masalah dan kemandirian, sehingga pusat bantuan mandiri dalam aplikasi seperti pustaka solusi dan chatbot berpengetahuan menjadi lebih relevan daripada saluran dukungan tradisional (Purohit, Kaur, et al., 2022). Di lingkungan ritel dan pusat belanja, konsistensi pengalaman bantuan antarlokasi membantu membentuk sikap positif sekaligus memudahkan keputusan berulang pada situasi nyata yang penuh batasan waktu (Liu et al., 2022).

Bukti lintas konteks juga menegaskan pentingnya penilaian lokal sebelum menarik generalisasi. Di pasar dengan dukungan merchant yang meluas, persepsi bahwa bantuan selalu tersedia membuat pengguna nyaman mempertahankan kebiasaan digital pada berbagai kategori transaksi (See & Goh, 2020). Di wilayah dengan jaringan dan dukungan lapangan yang belum merata, keputusan melanjutkan penggunaan sering terhenti oleh kendala praktis harian, bukan semata-mata oleh preferensi pribadi, sehingga intervensi harus diarahkan pada perbaikan hambatan operasional (Mensah et al., 2021). Pada segmen yang mengutamakan kenyamanan sehari-hari, kejelasan alur dan kesiapan staf berfungsi sebagai

indikator sederhana bahwa sistem bekerja, sehingga sikap dan niat bergerak searah pada horizon penggunaan yang lebih panjang (Ariffin et al., 2020).

Secara keseluruhan, pola yang muncul konsisten dengan kerangka perilaku teknologi. Pertama, kondisi yang memfasilitasi cenderung memperbaiki sikap ketika dukungan dan infrastruktur hadir secara nyata dalam pengalaman pengguna, baik melalui kesesuaian gaya hidup, kesempatan uji coba, maupun bantuan teknis yang responsif (Chawla & Joshi, 2019). Kedua, kondisi yang memfasilitasi memperkuat niat berkelanjutan ketika pengguna percaya bahwa hambatan dapat diatasi dengan mudah dan transaksi dapat diselesaikan secara konsisten dalam kegiatan rutin (Abegao Neto & Figueiredo, 2023). Ketiga, terdapat kondisi batas yang membuat efek melemah, terutama saat teknologi masih dini, ketika pengguna banyak bergantung pada bantuan informal, atau ketika pengguna sudah sangat mahir sehingga dukungan formal tidak lagi menjadi penentu utama keputusan penggunaan (Wu & Lee, 2017).

Berdasarkan sintesis di atas, penelitian ini mengajukan dua hipotesis untuk konteks pembayaran seluler.

Hipotesis 7: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh pada sikap positif terhadap pembayaran seluler.

Hipotesis 8: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.5 Hubungan antara Sikap Positif dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Sikap dalam psikologi sosial dipahami sebagai evaluasi menyeluruh, positif atau negatif, terhadap suatu objek, gagasan, atau tindakan, yang terbentuk dari keyakinan dan informasi yang tersimpan dalam ingatan (Ajzen & Fishbein, 2000). Karena memuat penilaian tentang nilai sekaligus ekspektasi konsekuensi, sikap berfungsi sebagai pendorong perilaku. Orang cenderung mendekati objek yang dinilai baik dan menjauhi yang dinilai buruk (Krasniqi & Krasniqi, 2014). Dalam *Theory of Planned Behavior*, sikap diposisikan sebagai prediktor langsung niat. Semakin positif evaluasi seseorang terhadap suatu perilaku, semakin kuat niat untuk melakukannya (Ajzen, 1991). Ketika orang menilai suatu cara bayar bermanfaat, nyaman, dan cocok dengan kebutuhan, mereka lebih bertekad untuk terus memakainya pada transaksi berikutnya (Ajzen & Fishbein, 2000)..

Penelitian komunikasi dan persuasi memperinci bagaimana sikap positif terbentuk. Sikap dapat menguat ketika pengalaman nyata menyenangkan, informasi yang diterima mendukung, atau norma sosial mengafirmasi pilihan tersebut (Albarracin & Shavitt, 2018). Perubahan sikap juga terjadi ketika keyakinan baru, misalnya tentang keamanan atau kemudahan, masuk dan memperbarui evaluasi yang sudah ada (Albarracin et al., 2021). Dalam konteks pembayaran seluler, proses ini mudah dibayangkan. Pengalaman transaksi yang lancar dan informasi tentang perlindungan konsumen menumbuhkan pandangan yang lebih baik terhadap layanan, lalu menstimulasi kemauan untuk memakainya kembali.

Pada adopsi pembayaran berbasis NFC di restoran Amerika Serikat, sikap muncul sebagai konstruk sentral yang menjembatani keyakinan pengguna dengan niat memakai. Semakin positif penilaiannya, semakin kuat intensi menggunakan metode nirsentuh tersebut (Khalilzadeh et al., 2017). Dalam studi pembayaran berbasis kode QR, sikap juga berpengaruh langsung pada kesiapan pelanggan untuk mengadopsi, yang menunjukkan bahwa evaluasi yang baik mendorong keputusan menggunakan pada kesempatan terdekat (Chang et al., 2021). Temuan ini memperlihatkan rantai yang konsisten. Pengalaman dan keyakinan membentuk sikap, lalu sikap mendorong niat.

Model penerimaan teknologi modern banyak yang memasukkan sikap untuk memperkaya penjelasan perilaku. Dalam penelitian pembayaran digital berbasis UTAUT di Pakistan, penambahan sikap membantu menangkap penilaian komprehensif konsumen dan meningkatkan daya jelaskannya terhadap niat menggunakan (Khan et al., 2023). Di India, studi adopsi pembayaran seluler menunjukkan pola serupa. Ketika individu memandang saluran seluler secara positif, niat untuk menggunakannya menguat, terutama pada pengguna baru yang masih menimbang kenyamanan dan kejelasan proses (Patil et al., 2020). Pada fase disrupsi seperti pandemi, sikap terbukti tetap relevan. Penilaian yang baik terhadap layanan pembayaran seluler tetap mendorong penerimaan di tengah ketidakpastian (Upadhyay et al., 2022). Secara teoritis, ini selaras dengan pandangan bahwa sikap bekerja sebagai ringkasan evaluatif yang menuntun pilihan di bawah informasi yang terbatas (Kar, 2021).

Hubungan sikap dengan niat berkelanjutan juga terlihat di sektor layanan digital pada beragam industri. Pada aplikasi pemesanan makanan, sikap positif meningkatkan kepuasan dan pada akhirnya mendorong niat untuk terus menggunakan. Di sisi lain, risiko yang dirasakan dapat melemahkan niat meski pengguna menilai layanan bermanfaat (Y. P. Timur et al., 2025). Dalam riset keterlibatan konsumen pada pembayaran seluler, sikap yang menguntungkan meningkatkan engagement dan, melalui jalur ini, memperkuat niat mempertahankan penggunaan di jangka panjang (Laksamana et al., 2023). Pola lintas konteks ini memperkaya pemahaman bahwa sikap bekerja baik secara langsung maupun lewat konstruk perantara, misalnya kepuasan, keterlibatan, atau kebiasaan, dalam membentuk intensi berulang.

Temuan di Indonesia menegaskan relevansi hubungan tersebut pada konteks pasar lokal. Dalam studi penggunaan pembayaran seluler selama pandemi, sikap positif terhadap layanan berpengaruh pada niat berkelanjutan. Bahkan, pandangan yang tidak menguntungkan terhadap uang tunai ikut mendorong preferensi bertahan di saluran seluler (Istijanto & Handoko, 2022). Hasil ini memberi dua isyarat. Ketika evaluasi terhadap saluran digital menguat, keinginan untuk melanjutkan pemakaian ikut menguat. Perbandingan terhadap alternatif konvensional yang dianggap kurang higienis dan kurang efisien juga mempertebal penilaian positif dan, akibatnya, niat.

Meskipun demikian, literatur mengingatkan bahwa kekuatan pengaruh sikap tidak selalu seragam di semua situasi. Dalam ranah perilaku *online* yang bernilai tinggi, hubungan sikap dan niat cenderung lebih kuat karena pilihan

membawa muatan evaluatif yang jelas. Pada perilaku yang lebih rutin dan netral, intensitas sikap atau konteks bisa lebih menentukan (Bechler et al., 2021). Pendapat ini relevan untuk pembayaran seluler yang sangat instrumental. Konsumen menimbang utilitas harian, sehingga sikap tetap penting, tetapi variabel pendukung, misalnya pengalaman transaksi, turut memengaruhi seberapa kuat sikap diterjemahkan menjadi niat. Di domain pendidikan, sikap guru terhadap teknologi seluler terhubung dengan niat berkelanjutan untuk terus memakai dalam praktik mengajar, dan ini memperlihatkan bahwa kaitan sikap dan niat juga muncul di penggunaan profesional yang berulang (Khlaif et al., 2023). Bukti di mobile banking menambah konsistensi. Pengguna dengan sikap lebih positif menunjukkan kemauan lebih tinggi untuk melanjutkan penggunaan, yang menandakan bahwa evaluasi yang baik menstimulasi keputusan berulang (Al Amin et al., 2022).

Penelitian tentang orang tua pengguna media sosial kesehatan menunjukkan bahwa orientasi waktu dan cara menilai manfaat emosional, sosial, atau informasional dapat mengubah efek sikap terhadap niat berkelanjutan. Ketika nilai yang dirasakan rendah, sikap positif saja mungkin tidak cukup untuk mempertahankan keterlibatan (Lai & Chong, 2023). Bila pengalaman sehari-hari tidak menghadirkan nilai yang bermakna, misalnya tidak lebih cepat atau tidak lebih nyaman, maka sikap yang semula positif bisa meredup dan niat melemah. Sebaliknya, ketika pengalaman dan nilai yang dirasakan sejalan, sikap cenderung stabil dan niat berkelanjutan menguat.

Secara dasar teori, sikap merupakan ringkasan evaluatif yang mengarahkan niat, sehingga tidak mengherankan banyak studi menemukan pengaruh positif sikap

terhadap keputusan menggunakan kembali (Ajzen, 1991). Pengalaman nyata yang konsisten, misalnya transaksi cepat, bukti keamanan, dan dukungan saat dibutuhkan, adalah bahan bakar yang mempertahankan sikap positif. Jembatan ke niat tetap kokoh ketika pertemuan pengguna dengan layanan berulang kali menghadirkan kualitas yang diharapkan (Albarracin & Shavitt, 2018). Pada konteks yang bergantung pada nilai dan kepercayaan, sikap bekerja bersama konstruk lain seperti kepuasan, keterlibatan, atau persepsi risiko, tetapi arah pengaruhnya terhadap niat tetap sejalan (Timur et al., 2023). Variasi konteks juga menjelaskan heterogenitas. Di populasi yang nilai manfaatnya rendah atau orientasi waktunya membuat mereka meremehkan keuntungan jangka panjang, sikap mungkin kurang terbaca sebagai dorongan niat (Lai & Chong, 2023).

Sikap yang diukur dengan indikator yang relevan dengan transaksi, misalnya kemudahan, kenyamanan, perasaan aman, dan kesesuaian gaya hidup, lebih mungkin menjelaskan variasi niat melanjutkan penggunaan dibanding indikator yang terlalu umum (Khalilzadeh et al., 2017). Desain penelitian yang membedakan niat adopsi awal dan niat berkelanjutan akan mengurangi kebingungan interpretasi. Pada fase lanjutan, sikap positif sering kali bersandar pada pengalaman yang konsisten, bukan semata persepsi awal (Patil et al., 2020). Dalam konteks krisis seperti pandemi, menjaga pengalaman yang andal membuat sikap positif bertahan sehingga niat berkelanjutan tidak mudah goyah (Upadhyay et al., 2022). Secara praktis, penyedia layanan perlu memelihara momen kebenaran transaksi, mulai dari kecepatan, transparansi biaya, sampai bantuan saat terjadi

kendala, sehingga sikap positif yang sudah terbentuk terus memberi energi pada keputusan penggunaan berikutnya (Kar, 2021).

Ketika orang menilai pembayaran seluler aman dan nyaman dibanding uang tunai, baik karena alasan kesehatan, efisiensi, maupun kemudahan pelacakan, mereka lebih berniat meneruskan penggunaan, yang konsisten dengan peran sikap sebagai pendorong niat (Istijanto & Handoko, 2022). Pada lingkungan ritel, isyarat operasional di titik layanan juga mempertebal evaluasi positif, misalnya kasir yang siap membantu atau perangkat yang selalu berfungsi, sehingga keputusan memakai kembali terasa wajar pada kunjungan berikutnya (Ariffin et al., 2020). Sementara itu, di konteks lain yang berkerabat, yaitu aplikasi makanan, sikap positif mempertinggi kepuasan dan menumbuhkan niat melanjutkan, sehingga mekanisme psikologisnya tampak serupa di banyak layanan digital berbasis seluler (Timur et al., 2023).

Secara keseluruhan, literatur menyajikan pola yang konsisten sekaligus bernuansa. Pola ini konsisten karena sikap positif terhadap pembayaran seluler berulang kali dikaitkan dengan niat berkelanjutan untuk tetap memakai, baik pada studi NFC, QR, dompet digital, maupun mobile banking (Khalilzadeh et al., 2017; Chang et al., 2021). Pola ini juga bernuansa karena kekuatan pengaruh sikap bergantung pada kualitas pengalaman, persepsi nilai, dan konteks pengguna, mulai dari orientasi waktu hingga rutinitas transaksi, yang dapat memperkuat atau mengerdilkan terjemahan sikap menjadi niat (Lai & Chong, 2023). Meskipun demikian, inti teoritis tetap utuh. Sikap bertindak sebagai jembatan penilaian yang menuntun pilihan di masa depan (Ajzen, 1991).

Sejalan dengan sintesis teoretis dan bukti empiris tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis berikut.

Hipotesis 9: Sikap positif berpengaruh pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.5 Hubungan antara Ketidakpuasan pada Uang Tunai dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Ketidakpuasan pelanggan timbul ketika kinerja layanan tidak sejalan dengan harapan sehingga memicu reaksi negatif seperti pengajuan keluhan, penyebaran kabar buruk dari mulut ke mulut, dan perpindahan ke penyedia lain; pola ini terlihat jelas pada kegagalan teknologi layanan mandiri perbankan yang memunculkan kemarahan, keluhan, e-WOM negatif, serta keputusan mengganti bank atau penyedia (Ammari et al., 2025). Pada fase pascaadopsi, apabila kinerja aktual lebih rendah daripada ekspektasi awal, ketidaksesuaian tersebut melahirkan ketidakpuasan yang kemudian mendorong niat untuk menghentikan penggunaan atau beralih ke layanan lain termasuk perbankan seluler (Basu et al., 2024). Dalam ranah pembayaran, sumber ketidakpuasan tunai antara lain kerepotan membawa dan menarik uang, jam layanan bank yang terbatas, serta antrian pada titik layanan (Ong & Chong, 2023). Di Malaysia, keterbatasan jam operasional bank dan kebutuhan mengantri untuk tarik tunai digambarkan sebagai masalah khas transaksi uang fisik, dan faktor-faktor inilah yang mendorong promosi pembayaran nontunai (Ong & Chong, 2022).

Literatur migrasi sistem informasi menjelaskan bahwa ketidakpuasan pada sistem lama berperan sebagai pendorong perpindahan ke solusi baru yang dianggap

lebih baik (Bhattacharjee & Park, 2014). Bukti pada konteks perhotelan dan restoran memperlihatkan pola serupa bahwa persepsi bahwa uang tunai merepotkan, dibarengi kenyamanan pembayaran seluler, meningkatkan niat konsumen beralih dari tunai ke seluler (Wang & Peters, 2023). Dalam kerangka *push-pull mooring*, ketidaknyamanan sistem pembayaran tunai berfungsi sebagai dorongan untuk meninggalkan metode lama, sementara kemudahan seluler menjadi tarikan menuju metode baru (Wang & Peters, 2023).

Pandemi memberikan ilustrasi kuat tentang bagaimana faktor eksternal memperbesar ketidakpuasan terhadap uang fisik. Selama COVID-19, otoritas kesehatan menganjurkan penghindaran kontak saat melakukan pembayaran, sehingga mendorong adopsi pembayaran nirsentuh dan menekan penggunaan uang tunai (Wang & Peters, 2023). Bukti lintas negara menunjukkan pembayaran nirsentuh melonjak di ekonomi utama ketika risiko kesehatan dari uang fisik dianggap lebih besar daripada risiko finansial atau privasi, dan situasi ini mempercepat penggunaan pembayaran seluler (Wang & Peters, 2023).

Dalam kerangka perilaku, pengalaman negatif dan rasa tidak aman yang terkait uang tunai selama pandemi mengubah preferensi bayar, memperlihatkan bahwa ketidakpuasan dapat bertranslasi menjadi niat berkelanjutan memakai saluran seluler ketika manfaat kebersihan dan efisiensi telah dirasakan (Yu & Chen, 2022).

Ketidakpuasan juga muncul dari tekanan waktu di titik layanan. Di restoran dan ritel, situasi waktu sempit membuat proses membayar dengan uang fisik terasa menunda giliran dan menambah beban kognitif di kasir. Studi pada restoran

menunjukkan bahwa persepsi kerepotan uang fisik dan kenyamanan dompet seluler bersama-sama menaikkan niat berpindah ke pembayaran seluler (Wang & Peters, 2023). Penelitian tentang penetapan harga unit di bawah tekanan waktu menegaskan bahwa konsumen mengubah strategi keputusan dalam antrian yang padat, sehingga mereka cenderung memilih opsi yang mempercepat proses (Wang & Peters, 2023).

Pola serupa ditemukan pada manajemen antrian restoran, di mana waktu tunggu memengaruhi perilaku dan pendapatan, memperlihatkan sensitivitas pelanggan pada kelancaran proses transaksi (De Vries et al., 2018). Di sisi lain, data deret waktu memperingatkan bahwa lonjakan peralihan ke sistem pembayaran digital belum tentu menjamin efek jangka panjang tanpa dukungan ekosistem. Di Malaysia, penggunaan internet dan mobile banking meningkat sejak April 2020 seiring pembatasan mobilitas, yang menyiratkan dorongan praktis untuk beralih dari transaksi tunai (Ong & Chong, 2022).

Namun pengujian jangka panjang menunjukkan tidak semua instrumen nontunai mendorong pemakaian *mobile banking* secara berkelanjutan, hanya debit langsung yang konsisten berpengaruh dalam horizon jangka panjang (Ong & Chong, 2022). Temuan ini mengingatkan bahwa meskipun ketidakpuasan pada tunai memulai pergeseran, keberlanjutan niat menggunakan pembayaran seluler tetap bergantung pada kesiapan infrastruktur dan kemapanan kebiasaan baru.

Dalam konteks layanan publik, ketidakpuasan terhadap model bayar konvensional terbukti. Dalam layanan rawat jalan rumah sakit di Tiongkok, antrean panjang pada loket pembayaran tradisional menimbulkan ketidakpuasan, sementara

implementasi pembayaran seluler menurunkan keluhan tersebut secara bermakna (Xie & Cao, 2023). Penurunan ketidakpuasan di titik bayar yang sama adalah indikasi kuat bahwa hambatan praktis uang fisik berdampak langsung pada preferensi dan niat penggunaan saluran seluler seterusnya ketika solusi digital tersedia dan dapat diandalkan (Xie & Cao, 2023).

Ketidakpuasan pascapakai pada pembayaran atau perbankan seluler kerap berujung pada keluhan, e-WOM negatif, dan perpindahan penyedia, sebagaimana terlihat pada kegagalan teknologi layanan mandiri perbankan (Ammari et al., 2022). Dalam fase pascaadopsi, ketidaksesuaian negatif antara kinerja nyata dan ekspektasi menimbulkan ketidakpuasan yang mendorong niat menghentikan atau beralih layanan (Bhattacharjee, 2001; Basu et al., 2024). Perbaikan pengalaman di titik bayar menurunkan keluhan dan meredam dorongan berpindah (Xie & Cao, 2023). Dalam kerangka push–pull–mooring, ketidakpuasan terhadap cara lama berperan sebagai pendorong awal migrasi, tetapi keberlanjutan terutama ditentukan oleh faktor penarik dan kesiapan ekosistem pendukung (Wang & Peters, 2023; Ong & Chong, 2022).

Ketidakpuasan setelah kegagalan layanan mandiri perbankan memicu keluhan dan e-WOM negatif, dan ketika kegagalan berulang dapat mendorong perpindahan penyedia (Ammari et al., 2022). Pada fase pascaadopsi, ketidaksesuaian negatif antara kinerja dan ekspektasi menurunkan kepuasan dan meningkatkan niat menghentikan atau beralih pada layanan perbankan seluler (Bhattacharjee, 2001; Basu et al., 2024).

Pada konteks migrasi teknologi, *push-pull theory* menyatakan bahwa ketidakpuasan pada sistem lama dapat mendorong migrasi ke sistem baru yang lebih unggul (Bhattacharjee & Park, 2014). Selama pandemi, ketidakpuasan terhadap kontak fisik uang tunai berjalan berdampingan dengan persepsi risiko kesehatan sehingga mempercepat perpindahan ke pembayaran seluler (Wang & Peters, 2023).

Temuan lintas negara yang dihimpun Bank for International Settlements menunjukkan peningkatan cepat pembayaran nirsentuh di awal pandemi karena pertimbangan higienitas, sebuah konteks yang memperkuat dorongan menjauhi uang fisik (Auer et al., 2020).

Meski begitu, literatur juga menunjukkan heterogenitas. Preferensi masyarakat yang masih menyukai uang tunai di negara tertentu membuat difusi nontunai tidak otomatis menggeser semua perilaku, sekalipun penggunaan pembayaran non tunai cukup tinggi (Mumtaza et al., 2020).

Selain itu, analisis jangka panjang yang tidak menemukan pengaruh luas semua instrumen nontunai terhadap pemakaian mobile banking menandakan bahwa niat berkelanjutan tidak hanya ditopang oleh dorongan ketidakpuasan, melainkan juga oleh kemapanan proses, integrasi dalam rutinitas, dan ketersediaan dukungan (Ong & Chong, 2022).

Pada saat yang sama, literatur adopsi dan keberlanjutan pembayaran seluler menekankan manfaat praktis yang memperkuat keputusan “tetap menggunakan” setelah fase awal. Pembayaran seluler menghemat waktu, mengurangi kebutuhan membawa tunai, dan menyediakan jejak transaksi yang mudah ditelusuri, yang

semuanya menambah alasan untuk mempertahankan pemakaian ketika pengguna telah beralih (Kaur et al., 2020).

Terdapat temuan bahwa regulasi dan dorongan institusional juga mengarahkan perilaku dari tunai ke saluran digital, yang memperkecil kemungkinan kembali sepenuhnya ke uang fisik setelah konsumen merasakan kenyamanan seluler (Auer et al., 2020).

Selain dorongan umum, konteks lokal sering kali memperkuat efek. Di Malaysia, data transaksi menunjukkan tren kenaikan internet dan mobile banking yang bertepatan dengan pembatasan mobilitas, sehingga kebutuhan praktis mempertinggi ketidakpuasan pada tunai dan mengarahkan pemakaian saluran digital (Ong & Chong, 2022).

Penelitian terdahulu memberikan wawasan bahwa ketika pengguna berulang kali mengalami kerepotan operasional uang fisik, waktu tunggu, atau risiko kebersihan, evaluasi terhadap tunai menjadi negatif. Pada saat yang sama, pengalaman lancar lewat seluler membentuk kebiasaan baru. Kombinasi dorongan menjauh dari tunai karena ketidakpuasan dan tarikan kenyamanan seluler menumbuhkan niat berkelanjutan untuk terus menggunakan pembayaran seluler pada transaksi berikutnya (Wang & Peters, 2023; Ong & Chong, 2022).

Berdasarkan argumentasi dan bukti tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

Hipotesis 10: Ketidakpuasan terhadap pembayaran tunai berpengaruh positif pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.6 Hubungan antara Persepsi Keamanan Pembayaran Seluler dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Persepsi keamanan dimaknai sebagai keyakinan pengguna bahwa sistem pembayaran seluler mampu melindungi data pribadi dan finansial dari ancaman seperti pencurian identitas dan penipuan (Almaiah et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, isu ini meningkat karena kapasitas keamanan siber belum merata sehingga risiko dipersepsikan lebih tinggi oleh sebagian pengguna (Widyanto et al., 2022). Bukti empiris secara umum menunjukkan bahwa kekhawatiran terkait keamanan merupakan penentu penting dalam penerimaan dan pemakaian layanan pembayaran digital sehari-hari (Mombeuil & Uhde, 2021).

Pada ranah penggunaan yang berkelanjutan, persepsi keamanan cenderung bergerak seiring pengalaman memakai aplikasi dan interaksi dengan fitur kendali yang meyakinkan, misalnya autentikasi kuat, notifikasi transaksi, dan peringatan anomali (Mombeuil & Uhde, 2021). Studi pada WeChat Pay menemukan bahwa persepsi keamanan dan privasi berpengaruh positif terhadap niat terus menggunakan di kalangan pengguna asing yang tinggal di Tiongkok, berdampingan dengan persepsi kegunaan dan kemudahan (Mombeuil & Uhde, 2021). Di sisi desain, penelitian lain menunjukkan bahwa bagaimana pengguna menilai elemen antarmuka seperti kustomisasi, kejelasan umpan balik, dan isyarat kehati-hatian akan membentuk persepsi bahwa sistem aman (Zhang et al., 2019), yang pada gilirannya memperkuat kemauan untuk tetap memakai pembayaran (Widyanto et al., 2022).

Meski demikian, kekuatan pengaruh persepsi keamanan tidak selalu seragam lintas konteks. Pada layanan jejaring sosial, persepsi keamanan tidak terbukti sebagai penentu niat berkelanjutan di kalangan mahasiswa, yang diduga terkait tingkat pengetahuan keamanan yang terbatas atau kepuasan terhadap pengaturan keamanan saat ini sehingga keamanan tidak lagi menjadi pertimbangan utama (Maqableh et al., 2021). Dalam konteks dompet digital di Indonesia, persepsi keamanan juga tidak muncul sebagai prediktor langsung niat berkelanjutan karena pengguna yang sudah familier lebih memusatkan perhatian pada kemanfaatan dan kepuasan, sementara keamanan dianggap memadai selama perlindungan dasar tersedia dan biaya berpindah penyedia relatif rendah (Aprilia & Amalia, 2023). Variasi hasil ini menyiratkan bahwa pada tahap pascaadopsi, persepsi keamanan dapat berperan kuat bila ada keraguan atau insiden yang menonjol, tetapi efeknya dapat melemah ketika standar keamanan dianggap cukup memadai dan pengalaman positif sudah mapan (Aprilia & Amalia, 2023).

Posisi persepsi keamanan dalam kerangka PPM juga diperdebatkan. Sebagian riset memposisikannya sebagai tarikan karena rasa aman menarik pengguna ke solusi seluler dan meneguhkan keputusan untuk tetap memakai sistem pembayaran digital pada transaksi berikutnya (Mombeuil & Uhde, 2021). Riset lain menempatkannya sebagai tambatan yang dapat menahan atau mendorong perpindahan, karena kekhawatiran keamanan dan privasi bisa menjadi penghambat ketika dirasakan kurang, atau menjadi penguat ketika dirasakan memadai (Loh et al., 2021). Dalam praktik, pengelompokan ini bergantung pada fokus analisis. Jika fokusnya pada apa yang mengikat pengguna agar tidak kembali ke tunai, persepsi

keamanan bertindak sebagai pengikat, tetapi bila fokus pada apa yang menarik pengguna bertahan di saluran seluler, persepsi keamanan bertindak sebagai penarik (Loh et al., 2021).

Ketika atribut antarmuka dan umpan balik dirancang untuk memperlihatkan kontrol dan transparansi, persepsi risiko menurun dan keyakinan meningkat sehingga niat mempertahankan penggunaan menguat (Zhang et al., 2019). Penyedia layanan karena itu perlu memastikan agar isyarat keamanan mudah terlihat dan mudah dipahami, misalnya indikator autentikasi, penjelasan singkat kebijakan perlindungan, serta jalur bantuan saat terjadi kegagalan transaksi (Mombeuil & Uhde, 2021). Dalam konteks negara berkembang, penguatan komunikasi keamanan relevan karena persepsi risiko cenderung lebih tinggi akibat pengalaman keamanan siber yang beragam di tingkat infrastruktur dan literasi (Widyanto et al., 2022).

Di sisi lain, konsistensi pengalaman juga menentukan apakah keamanan benar-benar dipersepsikan sebagai kuat. Bila pengguna berulang kali mengalami transaksi yang lancar, akurasi saldo, dan penanganan klaim yang jelas, maka persepsi keamanan berubah menjadi standar dasar yang jarang dipikirkan, dan pada fase ini faktor manfaat serta kenyamanan harian sering lebih menonjol dalam menjelaskan niat berkelanjutan (Aprilia & Amalia, 2023). Kondisi semacam ini membantu menjelaskan mengapa sebagian studi tidak lagi menemukan pengaruh keamanan yang signifikan pada niat berkelanjutan ketika ekosistem sudah matang atau pengguna sudah terbiasa (Maqableh et al., 2021).

Keragaman temuan dan pendapat penelitian sebelumnya memberikan wawasan sebagai berikut. *Pertama*, persepsi keamanan merupakan fondasi

psikologis bagi banyak pengguna untuk memutuskan bertahan di pembayaran seluler, terutama pada lingkungan dengan kekhawatiran privasi dan penipuan yang nyata (Almaiah et al., 2022). *Kedua*, kekuatan pengaruhnya bergantung pada tahap penggunaan dan kematangan pasar: kuat pada fase awal dan pada konteks yang rawan risiko, serta cenderung melemah ketika keamanan dianggap memadai dan manfaat lain menjadi sorotan utama (Aprilia & Amalia, 2023). *Ketiga*, persepsi keamanan dapat dibentuk melalui rekayasa antarmuka dan komunikasi yang tepat guna, sehingga bukan semata atribut teknis latar belakang, melainkan pengalaman yang kasatmata bagi pengguna (Zhang et al., 2019). *Keempat*, dalam kerangka PPM, persepsi keamanan bisa berfungsi sebagai penarik atau sebagai pengikat, dan pemilihan posisi teoritis sebaiknya disesuaikan dengan tujuan riset dan fase perjalanan pengguna (Loh et al., 2021).

Berdasarkan argumentasi dan bukti di atas, penelitian ini memfokuskan diri pada hubungan langsung persepsi keamanan dengan niat berkelanjutan tanpa memperluas ke konstruk lain sehingga perumusan hipotesis menempatkan keamanan sebagai pendorong utama keputusan untuk tetap memakai saluran seluler pada transaksi mendatang (Mombeuil & Uhde, 2021). Ketika rasa aman menurunkan kekhawatiran dan meningkatkan keyakinan terhadap proses pembayaran, maka preferensi untuk terus memakai sistem akan semakin kuat ketika pengguna memersepsikan platform sebagai aman dan andal (Almaiah et al., 2022). Hipotesis 11: Persepsi keamanan pembayaran seluler berpengaruh positif pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.5.7 Hubungan antara Inersia pada Uang Tunai dan Niat Untuk Terus Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler.

Inersia dipahami sebagai kecenderungan untuk mempertahankan keadaan yang sudah berjalan dan menolak perubahan ketika upaya perubahan dilakukan, sehingga perilaku tetap terkunci pada pola lama meskipun tersedia alternatif yang lebih baik (Johnsen, 2016). Dalam konteks pembayaran, inersia mewujudkan sebagai keterikatan dan kebiasaan pada metode yang sudah akrab sehingga pengguna tetap bertahan pada layanan lama walaupun mereka mengetahui adanya opsi baru yang lebih unggul (Gong et al., 2020). Berangkat dari definisi ini, penelitian ini memfokuskan inersia sebagai keterikatan terhadap uang tunai, sehingga efek teoritisnya diharapkan melemahkan niat berkelanjutan untuk menggunakan pembayaran seluler.

Basis kognitif dan institusional dari inersia menjelaskan mengapa orang tetap berada pada status quo. Evaluasi atas sistem baru kerap dibatasi oleh acuan sistem lama, dipengaruhi bias seperti aversi kerugian, keterbatasan rasionalitas, dan persepsi biaya perpindahan, yang pada akhirnya membentuk ekspektasi negatif terhadap perubahan (Wu, 2016). Ekspektasi negatif tersebut memperbesar resistensi, sehingga adopsi sistem baru yang sebenarnya menawarkan keuntungan pun ditangguhkan atau dihindari (Wu, 2016). Dengan kata lain, ketika uang tunai dijadikan standar perbandingan, setiap kekurangan kecil pada pengalaman awal pembayaran seluler dapat dibesar-besarkan dan menjadi pembenaran untuk tetap memakai tunai.

Dimensi demografis turut memperkuat inersia. Pada kelompok usia lebih tua, keengganan terhadap perubahan lebih nyata karena preferensi pada rutinitas yang familiar, kekhawatiran atas kerumitan, serta isu privasi dan keamanan, sehingga transisi ke teknologi baru menjadi lebih berat (Talukder et al., 2021). Dalam layanan kesehatan, misalnya, kesulitan mengubah kebiasaan harian membuat teknologi baru kurang terintegrasi, menegaskan bahwa kebiasaan yang mapan adalah penghalang utama perpindahan saluran (Talukder et al., 2021). Dengan memaknai inersia sebagai kebiasaan pada uang tunai, bukti ini mengindikasikan berkurangnya peluang pengguna lanjut usia untuk mempertahankan penggunaan pembayaran seluler setelah fase coba.

Temuan pada konteks organisasi menambahkan perspektif implementasi. Ketika organisasi memperkenalkan pembayaran seluler, ketidakmauan kerap muncul dari rasa nyaman pada sistem lama, kekhawatiran terhadap perubahan, atau persepsi bahwa teknologi baru terlalu rumit, sehingga penggunaan berkelanjutan tidak tercapai meski hambatan adopsi awal sudah diatasi (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022). Intervensi seperti mandat internal, peningkatan infrastruktur, insentif, penetapan norma, dan pengelolaan persepsi kognitif terbukti dapat mengikis inersia, tetapi tanpa dukungan berlapis, preferensi pada cara lama akan kembali mendominasi setelah antusiasme awal memudar (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022). Implikasi ini relevan bagi penyedia pembayaran seluler yang bermitra dengan institusi, karena keberlanjutan penggunaan tidak cukup dijamin oleh peluncuran produk semata.

Bukti empiris yang langsung menyorot pembayaran seluler menunjukkan konsekuensi inersia terhadap niat berkelanjutan. Kecenderungan untuk tetap menggunakan metode tradisional berkorelasi negatif dengan niat melanjutkan penggunaan pembayaran seluler, yang berarti semakin kuat kebiasaan pada metode lama, semakin rendah kecenderungan mempertahankan saluran digital (Park et al., 2017). Mekanismenya sederhana: praktik berulang memakai uang tunai memperkuat skema kebiasaan, menaikkan ambang untuk berpindah, dan pada gilirannya menurunkan komitmen terhadap saluran seluler dalam jangka panjang (Park et al., 2017). Di tingkat perilaku, pengulangan transaksi tunai berperan sebagai penguat yang membuat skenario digital terasa tidak perlu, sekalipun manfaat objektifnya jelas.

Kebiasaan juga menjelaskan perbedaan lintas kelompok generasi. Pada studi terhadap baby boomer dan Generasi X selama pandemi, pilihan mempertahankan metode yang sudah dikenal muncul sebagai pola dominan, yang menandakan bahwa kebiasaan lama mengarahkan keputusan transaksi harian (Santosa et al., 2021). Artinya, bila sebelum pandemi mereka lebih sering memakai tunai, dorongan untuk terus memakai pembayaran seluler setelah fase coba cenderung melemah karena preferensi kembali ke pola yang umum sebaliknya, jika digital sempat menjadi kebiasaan baru, inersia dapat mengunci perilaku pada saluran digital itu sendiri (Santosa et al., 2021). Penjelasan ini konsisten dengan pandangan bahwa inersia bukan sekadar menolak perubahan, melainkan mempertahankan pola apa pun yang sudah mapan, sehingga efeknya sangat bergantung pada apa yang didefinisikan sebagai status quo dalam sebuah populasi.

Secara konseptual, inersia dan bias status quo juga berkelindan pada level penilaian. Ketika sistem incumbent dipersepsikan sebagai acuan yang wajar, berbagai tekanan institusional dan biaya perpindahan memperkuat keraguan, sehingga setiap deviasi dari alur lama dianggap berisiko atau merepotkan (Wu, 2016). Dengan memposisikan uang tunai sebagai rujukan, narasi kognitif yang timbul adalah bahwa pembayaran seluler menuntut usaha tambahan, padahal negative effort tersebut hanya biaya penyesuaian sementara. Begitu narasi ini terinternalisasi, niat berkelanjutan melemah karena pengguna tidak melihat kekuatan untuk bertahan pada saluran digital di luar situasi tertentu.

Khusus pada kelompok lansia, preferensi terhadap rutinitas yang akrab dan kekhawatiran atas kompleksitas memperbesar peluang negatif ke kebiasaan lama setelah fase adopsi awal, sehingga keberlanjutan penggunaan saluran seluler menjadi rapuh tanpa dukungan edukasi dan pendampingan berkelanjutan (Talukder et al., 2021). Pada kelompok pengguna umum, kecenderungan yang sama dapat muncul apabila pengalaman awal di saluran digital tidak memenuhi ekspektasi atau bila manfaat tidak segera dirasakan, karena semua kekurangan tersebut segera dikontraskan dengan pengalaman tunai yang dianggap mudah dan pasti (Park et al., 2017). Pola ini menegaskan bahwa pengelolaan pengalaman pascaadopsi menjadi kunci untuk mencegah kembalinya kebiasaan tunai.

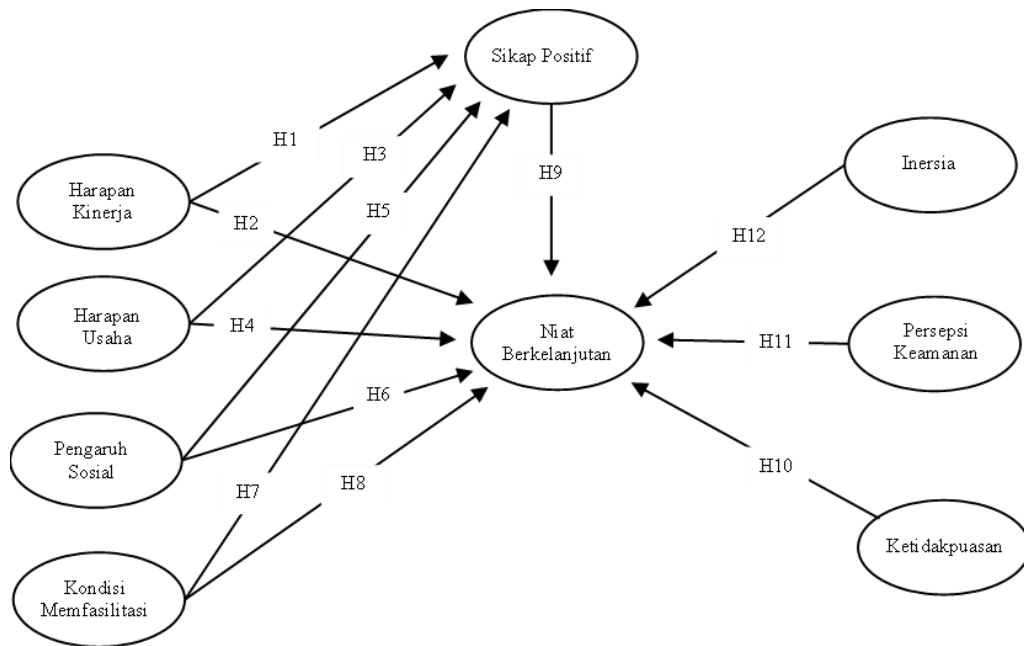
Meski demikian, inersia bukanlah kekuatan yang tak bisa diubah. Intervensi institusional yang konsisten mampu melemahkan bias status quo dengan menurunkan ketidakpastian, mengurangi biaya perpindahan, dan membentuk norma baru sehingga kebiasaan digital memperoleh pijakan yang lebih kuat dari

waktu ke waktu (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022). Namun, bila intervensi tidak berkelanjutan atau manfaat tidak dirasakan secara nyata, dorongan balik ke praktik lama akan meningkat, dan niat untuk melanjutkan penggunaan pembayaran seluler negatif menurun (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022). Oleh sebab itu, desain kebijakan dan produk harus secara eksplisit menargetkan sumber-sumber inersia, bukan hanya hambatan adopsi awal.

Merangkum argumentasi dan bukti di atas, inersia terhadap uang tunai secara teoritis dan empiris berfungsi sebagai hambatan keberlanjutan penggunaan pembayaran seluler karena menguatkan preferensi pada pola transaksi yang familiar, memperbesar persepsi biaya perpindahan, dan menurunkan komitmen setelah fase coba selesai (Johnsen, 2016). Ketika kebiasaan tunai kuat, niat berkelanjutan pada saluran digital melemah akibat pembandingan yang bias dan kecenderungan menghindari upaya penyesuaian, sebagaimana terlihat dalam studi perilaku pengguna di berbagai konteks (Park et al., 2017). Pada saat yang sama, nuansa lintas kelompok menunjukkan bahwa arah efek inersia sangat dipengaruhi status quo yang berlaku, sehingga definisi operasional inersia perlu dengan jelas merujuk pada keterikatan pada uang tunai agar konsisten dengan tujuan penelitian ini (Santosa et al., 2021).

Hipotesis 12: Inersia terhadap uang tunai berpengaruh negative pada niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

2.6 KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

2.7 PERSAMAAN STRUKTURAL

Variabel Eksogen:

$\xi_1 = PE = \text{Harapan kinerja}$

$\xi_2 = EE = \text{Harapan usaha}$

$\xi_3 = SI = \text{Pengaruh sosial}$

$\xi_4 = FC = \text{Kondisi yang memfasilitasi}$

$\xi_5 = DIS = \text{Ketidakpuasan pada uang tunai}$

$\xi_6 = PS = \text{Persepsi keamanan Pembayaran Seluler}$

$\xi_7 = INE = \text{Inersia terhadap uang tunai}$

Variabel Endogen:

$\eta_1 = FA = \text{Sikap positif}$

$\eta_2 = \text{CIN} = \text{Niat berkelanjutan}$

Residual kesalahan struktural:

ζ_1, ζ_2

Koefisien:

β (beta) untuk hubungan endogen ke endogen

γ (gamma) untuk hubungan eksogen ke endogen

Persamaan Struktural

1) Persamaan Sikap Positif (η_1):

$$\eta_1 = \gamma_{11} \cdot \xi_1 + \gamma_{12} \cdot \xi_2 + \gamma_{13} \cdot \xi_3 + \gamma_{14} \cdot \xi_4 + \zeta_1$$

2) Persamaan Niat Berkelanjutan (η_2):

$$\eta_2 = \beta_{2.1} \cdot \eta_1 + \gamma_{21} \cdot \xi_1 + \gamma_{22} \cdot \xi_2 + \gamma_{23} \cdot \xi_3 + \gamma_{24} \cdot \xi_4 + \gamma_{25} \cdot \xi_5 + \gamma_{26} \cdot \xi_6 + \gamma_{27} \cdot \xi_7 + \zeta_2$$

Arah Efek

Ke Sikap Positif :

$$\gamma_{11} > 0, \gamma_{12} > 0, \gamma_{13} > 0, \gamma_{14} > 0$$

Ke Niat Berkelanjutan:

$$\beta_{2.1} > 0, \gamma_{21} > 0, \gamma_{22} > 0, \gamma_{23} > 0, \gamma_{24} > 0, \gamma_{25} > 0, \gamma_{26} > 0, \gamma_{27} < 0$$

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif melibatkan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, seringkali dengan menggunakan instrumen penelitian, sehingga data numerik yang dihasilkan dapat dianalisis dengan prosedur statistik. Secara ringkas, tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk memeriksa hubungan antar variabel, di mana variabel-variabel ini diukur secara numerik dan dianalisis secara statistik. Penelitian kuantitatif menekankan penggunaan instrumen penelitian dalam pengumpulan data kuantitatif yang direpresentasikan secara numerik, yang kemudian diolah dengan analisis statistik untuk menguji hipotesis atau teori-teori tertentu (Creswell & Creswell, 2018).

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan desain riset survei. Metode survei berfungsi sebagai cara utama pengumpulan data, di mana kuesioner menjadi alat utama yang digunakan. Pemilihan pendekatan ini dipandu oleh sifat konfirmatori dari tujuan penelitian, menunjukkan bahwa studi ini dirancang untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal, yang berusaha untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat di antara variabel penelitian. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis variabel yang menyusun niat untuk terus

menggunakan aplikasi pembayaran seluler dan hubungannya dengan perilaku aktual. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan desain survei, penelitian ini diharapkan menghasilkan data yang memadai untuk analisis statistik yang mendalam, memvalidasi atau menolak hipotesis, serta memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang dinamika antara niat dan perilaku dalam konteks penggunaan aplikasi pembayaran seluler.

3.2 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL

Definisi operasional melibatkan proses mengubah konsep yang bersifat abstrak menjadi sesuatu yang dapat diamati, diukur, dan diuji. Hal ini untuk memastikan bahwa saat meneliti perilaku adopsi aplikasi pembayaran seluler, memiliki metode yang konkret dan terukur untuk mendekati dan mengukurnya. Definisi operasional variabel sangat penting dalam penelitian karena memastikan bahwa pemahaman variabel yang diteliti tetap jelas dan seragam di antara peneliti, pembaca, dan partisipan.

Definisi operasional variabel memiliki kemampuan untuk direplikasi menjadi lebih mudah, karena dengan memberikan rincian spesifik tentang bagaimana variabel diukur atau dimanipulasi, peneliti memungkinkan peneliti lain untuk mengulangi studi tersebut dan memverifikasi hasilnya. Selain itu, definisi operasional memfasilitasi komunikasi efektif di dalam komunitas penelitian, memungkinkan orang lain memahami dan menginterpretasikan temuan studi dengan tepat.

Definisi operasional secara jelas menguraikan prosedur, instrumen, atau kriteria yang digunakan untuk menilai variabel, memastikan bahwa setiap pengukuran atau manipulasi dilakukan dengan akurat dan konsisten (Sekaran & Bougie, 2016).

3.2.1 Harapan Kinerja

Harapan kinerja menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka mencapai peningkatan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh et al., 2003), atau membuat tugas lebih mudah (Abraham Sleiman et al., 2023). Pengukuran harapan kinerja dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3.1 Parameter Harapan Kinerja

No	Parameter	Referensi
1	Memudahkan transaksi	Gupta & Arora (2020)
2	Mempercepat transaksi	Gupta & Arora (2020)
3	Berguna untuk transaksi	Gupta & Arora (2020)
4	Menghemat waktu	Jayarathne et al. (2022)
5	Meningkatkan kinerja pembayaran	Patil et al. (2020)

3.2.2 Harapan Usaha

Harapan usaha merujuk pada pandangan pengguna tentang sejauh mana upaya yang dibutuhkan untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003) yang mencerminkan pada persepsi individu tentang kemudahan penggunaan dan kenyamanan yang terkait dengan penggunaan sistem pembayaran digital (Chaveesuk et al., 2021).

Harapan usaha mencerminkan persepsi individu tentang betapa mudah atau sulitnya menggunakan *mobile banking* dan usaha yang diperlukan untuk

mempelajari dan mengoperasikan sistem tersebut (Saxena et al., 2023). Pengukuran harapan usaha dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3.2 Parameter Harapan Usaha

No	Parameter	Referensi
1	Tidak memerlukan usaha besar	Changchit et al. (2023)
2	Mudah menggunakan	Changchit et al. (2023)
3	Mudah memahami	Gupta & Arora (2020)
4	Instruksi penggunaan lengkap dan jelas	Suo et al. (2021)
5	Tidak mengalami masalah	Rey-Moreno et al. (2018)

3.2.3 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial untuk mengukur sejauh mana individu yang dianggap penting oleh seseorang percaya bahwa orang tersebut seharusnya menggunakan sistem atau teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Calon pengguna cenderung mencari pendapat dari lingkaran sosial mereka tentang teknologi baru dan dapat dipengaruhi oleh pendapat dari orang-orang penting (Giovanis et al., 2019). Pengukuran pengaruh sosial dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3.3 Parameter Pengaruh Sosial

No	Parameter	Referensi
1	Pengguna memiliki prestise lebih tinggi	Gupta & Arora (2020)
2	Pengaruh banyak orang	Gupta & Arora (2020)
3	Pengaruh selebritis	Jayarathne et al. (2022)
4	Pengaruh media massa	Suo et al. (2021)
5	Pengaruh orang-orang yang dianggap penting	Istijanto & Handoko (2022)

3.2.4 Kondisi Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi merujuk pada faktor atau situasi eksternal yang memudahkan individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi atau layanan tertentu. Hal ini mencakup unsur-unsur seperti ketersediaan sumber daya yang diperlukan, dukungan teknis, dan infrastruktur yang memadai (Phan et al., 2020), yang berkontribusi pada kemudahan penggunaan dan aksesibilitas layanan tersebut (Le et al., 2020), termasuk program pelatihan, infrastruktur organisasi dan teknologi, serta ketersediaan sumber daya yang relevan untuk mendukung dan menyederhanakan transaksi pembayaran seluler (Patil et al., 2020). Pengukuran kondisi memfasilitasi dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3.4 Parameter Kondisi Yang Memfasilitasi

No	Parameter	Referensi
1	Kepemilikan perangkat seluler dan ketersediaan jaringan	Suo et al. (2021)
2	Kecocokan dengan aplikasi lainnya	Suo et al. (2021)
3	Kepemilikan sumberdaya keuangan dan teknologi	Yang et al. (2021)
4	Fasilitas dari peneyedia layanan	Yang et al. (2021)
5	Memiliki pemahaman yang baik	Istijanto & Handoko (2022)

3.2.5 Sikap Positif

Sikap positif mencerminkan penilaian atau sudut pandang yang menguntungkan terhadap sesuatu, terkait individu, objek, gagasan, atau peristiwa yang ditunjukkan dengan keyakinan dan pemikiran positif tentang atribut atau kualitas dari objek tersebut, persepsi bahwa objek berharga atau berguna sehingga mendorong individu untuk cenderung melakukan tindakan yang mendukung, dan

berinteraksi dengan objek.(Albarracin & Shavitt, 2018). Pengukuran sikap positif dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya

Tabel 3.5 Parameter Sikap Positif pada Pembayaran Seluler

No	Parameter	Referensi
1	Menggunakan pembayaran seluler keputusan baik	Istijanto & Handoko, (2022)
2	Menggunakan pembayaran seluler keputusan bijaksana	Istijanto & Handoko, (2022)
3	Suka menggunakan pembayaran seluler	Istijanto & Handoko, (2022)
4	Menggunakan pembayaran seluler adalah ide baik	Istijanto & Handoko, (2022)

3.2.6 Ketidakpuasan pada Uang Tunai

Tabel 3.6 Parameter Ketidakpuasan pada Uang Tunai

No	Parameter	Referensi
1	Permasalahan uang kembalian yang tidak sama	Yu & Chen (2022)
2	Uang tunai tidak memberikan penawaran khusus pada waktu tertentu	Yu & Chen (2022)
3	Tidak puas pembayaran tunai	Hsieh (2021)
4	Tidak senang pembayaran tunai	Hsieh (2021)
5	Pengalaman buruk pembayaran tunai	Hsieh (2021)

Ketidakpuasan merupakan penilaian keseluruhan konsumen yang menghasilkan perasaan tidak senang terhadap produk, layanan, atau pengalaman dalam menggunakan metode lama (Kim et al., 2019; Kim et al., 2003; Lin & Huang, 2014). Ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang sudah ada akan meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan perubahan dan akan mempertimbangkan untuk beralih ke alternatif lain (Lin & Huang, 2014; Sánchez García & Curras-Perez, 2020). Pengukuran ketidakpuasan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya

3.2.7 Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan merujuk pada penilaian subjektif individu terhadap tingkat keamanan yang diberikan oleh produk, layanan, atau sistem tertentu. Ini didasarkan pada penilaian mereka sendiri terhadap potensi risiko dan kerentanan yang terkait dengan penggunaan produk atau layanan tersebut (Mombeuil & Uhde, 2021). Pengukuran persepsi keamanan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3.7 Parameter Persepsi Keamanan Pembayaran Seluler

No	Parameter	Referensi
1	Keyakinan pada keamanan pembayaran seluler	Changchit et al. (2023)
2	Keyakinan pembayaran seluler aman dari transaksi ilegal	Changchit et al. (2023)
3	Perlindungan kata sandi	Istijanto & Handoko, (2022)
4	Resiko penyalahgunaan rendah	Istijanto & Handoko, (2022)
5	Perlindungan informasi keuangan dan pribadi	Lisana (2020)

3.2.7 Inersia pada Uang Tunai

Inersia adalah salah satu faktor kunci dalam memahami *status quo* (Park et al., 2017). Inersia merupakan sebuah hambatan yang signifikan dalam memperkenalkan pembayaran seluler, terutama di negara-negara berkembang. Individu cenderung untuk tetap menggunakan uang tunai dan menolak perubahan, karena mereka merasa enggan untuk meninggalkan metode pembayaran yang telah mereka kenal sebelumnya (Gong et al., 2020). Penelitian sebelumnya mengidentifikasi bahwa inersia memiliki peran signifikan dalam memengaruhi niat berkelanjutan penggunaan layanan pembayaran seluler (Kuo, 2020; Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022; Park et al., 2017; Santosa et al., 2021). Temuan

lain juga telah membuktikan bahwa kecenderungan inersia dapat menghasilkan pola perilaku tetap, di mana konsumen lebih suka mempertahankan perilaku yang sudah mereka kenal karena kebiasaan (Gong et al., 2020). Penelitian ini mengoperasionalkan inersia sebagai konstruk yang menjadi tantangan dalam penggunaan layanan pembayaran seluler secara berkelanjutan

Tabel 3.8 Parameter Inersia pada Uang Tunai

No	Parameter	Referensi
1	Akan terus menggunakan uang tunai karena merasa sulit untuk beralih ke mobile payment	Loh et al. (2021)
2	Akan terus menggunakan uang tunai karena nyaman melakukannya	Loh et al. (2021)
3	Akan terus menggunakan uang tunai untuk membayar karena kebiasaan	Loh et al. (2021)
4	Pembayaran tunai merupakan rutinitas meskipun bukan cara terbaik untuk melakukan transaksi	Park et al. (2017)
5	Beralih dari pembayaran tunai ke mobile payment membuat stress	Park et al. (2017)

3.2.8 Niat berkelanjutan

Tabel 3.9 Parameter Niat Berkelanjutan

No	Parameter	Referensi
1	Terus menggunakan pembayaran seluler di dalam waktu dekat	Istijanto & Handoko, (2022)
2	Meningkatkan penggunaan pembayaran seluler di masa mendatang	Istijanto & Handoko, (2022)
3	Meningkatkan frekuensi penggunaan pembayaran seluler di masa mendatang	Istijanto & Handoko, (2022)
4	Selalu mencoba menggunakan pembayaran seluler dalam pemabayaran	Suo et al. (2021)
5	Ingin meningkatkan transaksi menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat	Suo et al. (2021)

Niat berkelanjutan untuk menggunakan sistem informasi mencerminkan perilaku pengguna dan memberikan wawasan tentang preferensi serta adaptasi

mereka terhadap teknologi (Kim & Kang, 2016) yang dipengaruhi oleh pengalaman langsung (Hong et al., 2008; Humbani & Wiese, 2019; Jia et al., 2023; Wilson & Lankton, 2013; Yan et al., 2003). Dalam konteks pembayaran seluler, niat berkelanjutan merujuk pada keinginan dan motivasi individu untuk terus menggunakan sistem pembayaran seluler, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penggunaan aktif layanan tersebut dalam kehidupan nyata hari (Istijanto & Handoko, 2022). Pengukuran niat berkelanjutan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya

3.3 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh para peneliti. Dalam konteks penelitian, populasi merujuk pada seluruh kumpulan elemen atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

Populasi penelitian ini adalah pengguna pembayaran seluler di wilayah Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas dan telah menggunakan aplikasi pembayaran seluler dalam waktu satu bulan terakhir. Batas usia minimal 17 tahun ditentukan dengan mempertimbangkan keputusan terdahulu dari Mahkamah Agung menyatakan bahwa secara umum, usia dewasa ditetapkan pada 17 tahun. Pada titik tersebut, seseorang dianggap telah mencapai kematangan dan memiliki tanggung jawab atas diri dan tindakannya sendiri. Setelah mencapai usia 17 tahun, individu dapat memperoleh Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai tanda identifikasi, yang

memungkinkan mereka terlibat dalam kegiatan hukum seperti membuka rekening dan melakukan transaksi di bank (Sudono, 2019).

Penggunaan sistem pembayaran seluler minimal satu bulan ditetapkan berdasarkan hasil survey dari Populix tentang frekuensi penggunaan rata-rata perbankan seluler, diidentifikasi bahwa 25% menggunakan dua sampai tiga kali per minggu, sehingga per bulan dapat diasumsikan frekuensi penggunaan berkisar antara 8 sampai dengan 12 kali. Populix juga mendapatkan temuan bahwa 19% responden setiap hari melakukan transaksi keuangan menggunakan sistem perbankan seluler. Temuan tersebut menunjukkan bahwa 34% responden menggunakan sistem perbankan seluler selama sebulan berkisar antara 8 sampai dengan 30 kali (Angelia, 2022), yang dapat diasumsikan bahwa terdapat potensi yang besar pada penggunaan perbankan seluler dalam satu bulan. Penelitian mengenai Status Literasi Digital di Indonesia 2021 yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bekerjasama dengan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa 30% responden menggunakan dompet digital dalam transaksi keuangan lebih dari tiga kali per bulan (Vania, 2022). Kedua temuan tersebut memberikan penjelasan bahwa penggunaan sistem perbankan seluler dan dompet digital per bulan cukup tinggi sehingga penentuan batas minimal penggunaan sistem pembayaran seluler minimal sebulan cukup layak.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel mengacu pada subkelompok populasi yang dipilih untuk mewakili kelompok kepentingan yang lebih besar dalam suatu penelitian. Sampel terdiri dari

beberapa individu sebagai sumber informasi yang diperlukan (Shukla, 2020). Sampel yang dipilih ini merupakan representasi dari seluruh populasi dan digunakan untuk analisis penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna pembayaran seluler di wilayah Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas dan telah menggunakan aplikasi pembayaran seluler dalam waktu satu bulan terakhir.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel penelitian ini diambil dari populasi yang tersebar pada geografis yang sangat luas, sehingga pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling*, termasuk *convenience sampling*, dapat digunakan dalam penelitian bisnis, terutama jika terdapat batasan waktu dan kesulitan perencanaan penelitian serta pengumpulan data. Penggunaan internet untuk mengumpulkan data melalui *convenience sampling* memberikan kecepatan, akses ke responden, dan kapasitas untuk mengumpulkan jumlah data yang besar (Ponchio et al., 2021).

Non-probability sampling adalah metode penentuan unit dari suatu populasi dengan menggunakan pendekatan yang bersifat subjektif atau non-acak. Dalam *non-probability sampling*, tidak semua elemen dalam populasi memiliki peluang yang setara untuk menjadi bagian dari sampel. Akan tetapi, *non-probability sampling* juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kesulitan dalam membuat inferensi statistik yang valid akibat adanya bias seleksi dan kurangnya kendali atas bias tersebut. Selain itu, karena pemilihan sampel dilakukan secara non-acak, menentukan probabilitas inklusi setiap unit dalam sampel menjadi suatu hal yang sulit. Penggunaan metode ini sering dipilih karena lebih cepat, sederhana, dan

ekonomis dibandingkan dengan pendekatan sampling probabilitas (K. S. Kim, 2022)

Untuk mengurangi bias dalam *non-probability sampling* yang sering timbul karena sampel tidak dipilih secara acak atau probabilitas inklusi unit tidak diketahui dalam pengambilan sampel acak, penggunaan sampel sukarela dapat mengatasi masalah tersebut. Dalam pengambilan sampel sukarela, jika beberapa karakteristik anggota sampel memiliki kesamaan dengan anggota non-sampel, masalah bias seleksi dapat diminimalkan. Pengertian karakteristik dapat merujuk pada ciri-ciri demografis seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan (Kim, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* dalam pengambilan sampel penelitian. *Convenience sampling* adalah tipe non-probability sampling di mana unit-unit yang tersedia atau mudah diakses dipilih sebagai sampel. Pendekatan ini sering diterapkan karena dianggap praktis dan efisien dalam hal waktu dan biaya (Vehovar et al., 2016). Pemilihan sampel secara *convenience*, yang termasuk dalam metode pengambilan sampel non-probabilitas, sering digunakan ketika partisipan dipilih karena kemudahan aksesibilitas dan kedekatan dengan peneliti. Namun, pendekatan ini dapat menyebabkan bias sampling karena mungkin tidak menghasilkan sampel yang secara akurat merepresentasikan seluruh populasi. Untuk mengatasi bias ini, upaya meningkatkan keragaman sampel dengan mengikutsertakan partisipan dari berbagai latar belakang, lokasi, atau kelompok. Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan representativitas sampel terhadap populasi secara umum (Martínez-Mesa et al., 2016). Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, peneliti dapat memastikan bahwa sampel mereka mencakup

berbagai latar belakang dan perspektif, yang dapat membantu mengurangi bias dan meningkatkan validitas penelitian (Penn et al., 2023)

Meskipun banyak peneliti menyatakan bahwa menggunakan teknik *non-probability sampling* memiliki keterbatasan terkait bias seleksi dibandingkan dengan teknik *probability sampling*, tetapi Miller et al. (2010) memberikan temuan bahwa meskipun terdapat perbedaan dalam karakteristik demografis dan penggunaan obat antara sampel non-probabilitas dan sampel probabilitas, penelitiannya menemukan bahwa kedua metode tersebut dapat mengakses kelompok pengguna ERD yang serupa, meskipun tidak identik.

3.3.4 Ukuran Sampel Penelitian

Salah satu keunggulan utama dari SEM terletak pada fleksibilitasnya, yang memungkinkan pemeriksaan hubungan yang kompleks, penggunaan berbagai jenis data dan perbandingan antara model-model yang berbeda (MacCallum et al., 1999). Namun, fleksibilitas ini juga membuat sulitnya menetapkan pedoman yang dapat diaplikasikan secara universal mengenai ukuran sampel (MacCallum et al., 1999).. Akibatnya, beberapa saran aturan praktis telah diajukan. Ini termasuk rekomendasi ukuran sampel minimum sebanyak 100 atau 200 (Boomsma, 2000), rekomendasi lima hingga 10 observasi per parameter yang diestimasi (Bentler & Chou, 1987), *sample-to-item ratio* (rasio sampel terhadap item), 20 banding 1 (Osborne & Costello, 2004).

Penelitian ini menggunakan rekomendasi ukuran sampel menurut Bentler & Chou (1987) yang menggunakan lima hingga 10 observasi per parameter estimasi, sedangkan Osborne & Costello (2004) merekomendasi ukuran sampel hingga 20

observasi per parameter estimasi. Karena penelitian ini menggunakan 44 parameter, maka ukuran sampelnya berada pada rentang 220 sampai dengan 440 dan dapat diperbesar menjadi 880 sampel. Penelitian ini menggunakan 705 sampel.

3.4 INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian merujuk pada perangkat atau teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi dalam suatu penelitian (Sekaran & Bougie, 2016), yang dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner berupa rangkaian pertanyaan yang yang ditujukan kepada responden dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan objektif penelitian. Penelitian ini menggunakan kuesioner elektronik dalam format *google form* yang disebar melalui *whatapps*.

Penelitian ini menggunakan *skala likert* lima tingkatan untuk melakukan pengukuran terhadap persepsi responden pada variabel amatan. Kriteria jawaban *skala likert* adalah sebagai berikut.

- 1) Sangat tidak setuju : 1
- 2) Tidak setuju : 2
- 3) Kurang setuju : 3
- 4) Setuju : 4
- 5). Sangat setuju : 5

3.5 UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Sebelum menyebarkan kuesioner, perlu melakukan uji instrumen untuk menentukan kesesuaian alat pengukuran yang akan digunakan. Dalam menilai kelayakan instrumen, peneliti melakukan *pilot test* untuk membantu penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Dalam *pilot test* ini, peneliti membutuhkan 50 responden (Sim & Lewis, 2012) yang datanya akan diolah menggunakan SPSS. versi 25.0. *Pilot test* sangat penting untuk menyempurnakan pengukuran dan mengurangi risiko bahwa desain studi secara keseluruhan akan mengandung kesalahan serius yang membuat hasilnya tidak berguna. Dalam pengukuran ini, setiap item kuesioner diharapkan dapat menampilkan pertanyaan sesuai dengan fungsi pengukurannya dan memastikan bahwa item-item kuesioner yang ada sudah cukup, akurat, dan mudah dipahami..

3.5.1 *Pilot Tes Validitas*

Uji validitas adalah suatu proses untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner atau instrumen pengukuran dapat dianggap sebagai alat yang valid untuk mengukur konsep atau variabel tertentu. Validitas mengukur seberapa baik pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan secara akurat konsep yang dimaksud dan apakah skor-skor item tersebut memiliki hubungan yang signifikan satu sama lain (Hair et al., 2014).

Byrne, (2013) menjelaskan bahwa validitas berarti seberapa baik alat ukur dapat mengukur hal yang sebenarnya ingin diukur (validitas konstruk). Validitas konstruk adalah aspek terpenting dalam menilai kebenaran suatu pengukuran (Zumbo, 2005). Pada pilot test digunakan uji korelasi *pearson product moment*

dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika r hitung $> r$ tabel, maka item pertanyaan atau variabel tersebut valid dan jika r hitung $< r$ tabel, maka item pertanyaan tidak valid, jika signifikansi $<$ dari 0.05 maka item valid.

3.5.2 Pilot Tes Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur, seperti kuesioner, mampu memberikan hasil yang konsisten atau serupa ketika diukur berulang kali (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam konteks ini, uji reliabilitas memberikan gambaran tentang seberapa dapat diandalkannya alat ukur tersebut dalam mengukur suatu konsep atau variabel tertentu. Salah satu pendekatan umum dalam melakukan uji reliabilitas adalah dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha*.

Cronbach Alpha memberikan nilai antara 0 dan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih baik. Sekaran & Bougie, (2016) menetapkan standar bahwa suatu konstruk atau variabel dapat dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70 (Sekaran & Bougie, 2016).

3.6 ANALISIS DATA

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan proses pemeriksaan data untuk menjelaskan karakteristik variabel dalam suatu konteks. Pendekatan ini menggunakan metode analisis statistik dengan niat memberikan ringkasan dan deskripsi yang menyeluruh mengenai data tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Sekaran & Bougie (2016),

elemen kunci dari analisis deskriptif mencakup perannya dalam menggambarkan dan merangkum data untuk keperluan analisis berikutnya. Selain itu, analisis deskriptif juga bermanfaat untuk menggambarkan statistik demografis yang berkaitan dengan responden atau sampel. Presentasi dan visualisasi data dilakukan melalui berbagai medium seperti tabel, grafik, dan alat lainnya. Secara tambahan, analisis ini berperan sebagai langkah awal sebelum menjalankan analisis statistik yang lebih rinci, memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih menyeluruh terkait sifat data yang dikumpulkan.

Analisis deskriptif hanya sekedar membaca data kemudian menyajikan gambaran hasil penelitian. Dalam analisis ini ada dua hal yang di sampaikan.

1). Data karakteristik responden

Identitas responden yang akan digunakan adalah data pribadi dan data pengalaman menggunakan sistem pembayaran seluler. Adapun karakteristik tersebut meliputi: jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, jumlah aplikasi pembayaran seluler yang digunakan, aplikasi sistem pembayaran seluler yang paling sering digunakan, jumlah penggunaan sistem pembayaran seluler dalam setiap bulan, berapa lama menggunakan sistem pembayaran seluler, penggunaan sistem pembayaran seluler paling banyak digunakan untuk keperluan apa.

2). Data jawaban responden

Untuk mempermudah perhitungan nilai rata-rata dari setiap indikator pada setiap variabel, peneliti menggunakan program SPSS dan menetapkan kriteria penilaian berdasarkan skala Likert lima poin, dengan nilai terendah satu dan nilai

tertinggi lima. Selanjutnya, berdasarkan penjelasan sebelumnya, interval atau rentang dari setiap variabel yang digunakan dapat dihitung.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah}}{\text{Nilai Tertinggi}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui jarak interval jawaban adalah 0,8.

3.6.2 Analisis Structural Equation Model (SEM)

Dalam penelitian ini, digunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Analisis SEM digunakan pada penelitian ini karena merupakan teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan kompleks antar variabel, guna memperoleh gambaran menyeluruh tentang seluruh model. SEM mampu menguji secara bersamaan baik model struktural (hubungan antara konstruk independen dan dependen) maupun model pengukuran (hubungan antara indikator dan konstruk) (Ghozali, 2011). Penelitian ini menggunakan SEM berbasis kovarians (AMOS) karena bertujuan menguji dan mengonfirmasi kesesuaian model teoritis secara menyeluruh (*overall model fit*) melalui indeks goodness-of-fit, sekaligus memvalidasi konstruk dan indikator penelitian melalui analisis CFA (Byrne, 2013).

Pembuatan sebuah model struktural untuk penelitian dapat dijelaskan dalam beberapa tahapan (Ferdinand, 2014).

1). Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Dalam pengembangan suatu model, langkah awal melibatkan pembangunan model berdasarkan kerangka penelitian yang diperoleh dari teori. Selanjutnya, validasi dilakukan dengan menggunakan alat SEM. Penggunaan SEM tidak dapat

dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, karena program SEM tidak digunakan untuk menciptakan model, tetapi untuk mengonfirmasi model yang sudah ada melalui data empiris. Peneliti dapat mengembangkan model baru atau menguji teori yang sudah ada dalam jangka waktu yang lama, dengan menekankan pentingnya suatu teori yang membutuhkan pengujian empiris yang dilakukan oleh SEM.

2). Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Setelah membentuk kerangka teoritis pada langkah awal, langkah selanjutnya melibatkan pembuatan diagram jalur. Diagram jalur ini berguna untuk memvisualisasikan hubungan sebab-akibat yang dinyatakan dalam bentuk persamaan. Dengan menggunakan perangkat lunak SEM seperti AMOS, diagram jalur yang menggambarkan hubungan sebab-akibat diubah menjadi persamaan, yang kemudian diestimasi. Konstruk atau faktor adalah konsep-konsep teoritis yang menjelaskan diagram dalam bentuk hubungan tertentu. Analisis umumnya dilakukan di dalam konstruk-konstruk ini. Terdapat dua jenis konstruk: konstruk endogen dan konstruk eksogen. Konstruk eksogen adalah target dari garis dengan satu ujung panah, umumnya disebut sebagai variabel independen. Konstruk yang menjadi target garis dengan satu ujung panah adalah variabel yang tidak terikat dengan variabel lain. Konstruk endogen, juga dikenal sebagai variabel dependen, memengaruhi variabel lainnya.

3). Mengubah Diagram Alur menjadi Persamaan

Setelah menggambarkan kerangka penelitian sebagai diagram alur, langkah berikutnya adalah mengubah spesifikasi model tersebut menjadi serangkaian persamaan. Persamaan yang akan dibangun dapat dibedakan menjadi Persamaan

model pengukuran (*measurement model*) dan persamaan struktural (*structural equations*).

4). Memilih Matriks dan Model yang diusulkan

Dalam berbagai penelitian yang menguji sebuah teori, matriks input adalah matriks kovarians/variants, karena lebih sesuai dengan asumsi dan metodologi. Standard error yang dihasilkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan matriks korelasi. Perangkat lunak yang digunakan sebagai alat estimasi dalam penelitian ini adalah program AMOS.

5). Interpretasi dan Modifikasi Model

Tahap terakhir melibatkan penafsiran dan penyesuaian model. Ada beberapa pertimbangan yang perlu dipertimbangkan saat melakukan penyesuaian, dan salah satu faktor penting adalah kovariansi residu. Ambang batas yang dapat diterima untuk jumlah kovariansi residu adalah $> 5\%$ dari total kovariansi yang dihasilkan oleh model. Jika ambang batas ini terlampaui, disarankan untuk mempertimbangkan modifikasi. Namun, jika nilai residu model cukup besar atau $> 2,58$, cara lain untuk memodifikasi model adalah dengan mempertimbangkan penambahan jalur baru ke model yang telah diestimasi. Pada awalnya, model yang diuji dapat diubah dengan memeriksa residu terstandarisasi yang dihasilkan. Nilai cut-off sebesar 2,58 dapat digunakan untuk menilai signifikansi residu yang dihasilkan oleh model, dengan nilai cut-off $\geq \pm 2,58$ diinterpretasikan sebagai signifikan pada tingkat 5%. Residu yang signifikan menunjukkan adanya kesalahan prediksi yang substansial untuk sepasang indikator. Jika melebihi nilai *cut-off*, maka mungkin diperlukan penyesuaian.

6). Uji Konfirmatori

Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel dan faktor dapat menggambarkan kenyataan seperti yang tercermin dalam data (Ghozali, 2011). Penggunaan analisis konfirmatori dirancang untuk mengevaluasi validitas konstruk, yang menilai seberapa baik pengukuran indikator dapat menggambarkan konstruk laten teoritisnya. Pengukuran CFA didasarkan pada pengujian validitas indikator kuesioner dalam penelitian menggunakan ukuran validitas konvergen dan pengujian reliabilitas menggunakan ukuran kehandalan konstruk. Validitas konstruk dinilai berdasarkan nilai *loading factor*. Validitas konvergen mensyaratkan agar indikator suatu konstruk laten harus konvergen atau berbagi proporsi varian yang tinggi, di mana estimasi loading yang terstandarisasi (*regression weights*) yang digunakan harus $\geq 0,5$, idealnya sekitar 0,7. Sebuah konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik ketika nilai reliabilitas konstruk lebih besar atau sama dengan 0,7 (Ghozali, 2011).

7). Normaliats Data

Dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), sangat penting untuk melakukan uji normalitas guna memastikan apakah distribusi data mengikuti pola normal. Menurut (Ghozali, 2011) model regresi yang baik seharusnya menunjukkan distribusi normal, yang menandakan bahwa data statistik tersebar secara merata sepanjang sumbu diagonal grafik distribusi normal. Penilaian normalitas dalam SEM melibatkan uji univariat dan multivariat. Uji univariat mengevaluasi normalitas variabel individual, sementara uji multivariat menganalisis beberapa variabel secara bersamaan dalam analisis akhir.

SEM mengevaluasi normalitas data dengan memeriksa nilai skewness dan kurtosis. Jika *Critical Ratio* (CR) untuk *skewness* data berada dalam kisaran sekitar ± 2.58 pada tingkat signifikansi 0.01, data dianggap memiliki distribusi normal. Untuk kurtosis, rentang yang dapat diterima adalah antara -10 dan +10 agar data dianggap memiliki distribusi normal. Jika distribusi ditemukan tidak mengikuti pola normal, peneliti dapat menilai jarak *Mahalanobis* untuk mengidentifikasi potensi *outlier* dalam dataset (Ferdinand, 2014). Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, peneliti memiliki berbagai opsi. Mereka dapat memilih untuk menghapus item non-normal dari model pengukuran berdasarkan pengukuran skewness atau mengeluarkan observasi terjauh (*outlier*) dari distribusi pusat dan melanjutkan analisis.

8). Kriteria Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Dalam pemodelan persamaan struktural, mengevaluasi kecocokan model lebih kompleks dibandingkan dengan pendekatan statistik biasa karena tidak ada uji signifikansi tunggal yang menentukan model yang benar. Oleh karena itu, perlu mempertimbangkan berbagai kriteria dan ukuran kecocokan secara bersamaan. Berbagai indeks kecocokan digunakan untuk menilai kesesuaian model dengan data empiris, dan pilihan prosedur estimasi bergantung pada jenis data. Secara umum, kecocokan model diukur dengan berbagai ukuran, di mana hanya uji statistik *chi-square* (χ^2) yang memiliki uji signifikansi, sedangkan ukuran lainnya bersifat deskriptif. Evaluasi model dapat dilakukan secara inferensial menggunakan uji *chi-square* (χ^2) atau deskriptif dengan kriteria lainnya (Schermelleh-Engel et al., 2003).

Beberapa ahli menyarankan untuk menggunakan indeks kecocokan (*Fit Index*) dibandingkan uji *chi-square* (χ^2) untuk mengevaluasi model karena indeks kecocokan (*Fit Index*) dianggap lebih andal dan kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. Uji *chi-square* (χ^2) sering dikritik karena sensitif terhadap ukuran sampel, sehingga model yang sebenarnya baik bisa ditolak hanya karena ukuran sampel yang besar (Saris et al., 2009). Menurut Hu & Bentler (1999), keputusan untuk menerima atau menolak model bisa sangat dipengaruhi oleh ukuran sampel, yang tidak diinginkan. Masalah ini telah mendorong pengembangan berbagai indeks kecocokan (*Fit Index*) yang, meskipun masih berkaitan dengan statistik *chi-square*, dirancang untuk memberikan penilaian yang lebih seimbang dan adil terhadap kecocokan model.

Setelah memastikan bahwa tidak ada lagi estimasi yang meragukan dalam model, peneliti bersiap untuk melakukan evaluasi keseluruhan kesesuaian model dengan menggunakan kriteria yang berbeda. *Goodness-of-fit* mengukur sejauh mana input yang diamati atau aktual sesuai dengan prediksi model yang diajukan (Ghozali, 2011). Rincian pengukurannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) CMIN/DF

CMIN/DF adalah rasio pengukuran yang dirancang untuk menilai tingkat kesesuaian dalam sebuah model yang membagi nilai *chi-square* (χ^2) dengan derajat kebebasan. Kriteria yang diharapkan agar model dianggap dapat diterima adalah ketika nilai rasio tersebut < 2 .

b) GFI

Goodness of Fit Index/GFI adalah ukuran non-statistik yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model sesuai dengan data yang diamati. Nilai-nilai GFI berkisar dari 0 hingga 1, di mana 0 menunjukkan kesesuaian yang buruk dan 1 mewakili kesesuaian yang sempurna. Dalam konteks GFI, para peneliti menyarankan bahwa nilai yang melebihi 0,90 dianggap dapat diterima, menandakan kesesuaian yang baik antara model yang diusulkan dan data yang sebenarnya diamati. Pada dasarnya, nilai GFI yang lebih tinggi menunjukkan keterkaitan yang lebih erat antara prediksi model dan data yang diamati, mengindikasikan bahwa model merupakan representasi yang dapat diandalkan dari hubungan yang mendasari dalam data.

c) RMSEA

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) adalah ukuran statistik yang dirancang untuk mengatasi kecenderungan *chi-square* untuk menolak model, terutama ketika berurusan dengan ukuran sampel yang besar atau jumlah variabel yang tinggi. Ini berfungsi sebagai alat koreksi untuk meningkatkan evaluasi kesesuaian model. Dalam konteks RMSEA, para peneliti menganggap nilai di bawah 0,08 sebagai dapat diterima.

d) TLI

Indeks *Tucker-Lewis* (TLI) adalah model pengukuran yang menyertakan ukuran kesederhanaan ke dalam indeks perbandingan antara model yang diusulkan dan model nol, dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. TLI memberikan informasi tentang sejauh mana model yang diusulkan lebih unggul dibandingkan dengan model nol, dengan mempertimbangkan

kesederhanaannya. Nilai TLI yang diterima dan direkomendasikan biasanya adalah $\geq 0,95$. Hal ini berarti, untuk dianggap sebagai kesesuaian yang baik, nilai TLI seharusnya setara atau melebihi 0,95. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai TLI, semakin baik model yang diusulkan dalam menjaga keseimbangan antara kesederhanaan dan kemampuannya menjelaskan data. TLI sering digunakan bersama dengan indikator kesesuaian lainnya untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang sejauh mana model struktural sesuai dengan data yang diamati.

e) *Comparative Fit Index (CFI)*

Comparative Fit Index (CFI), sebagai versi yang disesuaikan dari *Relative Noncentrality Index (RNI)*, dirancang untuk menghindari *underestimation* kecocokan model yang sering terjadi pada sampel kecil, sebuah masalah yang dihadapi oleh *Normed Fit Index (NFI)* (Bentler & Bonett, 1980). CFI berkisar antara nol hingga satu, dengan nilai lebih tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik. Secara umum, nilai CFI di atas 0.97 dianggap sebagai indikasi kecocokan model yang sangat baik dibandingkan dengan model independensi, sementara nilai di atas 0.95 dianggap sebagai kecocokan yang dapat diterima. CFI, seperti NNFI, kurang terpengaruh oleh ukuran sampel, menjadikannya alat yang lebih stabil untuk menilai kualitas model.

Nilai pengujian untuk mengevaluasi tingkat Kecocokan (*Goodness-of-fit*) menggunakan program AMOS adalah sebagai berikut (Hair et al., 2014):

Tabel 3.10 Goodness of Fit

No	<i>Goodness-of-fit</i>	<i>Cut of value</i>
1	CMIN/DF	< 2
2	GFI	> 0,90
3	RMSEA	< 0,08
4	TLI	$\geq$ 0,90
5	CFI	$\geq$ 0,90

9). Interpretasi dan Modifikasi Model

Tahap akhir dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM) melibatkan interpretasi dan modifikasi model jika model tersebut tidak diterima. Jika sebuah model dianggap tidak sesuai, berbagai langkah korektif bisa dilakukan, seperti menambahkan jalur atau melakukan penyesuaian pada jumlah variabel. Tahap modifikasi model melibatkan pemeriksaan mendalam terhadap indeks modifikasi yang dihasilkan oleh program AMOS. Indeks modifikasi memberikan wawasan berharga tentang bagaimana penyesuaian koefisien yang diestimasi dapat meningkatkan kesesuaian model dan potensialnya mengurangi nilai chi-square. Langkah iteratif ini memungkinkan peneliti untuk menyempurnakan dan meningkatkan model, sehingga lebih cocok dengan pola data yang diamati, dengan memanfaatkan bantuan yang diberikan oleh indeks modifikasi yang diperoleh dari alat analisis tersebut.

10). Uji Hipotesis

Hipotesis akan diuji dengan melihat hasil analisis menggunakan *nilai Critical Ratio* (CR) dan probabilitas (P). Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis alternatif bergantung pada dua hal tersebut. Jika nilai probabilitas dari analisis kurang dari 0,05, hipotesis alternatif dianggap terbukti atau diterima. Sebaliknya,

jika nilai P lebih dari 0,05, hipotesis alternatif ditolak (Ghozali, 2011).

Jika nilai CR pada hasil analisis lebih besar dari 1,96, itu berarti hipotesis tersebut terbukti atau diterima. Namun, jika nilai CR kurang dari 1,96, hipotesis alternatif ditolak. Kriteria-kriteria ini bersama-sama membentuk suatu kerangka kerja untuk menentukan apakah hipotesis alternatif diterima atau ditolak berdasarkan signifikansi statistik. Tingkat signifikansi 0,05 adalah batas umum dalam uji hipotesis, di mana nilai di bawah batas ini menunjukkan bahwa hasilnya signifikan secara statistik dan mendukung hipotesis alternatif (Ghozali, 2011).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

4.1 PILOT TEST INSTRUMEN PENELITIAN

4.1.1 Pilot Test Validitas

Tabel 4.1 Pilot Test Validitas

No	Item	r	Signifikansi	No	Item	r	Signifikansi
1	PE1	.801**	0,00	23	FA3	.786**	0,00
2	PE2	.721**	0,00	24	FA4	.783**	0,00
3	PE3	.733**	0,00	25	PS1	.535**	0,002
4	PE4	.768**	0,00	26	PS2	.505**	0,004
5	PE5	.630**	0,00	27	PS3	.485**	0,007
6	EE1	.703**	0,00	28	PS4	.719**	0,00
7	EE2	.945**	0,00	29	PS5	.752**	0,00
8	EE3	.866**	0,00	30	DIS1	.427*	0,019
9	EE4	.751**	0,00	31	DIS2	.698**	0,00
10	EE5	.538**	0,002	32	DIS3	.849**	0,00
11	SI1	.453*	0,012	33	DIS4	.771**	0,00
12	SI2	.718**	0,000	34	DIS5	.519**	0,003
13	SI3	.663**	0,000	35	CIN1	.826**	0,00
14	SI4	.605**	0,000	36	CIN2	.727**	0,00
15	SI5	.476**	0,008	37	CIN3	.757**	0,00
16	FC1	.729**	0,000	38	CIN4	.826**	0,00
17	FC2	.870**	0,000	39	CIN5	.770**	0,00
18	FC3	.686**	0,000	40	INE1	.778**	0,00
19	FC4	.570**	0,001	41	INE2	.743**	0,00
20	FC5	.867**	0,00	42	INE3	.757**	0,00
21	FA1	.789**	0,00	43	INE4	.738**	0,00
22	FA2	.519**	0,003	44	INE5	.564**	0,001

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil uji *pilot tes* validitas pada 30 sampel, menunjukkan bahwa setiap item memiliki nilai korelasi (r) yang signifikan pada tingkat signifikansi yang sangat tinggi ($p < 0,05$ atau $p < 0,01$). Ini mengindikasikan bahwa setiap item memiliki keterkaitan yang kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinilai valid. Mayoritas item menunjukkan korelasi yang sangat tinggi (lebih dari 0,7), yang semakin memperkuat keandalan instrumen penelitian ini.

4.1.2 Pilot Test Validitas

Tabel 4.2 Pilot Test Reliabilitas

No	Konstruk	Cronbach's Alpha	Kriteria
1	Harapan Kinerja	0,853	Andal
2	Harapan Usaha	0,858	Andal
3	Pengaruh Sosial	0,775	Andal
4	Kondisi Memfasilitasi	0,852	Andal
5	Sikap Positif Pada Pembayaran Seluler	0,836	Andal
6	Persepsi Keamanan Pembayaran Seluler	0,687	Andal
7	Ketidakpuasan pada Uang Tunai	0,777	Andal
8	Inersia pada Uang Tunai	0,833	Andal
9	Niat Berkelanjutan	0,875	Andal

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, sebagian besar konstruk dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang sangat baik. Mengacu pada kriteria menurut Hair et al. (2014) nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7 dianggap dapat diterima, sementara nilai di atas 0,8 menunjukkan reliabilitas yang baik. Konstruk Harapan Kinerja (0,853), Harapan Usaha (0,858), Kondisi Memfasilitasi (0,852), Sikap Positif (0,836), Inersia (0,833), dan Niat Berkelanjutan

(0,875) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,8, menunjukkan reliabilitas yang tinggi.

Sementara itu, Pengaruh Sosial (0,775) dan Ketidakpuasan (0,777) juga menunjukkan reliabilitas yang baik dengan nilai di atas 0,7. Hanya Persepsi Keamanan yang memiliki nilai di bawah 0,7 (0,687), namun masih mendekati batas yang dapat diterima, menunjukkan bahwa secara keseluruhan, instrumen yang digunakan cukup andal dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

4.2 PROFIL RESPONDEN

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden

Gender	Frekuensi	Prosentase (%)
Laki-laki	364	51,6
Perempuan	341	48,4
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Dari 705 pengguna layanan mobile seluler di Indonesia, sebanyak 51,6% adalah laki-laki dan 48,4% perempuan. Temuan ini menunjukkan keseimbangan yang relatif sama dalam penggunaan layanan tersebut, dengan laki-laki sedikit mendominasi. Data ini menggambarkan bagaimana layanan mobile seluler di Indonesia diminati oleh kedua gender, menunjukkan relevansi dan daya tarik yang luas di seluruh demografi.

4.2.2 Kelompok Generasi Pengguna

Tabel V.4 menunjukkan sebaran generasi dalam niat menggunakan layanan pembayaran seluler berkelanjutan menunjukkan temuan menarik tentang

bagaimana berbagai kelompok usia terlibat dengan teknologi keuangan modern. Generasi Z, yang merupakan kelompok usia termuda, memimpin dengan 39% responden, mencerminkan ketertarikan mereka yang kuat terhadap solusi digital. Diikuti oleh Generasi Y dengan 34,5%, menunjukkan adopsi yang semakin meningkat terhadap pembayaran seluler sebagai alat yang praktis. Meskipun Generasi X sedikit kurang terlibat, mereka masih mewakili 26,5% dari total responden. Data ini, dengan rentang usia dari 17 hingga 59 tahun dan usia rata-rata 33,9 tahun, menegaskan penerimaan luas terhadap layanan pembayaran seluler di semua kelompok usia di Indonesia.

Tabel 4.4 Kelompok Generasi Pengguna

Generasi	Frekuensi	Proentase (%)
X	187	26,5
Y	243	34,5
Z	275	39,0
Total	705	100,0
Usia Minimum	17	
Usia Maksimum	59	
Usia Rata-rata	33,9	

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

4.2.3 Pendidikan Responden

Dari 705 pengguna layanan mobile seluler di Indonesia, mayoritas memiliki pendidikan tinggi. Sebanyak 374 orang (53%) adalah lulusan Diploma atau Sarjana, dan 235 orang (33,3%) memiliki gelar Pasca Sarjana, menunjukkan dominasi pengguna berpendidikan tinggi. Sementara itu, 95 orang (13,5%) berpendidikan menengah, yakni lulusan SMA atau setara, dan hanya 1 orang (0,1%) berpendidikan rendah atau SMP sederajat.

Tabel 4.5 Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase (%)
SMP Sederajat	1	0,1
SMA Sederajat	95	13,5
Diploma/Sarjana	374	53,0
Pasca Sarjana	235	33,3
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Data ini menunjukkan bahwa pengguna layanan mobile seluler di Indonesia sebagian besar berasal dari kalangan berpendidikan tinggi, dengan sebagian kecil dari pendidikan menengah dan sangat sedikit dari pendidikan rendah.

4.2.4 Pekerjaan Responden

Tabel 4.6 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase (%)
Pegawai Pemerintah	181	25,7
Pegawai BUMN	48	6,8
Pegawai Swasta	211	29,9
Wirausaha	34	4,8
Pelajar/Mahasiswa	159	22,6
Lainnya	72	10,2
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa dari 705 pengguna layanan mobile seluler di Indonesia, mayoritas berasal dari kalangan pegawai swasta, yang berjumlah 211 orang (29,9%). Selanjutnya, 181 orang (25,7%) adalah pegawai pemerintah, sementara 159 orang (22,6%) adalah pelajar atau mahasiswa. Pengguna dari kalangan wirausaha hanya sebanyak 34 orang (4,8%), dan pegawai BUMN berjumlah 48 orang (6,8%). Kategori lainnya mencakup 72 orang (10,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa layanan mobile seluler banyak digunakan oleh

pekerja profesional, baik di sektor swasta maupun pemerintahan, serta pelajar dan mahasiswa.

4.2.5 Pendapatan Responden

Tabel 4.7 Pendapatan Responden

Pendapatan	Frekuensi	Prosentase (%)
< Rp 3.500.000	264	37,4
>Rp 10.000.000	136	19,3
Rp 3.500.000 s/d Rp 7.000.000	211	29,9
Rp 7.000.001 s/d Rp 10.500.000	94	13,3
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil uji deskriptif ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan pembayaran seluler di Indonesia, yaitu 264 orang (37,4%), memiliki pendapatan di bawah Rp 3.500.000. Kelompok dengan pendapatan menengah, antara Rp 3.500.000 s/d Rp 7.000.000, mencakup 211 orang (29,9%). Sementara itu, 136 orang (19,3%) berada dalam kelompok berpendapatan tinggi, yaitu di atas Rp 10.000.000, dan 94 orang (13,3%) berpenghasilan antara Rp 7.000.001 s/d Rp 10.500.000. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan layanan pembayaran seluler tersebar di berbagai segmen pendapatan, dengan konsentrasi terbesar pada kelompok pendapatan menengah ke bawah.

4.2.6 Tempat Tinggal Responden

Tabel 4.8 Tempat Tinggal Responden

Propinsi	Frekuensi	Prosentase (%)	Regional	Frekuensi	Prosentase (%)
Aceh	12	1,7	Sumatera	128	18,2
Kepulauan Riau	5	0,7			
Bangka	6	0,9			
Belitung					

Propinsi	Frekuensi	Prosentase (%)	Regional	Frekuensi	Prosentase (%)
Jambi	3	0,4	Kalimantan	78	11,1
Bengkulu	16	2,3			
Lampung	8	1,1			
Riau	7	1,0			
Sumatera Barat	8	1,1			
Sumatera Selatan	21	3,0			
Sumatera Utara	47	6,7			
Kalimantan Barat	12	1,7			
Kalimantan Selatan	10	1,4			
Kalimantan Tengah	27	3,8	Sulawesi	58	8,2
Kalimantan Timur	11	1,6			
Kalimantan Utara	13	1,8			
Sulawesi Barat	3	0,4			
Sulawesi Selatan	20	2,8			
Sulawesi Tengah	8	1,1			
Sulawesi Tenggara	7	1,0			
Sulawesi Utara	4	0,6			
Gorontalo	16	2,3			
Banten	35	5,0	Jawa	330	46,8
DKI Jakarta	46	6,5			
Jawa Barat	63	8,9			
Jawa Tengah	77	10,9			
Jawa Timur	56	7,9			
Yogyakarta	53	7,5			
Maluku	19	2,7	Maluku dan Papua	49	7,0
Maluku Utara	6	0,9			

Propinsi	Frekuensi	Prosentase (%)	Regional	Frekuensi	Prosentase (%)
Papua	24	3,4			
Bali	16	2,3			
Nusa Tenggara Barat	22	3,1	Bali dan Nusa Tenggara	62	8,8
Nusa Tenggara Timur	24	3,4			
Total	705	100,0			

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Analisis sebaran tempat tinggal responden menunjukkan variasi yang mencolok antar regional. Sebagian besar responden berasal dari Jawa, dengan total 330 responden (46,8%), mencerminkan kepadatan penduduknya. Jawa Tengah memiliki jumlah terbesar di antara provinsi, yaitu 77 responden (10,9%), diikuti oleh Jawa Barat dengan 63 responden (8,9%), dan Jawa Timur dengan 56 responden (7,9%). Wilayah Sumatera menyusul dengan total 128 responden (18,2%), dengan Sumatera Utara mencatatkan angka tertinggi di 47 responden (6,7%). Kalimantan dan Sulawesi masing-masing memiliki 78 responden (11,1%) dan 58 responden (8,2%). Maluku dan Papua, serta Bali dan Nusa Tenggara, menunjukkan sebaran yang lebih kecil dengan 49 responden (7,0%) dan 62 responden (8,8%) masing-masing. Sebaran ini secara umum mencerminkan distribusi populasi di Indonesia, dengan konsentrasi terbesar di Jawa.

4.2.7 Pengalaman Responden Menggunakan Layanan Pembayaran Seluler

Hasil uji deskripsi pengalaman penggunaan layanan sistem pembayaran seluler oleh responden menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna telah menggunakan layanan ini selama lebih dari dua tahun. Sebanyak 465 responden

(66,0%) telah menggunakan sistem pembayaran seluler selama 2 hingga 3 tahun, menandakan adopsi yang matang dan pemahaman yang lebih dalam mengenai teknologi ini. Sebaliknya, 133 responden (18,9%) baru menggunakan layanan ini selama 1 hingga 2 tahun, menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam adopsi sistem pembayaran seluler. Sedangkan 107 responden (15,2%) melaporkan penggunaan kurang dari 1 tahun, menandakan bahwa masih ada segmen pasar yang relatif baru dalam teknologi ini.

Tabel 4.9 Pengalaman Penggunaan Pembayaran Seluler

Berapa Lama Menggunakan	Frekuensi	Prosentase (%)
< 1 tahun	107	15,2
1 - 2 Tahun	133	18,9
2 - 3 Tahun	465	66,0
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran seluler telah mendapatkan penerimaan yang kuat dan berkelanjutan, dengan sebagian besar pengguna telah beradaptasi dengan teknologi pembayaran seluler dalam jangka waktu yang cukup lama.

5.2.8 Penggunaan Layanan Pembayaran Seluler per Bulan

Tabel 4.10 Penggunaan Layanan Pembayaran Seluler per Bulan

Penggunaan per Bulan	Frekuensi	Prosentase (%)
1 - 2 Kali	137	19,4
3 - 4 kali	145	20,6
5 - 6 kali	91	12,9
> 6 kali	332	47,1
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Analisis frekuensi penggunaan layanan pembayaran seluler per bulan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan layanan ini dengan intensitas tinggi. Sebanyak 332 responden (47,1%) melaporkan menggunakan sistem pembayaran seluler lebih dari 6 kali per bulan, menandakan adopsi yang sangat aktif dan pemanfaatan teknologi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Sebanyak 145 responden (20,6%) menggunakan layanan ini 3 hingga 4 kali per bulan, menunjukkan penggunaan yang konsisten namun tidak terlalu sering. Penggunaan 5 hingga 6 kali per bulan dilaporkan oleh 91 responden (12,9%), menunjukkan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi namun lebih rendah dibandingkan kelompok sebelumnya. Sebaliknya, 137 responden (19,4%) menggunakan sistem pembayaran seluler 1 hingga 2 kali per bulan, menandakan penggunaan yang relatif jarang.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa meskipun ada variasi dalam frekuensi, penggunaan sistem pembayaran seluler dengan intensitas tinggi adalah yang paling umum di kalangan responden.

4.2.9 Jumlah Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Dimiliki

Tabel 4.11 Jumlah Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Dimiliki

Jumlah Kepemilikan Aplikasi	Frekuensi	Prosentase (%)
1.00	218	30,9
2.00	199	28,2
3.00	160	22,7
4.00	88	12,5
5.00	36	5,1
6.00	4	0,6
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil uji deskriptif menunjukkan frekuensi kepemilikan aplikasi pembayaran seluler oleh pengguna. Dari total 705 responden, sebagian besar (30,9%) hanya memiliki satu aplikasi pembayaran. Jumlah kepemilikan dua aplikasi juga cukup tinggi, yaitu sebesar 28,2%, diikuti oleh kepemilikan tiga aplikasi sebesar 22,7%. Sebagian kecil responden memiliki empat aplikasi (12,5%), lima aplikasi (5,1%), dan hanya 0,6% yang memiliki enam aplikasi pembayaran seluler. Analisis ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden lebih cenderung menggunakan satu atau dua aplikasi pembayaran seluler, yang kemungkinan disebabkan oleh preferensi mereka terhadap aplikasi tertentu atau karena kebutuhan yang terbatas dalam hal pembayaran digital. Sementara itu, kepemilikan lebih dari dua aplikasi mulai menurun signifikan, yang menunjukkan bahwa penggunaan banyak aplikasi pembayaran seluler tidak umum di antara pengguna.

Secara keseluruhan, distribusi ini memberikan wawasan mengenai pola penggunaan aplikasi pembayaran seluler, di mana lebih dari 80% responden memiliki antara satu hingga tiga aplikasi.

4.2.10 Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Paling Sering Digunakan

Tabel 4.12 Aplikasi Pembayaran Seluler Yang Paling Sering Digunakan		
Yang Paling Sering Digunakan	Frekuensi	Prosentase (%)
Livin Mandiri	149	21,1
BRIMO	138	19,6
BCA Mobile	102	14,5
BNI Mobile	101	14,3
Dana	43	6,1
BSI Mobile	41	5,8
Gopay	25	3,5
OVO	25	3,5
Shopeepay	19	2,7
Link Aja	11	1,6

Digi mobile (Bank BJB)	8	1,1
Seabank	6	0,9
B'PUNG Mobile	5	0,7
BTN Mobile	4	0,6
Bank Jago	3	0,4
J Connect Mobile (Bank Jatim)	3	0,4
OCTO Mobile (Bank Niaga)	3	0,4
DANA	2	0,3
DG (Bank Kaltimara)	2	0,3
Action Mobile (Bank Aceh)	1	0,1
BCA	1	0,1
Batang Mobile (Bank Kalteng)	1	0,1
Bima (Bank Jateng)	1	0,1
BIMA (Bank Jateng)	1	0,1
BPD DIY Mobile	1	0,1
Flp	1	0,1
JackOne Mobile (Bank DKI)	1	0,1
Jenius (Bank BTN)	1	0,1
KBStar (Bank Bukopin)	1	0,1
Mobile Banking Bank Lampung	1	0,1
Muamalat Din	1	0,1
MyBank	1	0,1
Permata Mobile X (Permata Bank)	1	0,1
SEPP (Bank Sumut)	1	0,1
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Data menunjukkan bahwa Livin Mandiri dan BRIMO adalah aplikasi pembayaran seluler yang paling banyak digunakan, dengan masing-masing 21,1% dan 19,6% dari total pengguna. BCA Mobile dan BNI Mobile juga memiliki pangsa signifikan, masing-masing 14,5% dan 14,3%. Sementara itu, aplikasi lain seperti Dana, BSI Mobile, dan Gopay memiliki penggunaan yang lebih terbatas, di bawah 10%. Temuan ini menunjukkan dominasi empat besar aplikasi bank dalam preferensi pengguna pembayaran seluler.

4.2.11 Jenis Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan

Penelitian ini memberikan temuan bahwa *mobile banking* merupakan aplikasi pembayaran seluler yang paling banyak digunakan, dengan 82,6% (582 pengguna) memilihnya.

Tabel 4.13 Jenis Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan

Jenis	Frequency	Percent
<i>e-Wallet</i>	123	17,4
<i>Mobile Banking</i>	582	82,6
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Sementara itu, *e-wallet* dipilih oleh 17,4% responden (123 pengguna). Meskipun *e-wallet* mulai mendapatkan popularitas, *mobile banking* masih menjadi opsi favorit bagi mayoritas pengguna, mendominasi pasar dengan selisih yang cukup besar. Survei ini melibatkan total 705 responden.

4.2.12 Penggunaan Aplikasi

Tabel 4.14 Penggunaan Aplikasi

Penggunaan	Frequency	Percent
Membayar Tagihan/Angsuran	123	17,4
Membeli Produk/Jasa	316	44,8
Transfer Dana	266	37,7
Total	705	100,0

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tujuan penggunaan layanan pembayaran seluler bervariasi secara signifikan di antara para responden. Sebagian besar, yakni 44,8% (316 orang), menggunakan layanan ini terutama untuk membeli produk atau jasa. Selain itu, 37,7% responden (266 orang) memanfaatkan pembayaran seluler untuk mentransfer dana. Hanya 17,4% responden (123 orang)

yang menggunakan layanan ini untuk membayar tagihan atau angsuran.

Data ini menunjukkan bahwa meskipun semua fungsi tersebut penting, membeli produk/jasa dan transfer dana adalah dua penggunaan paling umum di antara pengguna layanan pembayaran seluler.

4.3 DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

Tabel 4.15 Interval Kriteria Jawaban Responden

Interval	Kriteria
1,000 – 1,800	Sangat Rendah
1,801 – 2,600	Rendah
2,601 – 3,400	Cukup Tinggi
3,401 – 4,200	Tinggi
4,201 – 5,000	Sangat Tinggi

Pengukuran respon sampel dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju), sehingga interval jawaban responden dapat dicari menggunakan rumus sebagai berikut. $(5 - 1) / 5 = 4/5 = 0,8$.

4.3.1 Item dan Konstruk Harapan Kinerja

Tabel 4.16 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Harapan Kinerja

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Memudahkan transaksi	4,471	Sangat Tinggi
2	Mempercepat transaksi	4,406	Sangat Tinggi
3	Berguna untuk transaksi	4,430	Sangat Tinggi
4	Menghemat waktu	4,265	Sangat Tinggi
5	Meningkatkan kinerja pembayaran	4,467	Sangat Tinggi
Total Harapan Kinerja		4,408	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil survei pada konstruk harapan kinerja mengungkapkan bahwa responden memiliki ekspektasi yang sangat tinggi terhadap kinerja layanan

pembayaran, terutama dalam hal efisiensi dan efektivitas transaksi. Setiap aspek yang dinilai, mulai dari kemudahan dan kecepatan transaksi hingga manfaat praktis, penghematan waktu, dan peningkatan kinerja pembayaran, semuanya memperoleh rata-rata penilaian di atas 4,2, yang dikategorikan sebagai sangat tinggi. Item “memudahkan transaksi” menempati posisi tertinggi dengan rata-rata 4,471, sementara rata-rata keseluruhan konstruk ini adalah 4,408. Temuan ini menegaskan bahwa pengguna secara konsisten mengharapkan layanan pembayaran yang mereka gunakan mampu memenuhi standar kinerja yang tinggi, memberikan pengalaman transaksi yang efisien dan efektif.

4.3.2 Item dan Konstruk Harapan Usaha

Tabel 4.17 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Harapan Usaha

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Tidak memerlukan usaha besar	4,214	Sangat Tinggi
2	Mudah menggunakan	4,255	Sangat Tinggi
3	Mudah memahami	4,240	Sangat Tinggi
4	Instruksi penggunaan lengkap dan jelas	4,226	Sangat Tinggi
5	Tidak mengalami masalah	4,041	Tinggi
Total Harapan Usaha		4,195	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil survei pada konstruk harapan usaha menunjukkan bahwa responden memiliki ekspektasi tinggi terhadap kemudahan dalam menggunakan layanan atau produk yang dinilai. Item-item seperti “tidak memerlukan usaha besar”, “mudah menggunakan”, “mudah memahami”, dan “instruksi penggunaan lengkap dan jelas” mendapat rata-rata penilaian di atas 4,2, yang dikategorikan sebagai sangat tinggi. Namun, item “tidak mengalami masalah” memiliki penilaian rata-rata 4,041, yang berada dalam kategori tinggi dan sedikit lebih rendah dibandingkan item

lainnya. Dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,195, hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun responden umumnya merasa layanan atau produk ini mudah digunakan, mereka tetap berharap adanya peningkatan lebih lanjut dalam hal kenyamanan dan kemudahan penggunaan.

4.3.3 Item dan Konstruk Pengaruh Sosial

Hasil survei pada konstruk pengaruh sosial menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki dampak yang cukup signifikan pada responden, dengan rata-rata penilaian sebesar 3,209 yang masuk dalam kategori cukup tinggi. Responden memberikan nilai tertinggi pada item pengguna memiliki prestise lebih tinggi dengan rata-rata 3,410 dan pengaruh orang-orang yang dianggap penting dengan rata-rata 3,418, yang keduanya berada dalam kategori tinggi. Di sisi lain, item pengaruh selebritis memiliki rata-rata nilai terendah sebesar 2,648, namun tetap berada dalam kategori cukup tinggi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruh dari selebriti dan media massa cukup penting, tetapi faktor yang lebih personal seperti prestise dan pengaruh dari orang-orang penting memiliki dampak yang lebih kuat dalam konteks sosial.

Tabel 4.18 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Pengaruh Sosial

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Pengguna memiliki prestise lebih tinggi	3,410	Tinggi
2	Pengaruh banyak orang menggunakan	3,325	Cukup Tinggi
3	Pengaruh selebritis	2,648	Cukup Tinggi
4	Pengaruh media massa	3,245	Cukup Tinggi
5	Pengaruh orang-orang yang dianggap penting	3,418	Tinggi
Total Pengaruh Sosial		3,209	Cukup Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

4.3.4 Item dan Konstruk Kondisi Memfasilitasi

Hasil survei pada konstruk kondisi memfasilitasi mengungkapkan bahwa responden menilai faktor-faktor pendukung penggunaan layanan atau produk ini cukup tinggi. Item kepemilikan perangkat seluler dan ketersediaan jaringan mendapatkan penilaian tertinggi dengan rata-rata 4,237, menunjukkan bahwa aspek ini sangat penting dan dianggap sangat mendukung. Selain itu, item-item seperti kecocokan dengan aplikasi lainnya, fasilitas dari penyedia layanan, dan memiliki pemahaman yang baik juga menerima penilaian positif dengan rata-rata di atas 4,0, yang dikategorikan sebagai tinggi. Sementara itu, item kepemilikan sumberdaya keuangan dan teknologi memiliki penilaian terendah, yakni 3,779, namun masih masuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4.19 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Kondisi Memfasilitasi

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Kepemilikan perangkat seluler dan ketersediaan jaringan	4,237	Sangat Tinggi
2	Kecocokan dengan aplikasi lainnya	4,152	Tinggi
3	Kepemilikan sumberdaya keuangan dan teknologi	3,779	Tinggi
4	Fasilitas dari peneyedia layanan	4,041	Tinggi
5	Memiliki pemahaman yang baik	3,973	Tinggi
Total Kondisi Memfasilitasi		4,036	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Secara keseluruhan, rata-rata total konstruk ini mencapai 4,036, yang mencerminkan bahwa responden secara umum merasa kondisi yang memberikan dukungan penggunaan layanan pembayaran seluler dipersepsikan mendukung dan berperan penting dalam memfasilitasi penggunaan layanan atau produk.

4.3.5 Item dan Konstruk Sikap Positif

Hasil survei pada konstruk sikap positif memperlihatkan bahwa responden memiliki pandangan yang sangat positif terhadap penggunaan pembayaran seluler. Setiap item yang diukur, seperti menggunakan pembayaran seluler adalah keputusan baik, menggunakan pembayaran seluler adalah keputusan bijaksana, suka menggunakan pembayaran seluler, dan menggunakan pembayaran seluler adalah ide baik, mendapatkan penilaian tinggi, dengan rata-rata antara 3,913 hingga 4,148. Nilai total konstruk ini mencapai 4,028, yang juga termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4.20 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Sikap Positif

No	Item	Rata-rata	Kriteria
1	Menggunakan pembayaran seluler keputusan baik	3,973	Tinggi
2	Menggunakan pembayaran seluler keputusan bijaksana	3,913	Tinggi
3	Suka menggunakan pembayaran seluler	4,148	Tinggi
4	Menggunakan pembayaran seluler adalah ide baik	4,079	Tinggi
Total Sikap Positif		4,028	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Temuan ini menunjukkan bahwa responden secara umum memandang penggunaan pembayaran seluler sebagai pilihan yang baik, bijaksana, dan menyenangkan.

4.3.6 Item dan Konstruk Persepsi Keamanan

Persepsi responden terhadap keamanan pembayaran seluler secara keseluruhan menunjukkan hasil yang cukup positif, dengan rata-rata skor sebesar 3,330. Namun, analisis lebih mendetail menunjukkan bahwa beberapa dimensi spesifik mendapatkan penilaian yang lebih unggul. Aspek perlindungan kata sandi,

mencatatkan skor tertinggi dengan rata-rata 3,470, diikuti oleh persepsi terhadap rendahnya risiko penyalahgunaan yang mencapai nilai 3,401 - keduanya dikategorikan sebagai tinggi. Selain itu, keyakinan akan keamanan pembayaran seluler dari transaksi ilegal juga memperoleh skor yang relatif tinggi, yakni 3,294. Di sisi lain, keyakinan umum terhadap keamanan pembayaran seluler dan perlindungan informasi keuangan serta pribadi, meskipun termasuk dalam kategori cukup tinggi dengan nilai masing-masing 3,138 dan 3,350, masih menunjukkan potensi untuk peningkatan.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden cenderung merasa aman dalam menggunakan pembayaran seluler, terdapat variasi dalam penilaian terhadap aspek-aspek spesifik keamanan, di mana beberapa aspek dinilai lebih baik dibandingkan dengan yang lain dan terdapat peluang untuk meningkatkan persepsi keamanan dalam penggunaan layanan pembayaran seluler.

Tabel 4.21 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Persepsi Keamanan

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Keyakinan pada keamanan pembayaran seluler	3,138	Cukup Tinggi
2	Keyakinan pembayaran seluler aman dari transaksi ilegal	3,294	Tinggi
3	Pembayaran seluler memiliki resiko penyalahgunaan rendah	3,401	Tinggi
4	Pembayaran seluler memberikan perlindungan kata sandi	3,470	Tinggi
5	Pembayaran seluler memberikan perlindungan informasi keuangan dan pribadi	3,350	Cukup Tinggi
Total persepsi keamanan		3,330	Cukup Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

4.3.7 Item dan Konstruk Ketidakpuasan

Hasil survei pada konstruk ketidakpuasan menunjukkan bahwa responden merasa cukup tidak puas dengan penggunaan pembayaran tunai, dengan rata-rata penilaian 2,720 yang masuk dalam kategori cukup tinggi. Beberapa faktor utama yang memicu ketidakpuasan ini termasuk masalah uang kembalian yang tidak sama dan kurangnya penawaran khusus dari penggunaan uang tunai, yang mendapatkan penilaian 2,933 dan 2,957. Namun, beberapa item lain seperti tidak puas pembayaran tunai, tidak senang pembayaran tunai, dan pengalaman buruk pembayaran tunai, mendapat penilaian yang lebih rendah, menunjukkan bahwa ketidakpuasan ini tidak sepenuhnya mendominasi persepsi responden.

Tabel 4 .22 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Ketidakpuasan			
No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Permasalahan uang kembalian yang tidak sama	2,933	Cukup Tinggi
2	Uang tunai tidak memberikan penawaran khusus pada waktu tertentu	2,957	Cukup Tinggi
3	Tidak puas pembayaran tunai	2,643	Cukup Tinggi
4	Tidak senang pembayaran tunai	2,579	Rendah
5	Pengalaman buruk pembayaran tunai	2,487	Rendah
Total Ketidakpuasan		2,720	Cukup Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Secara keseluruhan, meskipun pembayaran tunai masih diterima, ada peluang besar bagi penyedia layanan untuk memperbaiki pengalaman pengguna dan mendorong transisi ke metode pembayaran yang lebih memuaskan dengan menawarkan insentif baru dan peningkatan layanan.

4.3.8 Item dan Konstruk Inersia

Hasil survei tentang konstruk inersia menunjukkan bahwa meskipun

responden cenderung menggunakan pembayaran tunai, tingkat inersia mereka relatif rendah, dengan rata-rata penilaian 2,534. Item seperti saya kesulitan beralih ke layanan pembayaran seluler dan “beralih ke layanan pembayaran seluler membuat saya stress mendapatkan penilaian rendah, masing-masing 2,404 dan 2,207, menunjukkan bahwa kesulitan dan stres bukanlah faktor utama. Namun, beberapa responden menunjukkan inersia tinggi, seperti pada item saya nyaman menggunakan uang tunai dan saya terus menggunakan uang tunai karena kebiasaan, dengan penilaian 2,620 dan 2,623. Item Pembayaran tunai adalah rutinitas saya, meski saya tahu ada cara yang lebih baik mendapatkan penilaian tertinggi, 2,818, menunjukkan kebiasaan yang kuat.

Tabel 4.23 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Inersia

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Saya akan terus menggunakan uang tunai untuk membayar karena saya merasa sulit untuk beralih ke pembayaran seluler	2,404	Rendah
2	Saya akan terus menggunakan uang tunai untuk membayar karena saya nyaman melakukannya	2,620	Cukup Tinggi
3	Saya akan terus menggunakan uang tunai untuk membayar karena itu yang selalu saya lakukan	2,623	Cukup Tinggi
4	Beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran seluler membuat saya stress	2,207	Rendah
5	Pembayaran tunai merupakan rutinitas saya, meskipun saya tahu itu bukan cara terbaik untuk melakukan transaksi	2,818	Cukup Tinggi
Total inersia		2,534	Rendah

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Temuan ini menunjukkan bahwa penyedia layanan perlu mengatasi hambatan psikologis dan kebiasaan untuk mendorong adopsi sistem pembayaran seluler melalui edukasi dan peningkatan pengalaman pengguna.

4.3.9 Item dan Konstruk Niat Berkelanjutan

Data tentang niat berkelanjutan menunjukkan bahwa responden berkomitmen tinggi untuk menggunakan pembayaran seluler. Penilaian tinggi pada item seperti terus menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat (4,024) dan ingin meningkatkan transaksi menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat (4,051) menunjukkan rencana mereka untuk terus dan meningkatkan penggunaan metode pembayaran seluler. Penilaian yang juga tinggi pada item lain, seperti selalu mencoba menggunakan pembayaran seluler dalam pembayaran (4,027) dan meningkatkan penggunaan pembayaran seluler di masa mendatang (3,932), menandakan keyakinan yang kuat dan keinginan yang positif untuk adopsi lebih luas.

Tabel 4.24 Jawaban Responden Pada Item dan Konstruk Niat Berkelanjutan

No	Item dan Konstruk	Rata-rata	Kriteria
1	Terus menggunakan pembayaran seluler di dalam waktu dekat	4,024	Tinggi
2	Meningkatkan penggunaan pembayaran seluler di masa mendatang	3,932	Tinggi
3	Meningkatkan frekuensi penggunaan pembayaran seluler di masa mendatang	3,861	Tinggi
4	Selalu mencoba menggunakan pembayaran seluler dalam pembayaran	4,027	Tinggi
5	Ingin meningkatkan transaksi menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat	4,051	Tinggi
Total Niat Berkelanjutan		3,979	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Total niat berkelanjutan sebesar 3,979 mempertegas dorongan signifikan untuk mengintegrasikan pembayaran seluler dalam rutinitas transaksi harian.

4.4 UJI KECOCOKAN MODEL PER VARIABEL

Penelitian ini melibatkan sembilan konstruk, yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, persepsi keamanan, ketidakpuasan, inersia, sikap positif dan niat berkelanjutan, masing-masing diukur dengan skala Likert dari 1 hingga 5. Untuk memperoleh skor tunggal dari masing-masing konstruk dilakukan analisis uji kecocokan model per konstruk, dan kedua adalah mengukur ketujuh konstruk eksogen tersebut secara bersamaan untuk mendapatkan skor tunggal bagi model penelitian secara keseluruhan. Pengukuran keseluruhan konstruk endogen dengan melakukan uji estimasi model.

Modifikasi model dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan AMOS, melibatkan langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan kesesuaian model ketika model awal tidak memenuhi kriteria (Hair et al., 2014).

Proses modifikasi ini mencakup penyesuaian struktur model dengan menambahkan atau menghapus jalur, menciptakan kovarian antar error terms, atau menghilangkan item yang tidak signifikan secara statistik. Salah satu cara untuk mengidentifikasi area yang memerlukan penyesuaian adalah dengan menggunakan *Modification Indices* (MI), yang menunjukkan pengurangan nilai *Chi-square* jika suatu parameter ditambahkan.

Dalam beberapa kasus, penciptaan kovarian antar *error terms* dapat meningkatkan kecocokan model, tetapi hal ini harus dilakukan dengan hati-hati karena dapat mengindikasikan bahwa item yang bersangkutan mungkin mengukur aspek lain selain konstruk yang dimaksud. Jika beberapa item menunjukkan faktor *loading* yang rendah, residual yang tinggi, atau tidak signifikan secara statistik,

penghapusan item tersebut dapat dipertimbangkan, meskipun harus dilakukan dengan cermat untuk menjaga validitas konstruk.

Setelah modifikasi dilakukan, model harus diuji ulang untuk memastikan ada peningkatan dalam indikator GOF, sehingga model yang dihasilkan tidak hanya lebih baik secara statistik tetapi juga lebih sesuai dengan data empiris dan teori yang mendasarinya. Secara keseluruhan, modifikasi model SEM adalah proses iteratif yang bertujuan untuk menghasilkan model yang lebih akurat dan valid sambil tetap menjaga integritas teoretis (Hair et al., 2014).

4.4.1 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Harapan Kinerja

Modifikasi model harapan kinerja melibatkan penilaian dan penyesuaian terhadap model dengan menggunakan beberapa kriteria kecocokan (GOF). Tabel 4.25 menunjukkan hasil model awal (GOF 1) dengan statistik seperti χ^2 (93,125), nilai p (0,000), CMIN/DF (18,625), RMSEA (0,158), GFI (0,952), TLI (0,911), dan CFI (0,955).

Tabel 4.25 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Harapan Kinerja

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X^2	93,125	e3	<-->	e5	37,04	-0,049	8,707
P	0,000*						0,013*
df	5	e2	<-->	e3	11,34	0,031	2
CMIN/DF	18,625*						4,353
RMSEA	0,158*	e1	<-->	e2	9,057	0,028	0,069
GFI	0,952						0,995
TLI	0,911*						0,983
CFI	0,955						0,997

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Setelah menerapkan beberapa modifikasi pada parameter, seperti e3 <--> e5, e2 <--> e3, dan e1 <--> e2 terjadi perbaikan dalam kecocokan model. Statistik baru menunjukkan penurunan χ^2 menjadi 8,707, nilai p menjadi 0,013, CMIN/DF turun menjadi 4,353, RMSEA menurun menjadi 0,069, GFI meningkat menjadi 0,995, TLI naik menjadi 0,983, dan CFI meningkat menjadi 0,997.

Perubahan ini mencerminkan peningkatan signifikan dalam kecocokan model, dengan nilai yang lebih baik menunjukkan model yang lebih sesuai dengan data.

4.4.2 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Harapan Usaha

Tabel 4.26 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Harapan Usaha

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X^2	48,314	e9	<-->	e10	14,35	0,024	15,818
P	0,000*						0,001
df	5	e6	<-->	e7	13,07	0,036	3
CMIN/DF	9,663*						5,273
RMSEA	0,111*						0,078
GFI	0,973						0,991
TLI	0,963						0,982
CFI	0,981						0,995

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Modifikasi model harapan usaha bertujuan untuk menyempurnakan model agar lebih sesuai dengan data yang ada, melalui penyesuaian berdasarkan beberapa kriteria kecocokan (GOF). Dalam tabel, model awal (GOF 1) menunjukkan statistik seperti χ^2 sebesar 48,314, nilai p 0,000, CMIN/DF 9,663, RMSEA 0,111, GFI 0,973, TLI 0,963, dan CFI 0,981. Setelah melakukan penyesuaian pada parameter

seperti e9 <--> e10 dan e6 <--> e7, hasilnya menunjukkan perbaikan yang signifikan.

Statistik baru mengungkapkan penurunan χ^2 menjadi 15,818, nilai p menjadi 0,001, CMIN/DF turun menjadi 5,273, RMSEA menurun menjadi 0,078, GFI meningkat menjadi 0,991, TLI naik menjadi 0,982, dan CFI mencapai 0,995. Perubahan ini mengindikasikan bahwa model yang telah dimodifikasi kini lebih selaras dengan data, mencerminkan peningkatan kecocokan model.

4.4.3 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Pengaruh Sosial

Tabel 4.27 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Pengaruh Sosial

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X^2	141,037	e14	<-->	e15	57,59	0,184	5,804
P	0,000*						0,055
df	5	e12	<-->	e13	20,36	0,114	2
CMIN/DF	28,207*						2,902
RMSEA	0,197*	e11	<-->	e12	35,02	0,145	0,052
GFI	0,924						0,997
TLI	0,756*						0,983
CFI	0,878*						0,997

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Modifikasi model pengaruh sosial bertujuan untuk meningkatkan kesesuaian model dengan data, dengan menggunakan berbagai kriteria kecocokan (GOF). Tabel ini menunjukkan hasil model awal (GOF 1) dengan statistik seperti χ^2 sebesar 141,037, nilai p 0,000, CMIN/DF 28,207, RMSEA 0,197, GFI 0,924, TLI 0,756, dan CFI 0,878. Setelah melakukan beberapa penyesuaian pada parameter, termasuk perubahan antara e14 <--> e15, e12 <--> e13 dan e11 <--> e12, terjadi perbaikan

yang signifikan. Statistik baru menunjukkan penurunan χ^2 menjadi 5,804, nilai p menjadi 0,055, CMIN/DF turun menjadi 2,902, RMSEA menurun menjadi 0,052, GFI meningkat menjadi 0,997, TLI naik menjadi 0,983, dan CFI naik menjadi 0,997. Modifikasi ini jelas memperbaiki kecocokan model, menunjukkan bahwa model yang telah disesuaikan lebih sesuai dengan data.

4.4.4 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Kondisi Memfasilitasi

Tabel 4.28 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Kondisi Memfasilitasi

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
χ^2	102,739	e19	<-->	e20	60,31	0,058	4,162
P	0,000*						0,244
df	4	e16	<-->	e18	38,53	0,08	3
CMIN/DF	20,548*						1,387
RMSEA	0,167*						0,023
GFI	0,939						0,998
TLI	0,873*						0,997
CFI	0,937*						0,999

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Modifikasi model kondisi memfasilitasi bertujuan untuk meningkatkan kecocokan model dengan data, menggunakan beberapa kriteria kecocokan (GOF). Tabel ini menunjukkan hasil model awal (GOF 1) dengan statistik seperti χ^2 sebesar 102,739, nilai p 0,000, CMIN/DF 20,548, RMSEA 0,167, GFI 0,939, TLI 0,873, dan CFI 0,937. Setelah menerapkan modifikasi pada parameter, seperti perubahan antara e19 <--> e20 dan e16 <--> e18, hasilnya menunjukkan perbaikan yang signifikan. Statistik baru mengungkapkan penurunan χ^2 menjadi 4,162, nilai p meningkat menjadi 0,244, CMIN/DF turun menjadi 1,387, RMSEA menurun

menjadi 0,023, GFI meningkat menjadi 0,998, TLI naik menjadi 0,997, dan CFI mencapai 0,999. Perubahan ini menunjukkan bahwa model yang telah dimodifikasi lebih sesuai dengan data, dengan peningkatan kecocokan yang jelas.

4.4.5 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Sikap Positif

Tabel 4.29 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Sikap Positif

Kriteria	GOF 1	Treatment		M.I.	Par Change	GOF 2
X²	101,655	e28	<-->	e29	66,36	2,404
P	0,000*					0,121
df	5					1
CMIN/DF	50,827*					2,404
RMSEA	0,266*					0,045
GFI	0,927					0,998
TLI	0,832*					0,995
CFI	0,944*					0,999

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Modifikasi model sikap positif dilakukan untuk meningkatkan kesesuaian model dengan data, menggunakan berbagai kriteria kecocokan (GOF). Tabel ini menunjukkan hasil model awal (GOF 1) dengan statistik seperti χ^2 sebesar 101,655, nilai p 0,000, CMIN/DF 50,827, RMSEA 0,266, GFI 0,927, TLI 0,832, dan CFI 0,944. Setelah penyesuaian pada parameter, terutama perubahan antara e28 <--> e29, terjadi perbaikan signifikan. Statistik baru menunjukkan penurunan χ^2 menjadi 2,404, nilai p naik menjadi 0,121, CMIN/DF menurun menjadi 2,404, RMSEA berkurang menjadi 0,045, GFI meningkat menjadi 0,998, TLI naik menjadi 0,995, dan CFI naik menjadi 0,999. Perubahan ini menunjukkan bahwa model yang

dimodifikasi lebih sesuai dengan data, mencerminkan peningkatan kecocokan yang signifikan.

4.4.6 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Ketidakpuasan

Tabel 4.30 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Ketidakpuasan

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X²	91,583	e33	<-->	e34	40,45	0,122	10,781
P	0,000*	e31	<-->	e34	21,38	-0,073	0,005
df	5	e30	<-->	e34	11,99	0,062	2
CMIN/DF	18,317*						5,391*
RMSEA	0,157*						0,079
GFI	0,957						0,994
TLI	0,924*						0,981
CFI	0,962*						0,996

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Modifikasi model variabel ketidakpuasan bertujuan untuk meningkatkan kesesuaian model dengan data melalui berbagai kriteria kecocokan (GOF). Tabel ini menampilkan hasil dari model awal (GOF 1) dengan statistik seperti χ^2 sebesar 91,583, nilai p 0,000, CMIN/DF 18,317, RMSEA 0,157, GFI 0,957, TLI 0,924, dan CFI 0,862. Setelah melakukan beberapa penyesuaian pada parameter, termasuk perubahan antara e33 <--> e34, e31 <--> e34, dan e30 <--> e34, terdapat perbaikan yang signifikan. Statistik baru menunjukkan penurunan χ^2 menjadi 10,781, nilai p meningkat menjadi 0,005, CMIN/DF menurun menjadi 5,391, RMSEA berkurang menjadi 0,079, GFI sedikit menurun menjadi 0,956, TLI naik menjadi 0,981, dan CFI meningkat menjadi 0,996. Perubahan ini menandakan bahwa model yang telah dimodifikasi kini lebih cocok dengan data, mencerminkan peningkatan kecocokan

yang signifikan.

4.4.7 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Inersia

Tabel 4.31 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Inersia

Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X²	121,426	e40	<-->	e43	109,4	0,143	2,714
P	0,000*						0,607
df	5						4
CMIN/DF	24,285*						0,678
RMSEA	0,182*						0,000
GFI	0,934						0,998
TLI	0,918*						1,001
CFI	0,959						1,000

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Untuk memperbaiki kecocokan model variabel inersia dengan data, dilakukan modifikasi dengan memperhatikan berbagai kriteria kecocokan (GOF). Hasil dari model awal (GOF 1) menunjukkan statistik seperti χ^2 sebesar 121,426, nilai p 0,000, CMIN/DF 24,285, RMSEA 0,182, GFI 0,934, TLI 0,918, dan CFI 0,959. Setelah menerapkan modifikasi pada parameter, khususnya pada perubahan antara e40 <--> e43, terjadi perbaikan yang signifikan. Data terbaru menunjukkan penurunan χ^2 menjadi 2,714, nilai p meningkat menjadi 0,607, CMIN/DF turun menjadi 0,678, RMSEA menurun menjadi 0,000, GFI meningkat menjadi 0,998, TLI naik menjadi 1,001, dan CFI mencapai 1,000. Perubahan ini menunjukkan bahwa model yang telah dimodifikasi lebih cocok dengan data, mencerminkan peningkatan kecocokan yang substansial.

4.4.8 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Niat Berkelanjutan

Tabel 4.32 Kecocokan Model dan Modifikasi Variabel Niat Berkelanjutan

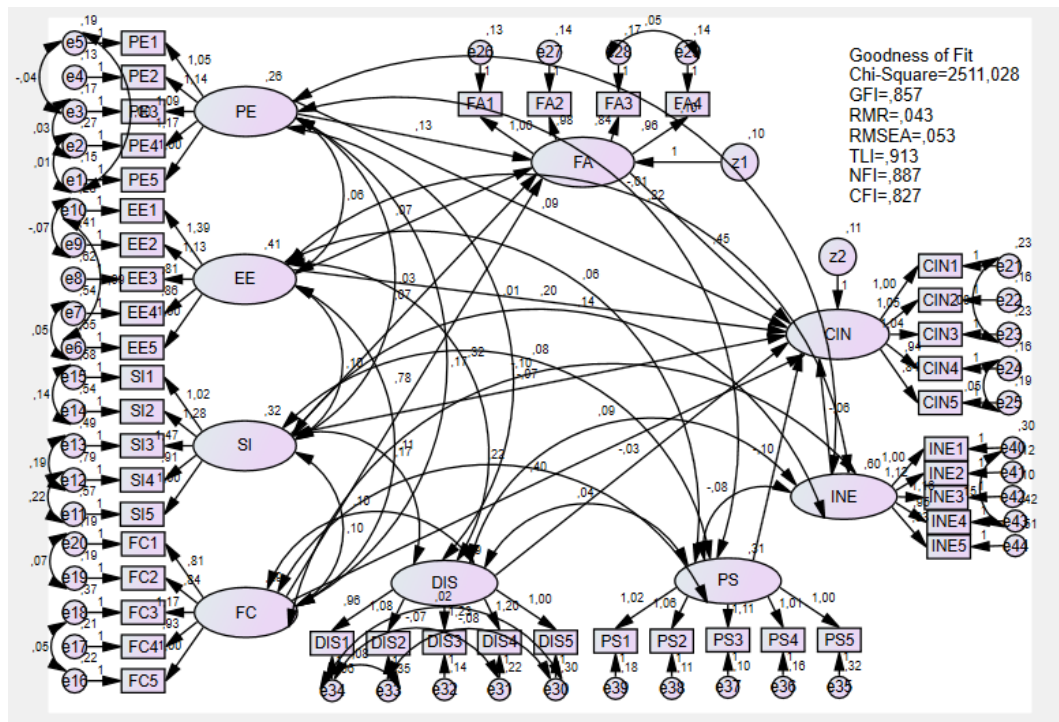
Kriteria	GOF 1	Treatment			M.I.	Par Change	GOF 2
X ²	83,548	e24	<-->	e25	59,47	0,057	7,312
P	0,000*						0,12
df	5						4
CMIN/DF	16,710*						1,828
RMSEA	0,149*						0,034
GFI	0,951						0,996
TLI	0,926*						0,996
CFI	0,963						0,998

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Untuk meningkatkan kecocokan model variabel niat berkelanjutan, penyesuaian dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai kriteria kecocokan (GOF). Statistik dari model awal (GOF 1) menunjukkan nilai χ^2 sebesar 83,548, nilai p 0,000, CMIN/DF 16,000, RMSEA 0,149, GFI 0,951, TLI 0,926, dan CFI 0,963. Setelah modifikasi, terutama perubahan antara e24 <--> e25, perbaikan signifikan tercapai. Model yang telah dimodifikasi menunjukkan nilai χ^2 turun menjadi 7,312, nilai p meningkat menjadi 0,12, CMIN/DF menurun menjadi 1,828, RMSEA berkurang menjadi 0,034, GFI meningkat menjadi 0,996, TLI naik menjadi 0,996, dan CFI mencapai 0,998. Hasil ini mengindikasikan bahwa model yang telah disesuaikan kini lebih baik mencerminkan data, menunjukkan peningkatan kecocokan yang substansial.

4.5 UJI STRUKTURAL 1

Ada berbagai teknik estimasi parameter yang dapat disesuaikan dengan distribusi data. Dalam penelitian ini, digunakan teknik estimasi parameter *Maximum Likelihood* (ML), yang memerlukan data yang mengikuti distribusi multinormal. Namun, jika asumsi kemultinormalan data tidak dapat dipenuhi, hasil yang diperoleh dengan ML masih dapat dianggap cukup valid asalkan jumlah sampel minimum adalah 200. Selain itu, jika terdapat lebih dari tiga variabel indikator yang digunakan, validitas hasil ML juga dipertimbangkan.



Gambar 4.1 Uji Struktural 1

4.5.1 Normalitas Data

Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis data, yaitu data harus berdistribusi normal untuk kasus univariat dan berdistribusi normal secara multivariat.

Dalam SEM AMOS, normalitas data diuji menggunakan *Critical Ratio* (CR) untuk skewness dan kurtosis. Berdasarkan Ghazali (2014), data dianggap normal jika nilai *CR skewness* dan *CR kurtosis* berada dalam rentang $\pm 2,58$, yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,01 (1%). Jika nilai *CR skewness* atau *CR kurtosis* berada di luar rentang ini, data dianggap mengalami penyimpangan signifikan dari distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai *CR skewness* dan *CR kurtosis* berada dalam batas tersebut, data dianggap mengikuti distribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas multivariat yang diperlukan untuk teknik SEM.

Tabel 4.33 Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
INE5	1,00	5,00	0,107	1,165	-0,566	-3,07
INE4	1,00	5,00	0,823	8,917	0,4	2,169
INE3	1,00	5,00	0,418	4,534	-0,111	-0,604
INE2	1,00	5,00	0,376	4,076	-0,062	-0,336
INE1	1,00	5,00	0,668	7,242	0,238	1,289
PS1	1,00	5,00	-0,93	-10,076	1,956	10,601
PS2	1,00	5,00	-0,959	-10,394	2,34	12,682
PS3	1,00	5,00	-0,993	-10,763	2,468	13,379
PS4	1,00	5,00	-0,895	-9,703	2,024	10,969
PS5	1,00	5,00	-0,864	-9,364	1,23	6,666
DIS1	1,00	5,00	0,059	0,637	-0,585	-3,173
DIS2	1,00	5,00	0,162	1,753	-0,339	-1,838
DIS3	1,00	5,00	0,399	4,327	-0,047	-0,253
DIS4	1,00	5,00	0,448	4,856	-0,098	-0,532
DIS5	1,00	5,00	0,633	6,863	0,41	2,223
FA4	1,00	5,00	-0,426	-4,622	0,619	3,356
FA3	1,00	5,00	-0,433	-4,695	0,767	4,156
FA2	1,00	5,00	-0,186	-2,012	0,019	0,102
FA1	1,00	5,00	-0,408	-4,42	0,475	2,572

CIN5	1,00	5,00	-0,481	-5,215	0,928	5,031
CIN4	1,00	5,00	-0,394	-4,27	0,467	2,532
CIN3	1,00	5,00	-0,317	-3,44	-0,058	-0,315
CIN2	1,00	5,00	-0,348	-3,772	0,15	0,816
CIN1	1,00	5,00	-0,518	-5,618	0,055	0,299
FC1	2,00	5,00	-0,281	-3,042	-0,262	-1,418
FC2	2,00	5,00	-0,336	-3,645	0,246	1,332
FC3	1,00	5,00	-0,536	-5,806	0,09	0,485
FC4	1,00	5,00	-0,481	-5,213	0,827	4,484
FC5	1,00	5,00	-0,487	-5,274	0,575	3,116
SI1	1,00	5,00	-0,276	-2,988	-0,306	-1,661
SI2	1,00	5,00	-0,269	-2,92	-0,716	-3,883
SI3	1,00	5,00	0,438	4,744	-0,509	-2,756
SI4	1,00	5,00	-0,409	-4,433	-0,458	-2,48
SI5	1,00	5,00	-0,472	-5,113	-0,176	-0,955
EE1	1,00	5,00	-0,043	-0,461	-0,753	-4,082
EE2	1,00	5,00	-0,224	-2,427	-0,435	-2,359
EE3	1,00	5,00	-0,519	-5,626	-0,111	-0,6
EE4	1,00	5,00	-0,345	-3,742	-0,201	-1,091
EE5	1,00	5,00	-0,237	-2,567	-0,557	-3,017
PE1	1,00	5,00	-1,689	-18,307	5,023	27,222
PE2	1,00	5,00	-1,199	-12,998	2,602	14,101
PE3	1,00	5,00	-1,268	-13,749	2,567	13,912
PE4	1,00	5,00	-1,058	-11,465	1,332	7,218
PE5	1,00	5,00	-1,315	-14,254	3,517	19,064
Multivariate					609,862	127,255

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Dengan ambang signifikansi $|\text{critical ratio}| \geq 2,58$ hasil uji normalitas menunjukkan bahwa mayoritas item pada setiap konstruk tidak mengikuti sebaran normal. Penyimpangan paling menonjol terlihat pada PE1–PE5, dengan

kemencengan negatif $-1,058$ hingga $-1,689$ dan *critical ratio* $-11,465$ hingga $-18,307$, serta kurtosis positif $1,332$ hingga $5,023$ dengan *critical ratio* $7,218$ hingga $27,222$, pola yang konsisten dengan penumpukan respons di ujung tinggi skala (*ceiling effect*). Kelompok PS1–PS5 juga menyimpang kuat, ditandai kemencengan negatif $-0,864$ hingga $-0,993$ dengan *critical ratio* $-9,364$ hingga $-10,763$, serta kurtosis $1,230$ hingga $2,468$ dengan *critical ratio* $6,666$ hingga $13,379$.

Pada konstruk INE tampak kecenderungan miring ke kanan, skew $0,107$ hingga $0,823$ dengan *critical ratio* $1,165$ hingga $8,917$, sedangkan kurtosis relatif kecil, $-0,566$ hingga $0,400$ dengan *critical ratio* $-3,070$ hingga $2,169$. Konstruk DIS menunjukkan penyimpangan ringan sampai sedang, skew $0,059$ hingga $0,633$ dengan *critical ratio* $0,637$ hingga $6,863$, serta kurtosis $-0,585$ hingga $0,410$ dengan *critical ratio* $-3,173$ hingga $2,223$. Pada ambang $2,58$ hanya DIS2 yang memenuhi normalitas univariat sepenuhnya, *critical ratio* skew $1,753$ dan *critical ratio* kurtosis $-1,838$ masih berada dalam batas aman.

Konstruk FA cenderung miring ke kiri, skew $-0,186$ hingga $-0,433$ dengan *critical ratio* $-2,012$ hingga $-4,695$, serta kurtosis $0,019$ hingga $0,767$ dengan *critical ratio* $0,102$ hingga $4,156$; FA2 termasuk yang lolos normalitas univariat karena kedua *critical ratio* berada di bawah $2,58$. Konstruk CIN didominasi kemencengan negatif, skew $-0,317$ hingga $-0,518$ dengan *critical ratio* $-3,440$ hingga $-5,618$, serta kurtosis $-0,058$ hingga $0,928$ dengan *critical ratio* $-0,315$ hingga $5,031$; CIN5 memiliki kurtosis tertinggi $0,928$ dengan *critical ratio* $5,031$. Pada konstruk FC kemencengan negatif muncul konsisten, skew $-0,281$ hingga

-0,536 dengan *critical ratio* -3,042 hingga -5,806, dan kurtosis -0,262 hingga 0,827 dengan *critical ratio* -1,418 hingga 4,484; FC4 paling menonjol pada kurtosis 0,827 dengan *critical ratio* 4,484.

Konstruk SI umumnya miring ke kiri, kecuali SI3 yang miring ke kanan dengan skew 0,438 dan *critical ratio* 4,744; seluruh kurtosis item SI bernilai negatif, -0,716 hingga -0,176 dengan *critical ratio* -3,883 hingga -0,955, sehingga sebaran cenderung lebih datar. Konstruk EE relatif moderat, skew -0,519 hingga -0,043 dengan *critical ratio* -5,626 hingga -0,461, dan kurtosis -0,753 hingga -0,201 dengan *critical ratio* -4,082 hingga -1,091; pada ambang 2,58 EE2 memenuhi normalitas univariat karena kedua *critical ratio* berada di bawah batas. Pada tingkat gabungan indikator, normalitas multivariat tetap tidak terpenuhi, kurtosis multivariat 609,862 dengan *critical ratio* 127,255 jauh melampaui ambang signifikansi, sehingga secara keseluruhan data tidak normal baik di tingkat item pada banyak konstruk maupun secara multivariat, meskipun beberapa item seperti DIS2, FA2, dan EE2 masih memenuhi kriteria univariat.

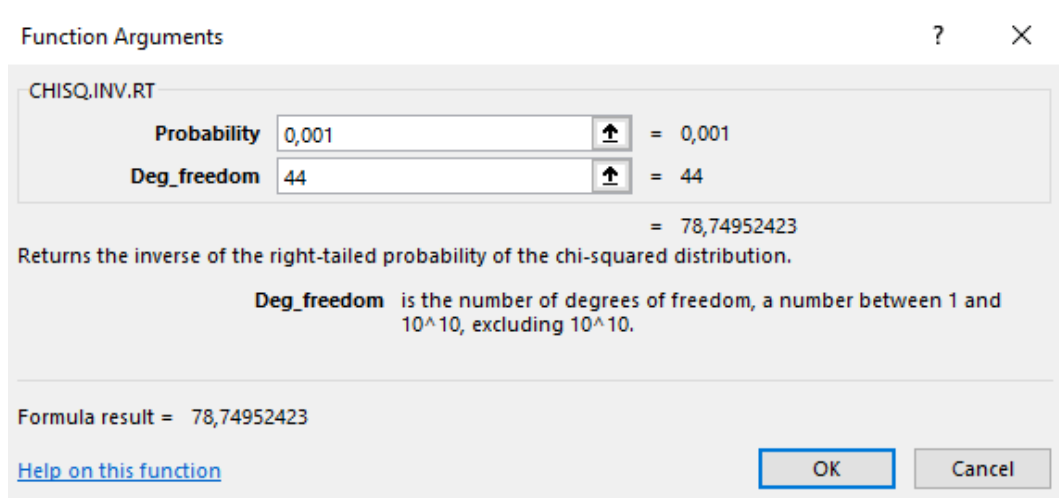
Penanganan ketidaknormalan data dapat dilakukan dengan penghapusan kasus. Langkahnya, deteksi *outlier* multivariat menggunakan *Mahalanobis D*² dengan ambang $p < 0,05$, telusuri kembali setiap kasus untuk memeriksa kemungkinan kesalahan input atau pola respons tidak wajar seperti *straightlining* atau jawaban tidak serius, keluarkan hanya kasus yang jelas salah atau tidak valid, kemudian jalankan analisis sensitivitas dengan membandingkan hasil model sebelum dan sesudah pengeluaran kasus tersebut agar kesimpulan tetap stabil dan tepercaya.

Penghapusan item dengan *loading* faktor rendah, dapat dipertimbangkan secara selektif apabila ada alasan psikometrik dan substantif yang kuat. Umumnya, *loading* terstandar di bawah 0,40 cenderung dihapus, rentang 0,40–0,50 bersifat *borderline*, sedangkan di atas 0,50 layak dipertahankan jika signifikan. Dampak penghapusan perlu dievaluasi terhadap *Composite Reliability* dengan target $\geq 0,70$ dan *Average Variance Extracted* dengan target mendekati atau $\geq 0,50$, sambil menjaga cakupan konten konstruk. Disarankan menghindari hilangnya aspek penting dari makna konstruk, serta melaporkan perubahan indeks kecocokan dan indikator kualitas konstruk sebelum dan sesudah penghapusan.

4.5.2 Outlier Data

Outliers adalah data yang menunjukkan karakteristik yang sangat berbeda dari pola umum data lainnya, sering kali terlihat sebagai nilai ekstrem, baik dalam variabel tunggal maupun dalam kombinasi variabel. Meskipun keberadaan outliers tidak selalu menandakan masalah serius, mereka tetap memerlukan perhatian khusus dalam analisis untuk memastikan hasil yang akurat. Salah satu cara efektif untuk mendeteksi outliers dalam konteks multivariat adalah dengan menggunakan metode nilai *Mahalanobis distance*, yang membantu mengidentifikasi titik-titik data yang menyimpang dari pola distribusi normal (Hair et al., 2014).

Uji estimasi pada SEM AMOS dioperasionalkan 44 indikator, dan untuk menentukan batas nilai *Mahalanobis distance*, digunakan nilai CHISQ.INV.RT. Hasil dari uji ini menunjukkan nilai batas *Mahalanobis distance* yang perlu diperhatikan.



Gambar 4.2 Batas Nilai *Mahalanobis Distance*

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Batas nilai *Mahalanobis distance* ditetapkan pada 78,7495, jika nilai *Mahalanobis distance* melebihi batas ini, data tersebut dianggap sebagai outlier.

Tabel 4.34 Hasil Uji Outlier

No	Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
1	219	184,367	0	0
2	618	183,763	0	0
3	297	177,014	0	0
4	417	172,464	0	0
5	356	155,032	0	0
6	163	150,521	0	0
7	105	148,877	0	0
8	320	148,312	0	0
9	312	138,656	0	0
10	29	136,268	0	0
...	...	...	...	...
99	143	66,428	0,016	0
100	199	66,403	0,016	0

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Hasil uji outlier dapat diidentifikasi 100 kasus outlier karena nilai *mahalanobis distance* di atas 78,7495 dan probabilitas dibawah 0,05. Untuk mengatasi permasalahan outlier maka data *outlier* dikeluarkan.

4.5.3 Loading Factor

Loading factor adalah koefisien yang menunjukkan seberapa kuat setiap indikator (item) mencerminkan konstruk laten yang diukurnya. Nilai *loading factor* pada indikator-indikator ini umumnya tinggi ($\pm 0,55-0,94$), yang menunjukkan bahwa sebagian besar item mampu merepresentasikan konstruk laten dengan baik. Konstruk PE, FC, CIN, FA, DIS, PS, dan INE terlihat kuat karena mayoritas loading-nya berada di atas 0,70, misalnya INE2–INE3 (0,927–0,941) dan DIS3 (0,916). Pada konstruk EE dan SI masih ada beberapa item dengan loading menengah seperti EE3 (0,551), EE4 (0,594), SI5 (0,599), dan SI1 (0,604), yang berarti kontribusinya terhadap konstruk relatif lebih kecil dibanding item lain. Item yang paling perlu dicermati adalah SI4 = 0,500 karena berada pada batas minimum, sehingga layak dipertimbangkan untuk evaluasi lebih lanjut (misalnya melihat CR/AVE atau alasan teoritis) sebelum dipertahankan. Konsekuensinya, jika loading terlalu rendah maka validitas konvergen dan reliabilitas konstruk bisa menurun, sehingga item tersebut sering perlu direvisi atau dieliminasi agar model pengukuran lebih kuat.

Untuk menyederhanakan model sekaligus mengurangi dampak ketidaknormalan, item dengan *loading factor* rendah dapat dipertimbangkan untuk dihapus secara selektif setelah upaya penanganan *robust* dicoba terlebih dahulu. Berdasarkan tabel loading, mayoritas indikator sudah kuat ($\geq 0,70$), tetapi ada

beberapa yang berada pada zona abu abu dan berpotensi menurunkan kualitas pengukuran, terutama pada konstruk SI dan EE. Item dengan nilai terendah adalah SI4 = 0,500, diikuti SI5 = 0,599 dan SI1 = 0,604. Pada konstruk EE, nilai relatif rendah terlihat pada EE3 = 0,551 dan EE4 = 0,594 dibandingkan EE1 = 0,858 dan EE2 = 0,749.

Tabel 4.35. Loading Faktor Terstandar

			Estimate
PE5	<---	PE	0,789
PE4	<---	PE	0,751
PE3	<---	PE	0,800
PE2	<---	PE	0,846
PE1	<---	PE	0,775
EE5	<---	EE	0,653
EE4	<---	EE	0,594
EE3	<---	EE	0,551
EE2	<---	EE	0,749
EE1	<---	EE	0,858
SI5	<---	SI	0,599
SI4	<---	SI	0,500
SI3	<---	SI	0,763
SI2	<---	SI	0,699
SI1	<---	SI	0,604
FC5	<---	FC	0,753
FC4	<---	FC	0,742
FC3	<---	FC	0,719
FC2	<---	FC	0,720
FC1	<---	FC	0,710
CIN1	<---	CIN	0,781
CIN2	<---	CIN	0,843
CIN3	<---	CIN	0,797
CIN4	<---	CIN	0,819
CIN5	<---	CIN	0,754
FA1	<---	FA	0,853
FA2	<---	FA	0,841
FA3	<---	FA	0,772
FA4	<---	FA	0,829
DIS5	<---	DIS	0,790

DIS4	<---	DIS	0,871
DIS3	<---	DIS	0,916
DIS2	<---	DIS	0,787
DIS1	<---	DIS	0,666
PS5	<---	PS	0,703
PS4	<---	PS	0,815
PS3	<---	PS	0,890
PS2	<---	PS	0,872
PS1	<---	PS	0,802
INE1	<---	INE	0,815
INE2	<---	INE	0,927
INE3	<---	INE	0,941
INE4	<---	INE	0,753
INE5	<---	INE	0,713

Menghapus satu atau dua item dengan loading paling rendah pada masing masing konstruk berpeluang meningkatkan AVE menuju $\geq 0,50$ dan meningkatkan CR, dengan syarat jumlah indikator per konstruk tetap minimal tiga. Contohnya, SI masih memiliki SI2 = 0,699 dan SI3 = 0,763, sedangkan EE tetap memiliki EE1, EE2, dan EE5 = 0,653. Keputusan akhir perlu mempertimbangkan gabungan bukti, yaitu signifikansi loading, residual standar dan modification indices, serta dampaknya terhadap CR dan AVE, sambil menjaga makna dan cakupan isi konstruk.

4.5.4 Persamaan Struktural (Standardized Estimates)

Pemetaan Variabel

η_1 = Sikap Positif

η_2 = Niat Berkelanjutan

ξ_1 = Harapan Kinerja

ξ_2 = Harapan Usaha

ξ_3 = Pengaruh Sosial

ξ_4 = Kondisi Memfasilitasi

ξ_5 = Ketidakpuasan pada Uang Tunai

ξ_6 = Persepsi Keamanan Sistem Pembayaran Seluler

ξ_7 = Inersia pada Uang Tunai

ζ_1 dan ζ_2 = error/disturbance term

1) Persamaan Sikap Positif (η_1 = Sikap Positif)

Bentuk umum:

$$\eta_1 = \gamma_{11} \cdot \xi_1 + \gamma_{12} \cdot \xi_2 + \gamma_{13} \cdot \xi_3 + \gamma_{14} \cdot \xi_4 + \zeta_1$$

Substitusi koefisien (standardized):

- $\gamma_{11} = 0,110$
- $\gamma_{12} = 0,077$
- $\gamma_{13} = 0,065$
- $\gamma_{14} = 0,714$

Sehingga:

$$\text{Sikap Positif} = 0,110 \cdot \text{PE} + 0,077 \cdot \text{EE} + 0,065 \cdot \text{SI} + 0,714 \cdot \text{FC} + \zeta_1$$

2) Persamaan Niat Berkelanjutan (η_2 = Niat Berkelanjutan)

Bentuk umum:

$$\eta_2 = \beta_{2.1} \cdot \eta_1 + \gamma_{21} \cdot \xi_1 + \gamma_{22} \cdot \xi_2 + \gamma_{23} \cdot \xi_3 + \gamma_{24} \cdot \xi_4 + \gamma_{25} \cdot \xi_5 + \gamma_{26} \cdot \xi_6 + \gamma_{27} \cdot \xi_7 + \zeta_2$$

Substitusi koefisien (standardized):

- $\beta_{2.1} = 0,442$
- $\gamma_{21} = 0,072$
- $\gamma_{22} = 0,212$

- $\gamma_{23} = -0,064$
- $\gamma_{24} = 0,360$
- $\gamma_{25} = -0,039$
- $\gamma_{26} = -0,090$
- $\gamma_{27} = -0,078$

Sehingga:

$$\text{Niat Berkelanjutan} = 0,442 \cdot \text{FA} + 0,072 \cdot \text{PE} + 0,212 \cdot \text{EE} - 0,064 \cdot \text{SI} + 0,360 \cdot \text{FC} - 0,039 \cdot \text{DIS} - 0,090 \cdot \text{PS} - 0,078 \cdot \text{INE} + \zeta_2$$

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas dalam SEM AMOS adalah proses untuk memastikan bahwa model yang dihipotesiskan benar-benar mengukur konstruk atau variabel laten yang dimaksud dengan tepat (Kline, 2016). Uji data pada penelitian ini menggunakan validitas konvergen dan diskriminan.

1) Validitas Konvergen:

Average Variance Extracted (AVE): Mengukur seberapa banyak varians yang dijelaskan oleh konstruk relatif terhadap varians yang tidak dijelaskan. Semakin tinggi nilai AVE (idealnya > 0.5), semakin baik konstruk menjelaskan varians indikatornya (Hair et al., 2014).

2) Validitas Diskriminan:

a) *Fornell-Larcker Criterion*: Menggunakan AVE dari setiap konstruk dan membandingkannya dengan kuadrat korelasi antar konstruk.

Validitas diskriminan terjaga jika AVE dari setiap konstruk lebih besar dari kuadrat korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lain (Fornell & Larcker, 1981).

- b) *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT): Metode alternatif yang mengukur rasio antara rata-rata varians yang dibagi (HTMT) dan rata-rata varians yang tidak dibagi. HTMT harus kurang dari 0.85 atau 0,9 untuk validitas diskriminan yang baik (Henseler et al., 2015).
- c) *Maximum Shared Variance* (MSV): Adalah ukuran untuk menilai validitas diskriminan yang menunjukkan nilai maksimum dari variansi yang dibagi antara dua konstruk dalam model SEM. Validitas diskriminan dianggap memadai jika *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk lebih besar daripada nilai MSV antara konstruk tersebut dengan konstruk lain (Almén et al., 2018).

4.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana indikator atau item yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Hair et al., 2014)

- a. *Composite Reliability* (CR) adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal konstruk. Ukuran ini memperhitungkan beban faktor dari item-item serta variansi *error* yang ada. Nilai CR yang dianggap memadai adalah di atas 0.70, menunjukkan bahwa konstruk memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.
- b. *MaxR(H)*, atau *Maximum Reliability* (H), digunakan untuk menilai reliabilitas

maksimum dari sebuah konstruk. MaxR(H) mengukur seberapa baik indikator yang diukur untuk suatu konstruk berkorelasi satu sama lain dan sejauh mana indikator tersebut konsisten dalam mengukur konstruk yang sama. Nilai MaxR(H) yang lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik, artinya indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk tersebut secara konsisten mencerminkan konstruk yang sama. Umumnya, nilai MaxR(H) yang lebih besar dari 0.70 dianggap memadai (Raykov et al., 2016).

4.6.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan variasi dalam tingkat eksplorasi varians yang dijelaskan oleh masing-masing konstruk dalam model. Konstruk dengan nilai AVE tertinggi adalah inersia/INE (0,750) dan sikap positif/FA (0,700), menunjukkan bahwa keduanya memiliki proporsi varians yang cukup tinggi dari indikator yang dapat dijelaskan, yang mengindikasikan kualitas konstruksi yang baik. Konstruk ketidakpuasan/DIS (0,743) dan harapan usaha/EE (0,745) juga menunjukkan nilai AVE yang tinggi, mengindikasikan bahwa keduanya memiliki pengukuran yang solid dalam model. Sebaliknya, konstruk pengaruh sosial/SI (0,479) dan persepsi keamanan/PS (0,489) memiliki nilai AVE yang lebih rendah, menunjukkan bahwa varians yang dijelaskan oleh indikator untuk konstruk tersebut kurang optimal. Walaupun *Average Variance Extracted* (AVE) dari suatu konstruk berada di bawah 0,50, validitas konvergen dari konstruk tersebut masih dapat dianggap memadai jika *Composite Reliability* (CR) melebihi 0,60 (Fornell & Larcker, 1981).

Tabel 4.36 Hasil Uji AVE, MSV, CR, MaxR(H)

	AVE	MSV	CR	MaxR(H)
PE	0,575	0,638	0,801	0,825
EE	0,745	0,638	0,897	0,906
SI	0,479	0,152	0,732	0,742
FC	0,563	0,668	0,795	0,795
CIN	0,653	0,669	0,849	0,863
FA	0,700	0,669	0,875	0,884
DIS	0,743	0,407	0,896	0,919
PS	0,489	0,407	0,741	0,744
INE	0,750	0,059	0,898	0,939

Keterangan: PE = Harapan Kinerja, EE = Harapan Usaha, SE = Pengaruh Sosial, FC = Kondisi Memfasilitasi, CIN = Niat Berkelanjutan, FA = Sikap Positif, DIS = Ketidakpuasan, PS = Persepsi Keamanan, INE = Inersia

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Dalam analisis validitas diskriminan, nilai MSV (*Maximum Shared Variance*) harus lebih rendah daripada AVE (*Average Variance Extracted*) untuk memastikan perbedaan yang jelas antara setiap konstruk dalam model. Dari data yang dianalisis, pengaruh sosial (SI) dan inersia (INE) memenuhi kriteria ini dengan MSV yang jauh lebih rendah dibandingkan AVE. MSV untuk pengaruh sosial (SI) adalah 0.152 sedangkan AVE-nya 0.479, dan MSV untuk inersia adalah 0.059 dengan AVE 0.750. Sebaliknya, harapan kinerja (PE), kondisi memfasilitasi (FC), dan niat berkelanjutan (CIN) tidak memenuhi kriteria ini karena MSV mereka lebih tinggi dari AVE. Sebagai contoh, harapan kinerja memiliki MSV sebesar 0.638 sementara AVE-nya hanya 0.575, dan kondisi memfasilitasi memiliki MSV 0.668 dengan AVE 0.563. Hal ini menunjukkan kemungkinan adanya tumpang tindih antara konstruk-konstruk tersebut dalam model. Namun, harapan usaha (EE), sikap positif (FA), ketidakpuasan (DIS), dan persepsi keamanan (PS) menunjukkan nilai MSV yang lebih rendah dibandingkan AVE mereka, yang menunjukkan pemisahan yang

baik antara konstruk dalam model, seperti AVE untuk harapan usaha yang adalah 0.745 dengan MSV 0.638 dan AVE untuk ketidakpuasan yang 0.743 dengan MSV 0.407.

Kesimpulannya, terdapat beberapa konstruk yang menunjukkan tumpang tindih variansi dengan konstruk lain sehingga perlu meninjau pengukuran validitas lainnya (Almén et al., 2018).

Tabel 4.37 Hasil Uji Fornel Larker Ratio

	PE	EE	SI	FC	CIN	FA	DIS	PS	INE
PE	0,758								
EE	0,799	0,863							
SI	0,137	0,188	0,692						
FC	0,599	0,655	0,286	0,751					
CIN	0,547	0,526	0,171	0,771	0,808				
FA	0,599	0,562	0,283	0,818	0,818	0,837			
DIS	0,031	0,112	0,390	0,290	0,232	0,215	0,862		
PS	0,158	0,144	0,357	0,319	0,421	0,327	0,638	0,699	
INE	-0,216	-0,160	0,233	-0,166	-0,244	-0,219	0,083	-0,066	0,866

Keterangan: PE = Harapan Kinerja, EE = Harapan Usaha, SE = Pengaruh Sosial, FC = Kondisi Memfasilitasi, CIN = Niat Berkelanjutan, FA = Sikap Positif, DIS = Ketidakpuasan, PS = Persepsi Keamanan, INE = Inersia

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Analisis kriteria *Fornell-Larcker Ratio* menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang memadai, dengan nilai-nilai yang diukur terhadap akar kuadrat AVE (*Average Variance Extracted*) masing-masing konstruk (Fornell & Larcker, 1981) . Dalam tabel tersebut, nilai diagonal (akar kuadrat AVE) menunjukkan bahwa harapan kinerja (PE) memiliki nilai 0.758, yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai-nilai non-diagonal di kolom yang sama, mengindikasikan bahwa harapan kinerja (PE) memiliki validitas diskriminan yang baik. Demikian juga, harapan usaha (EE) dengan nilai 0.863, dan inersia (INE)

dengan nilai 0.866, menunjukkan pemisahan yang jelas dari konstruk lainnya, memperkuat validitas diskriminan mereka. Di sisi lain, konstruk seperti kondisi memfasilitasi (FC) dengan nilai 0.751, dan ketidakpuasan (DIS) dengan nilai 0.862, juga menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena nilai diagonal mereka lebih tinggi dari nilai-nilai di luar diagonal dalam baris dan kolom yang sama. Namun, beberapa nilai non-diagonal seperti pengaruh sosial (SI) dengan 0.692, dan persepsi keamanan (PS) dengan 0.699, menunjukkan adanya tumpang tindih antara konstruk-konstruk tersebut. Secara keseluruhan, validitas diskriminan konstruk dalam model terjaga dengan baik, meskipun beberapa nilai non-diagonal menunjukkan adanya keterkaitan antara konstruk yang perlu diperhatikan.

Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, validitas diskriminan dievaluasi dengan membandingkan akar kuadrat AVE (angka diagonal) dengan nilai korelasi non-diagonal. Variabel harapan usaha/EE (0,863), pengaruh sosial/SI (0,692), sikap positif/FA (0,837), ketidakpuasan/DIS (0,862), persepsi keamanan/PS (0,699) dan inersia/INE (0,866) memenuhi kriteria validitas diskriminan karena akar kuadrat AVE mereka lebih besar dari semua nilai korelasi non-diagonal. Sedangkan variabel harapan kinerja/PE (0,758), kondisi memfasiliatsi/FC (0,751), dan niat berkelanjutan/CIN (0,808) tidak sepenuhnya memenuhi kriteria validitas diskriminan karena akar kuadrat AVE-nya lebih kecil dari nilai korelasi variable non diagonal.

Henseler et al. (2015) berpendapat bahwa kriteria Fornell-Larcker mungkin kurang peka dalam mendeteksi masalah validitas diskriminan, kriteria Fornell-Larcker sering kali gagal dalam mengidentifikasi kurangnya validitas diskriminan,

khususnya ketika konstruk dalam model memiliki korelasi tinggi. Sebagai solusi, Henseler et al. (2015) mengusulkan metode Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) yang lebih andal untuk menilai validitas diskriminan. Metode HTMT ini mengevaluasi validitas dengan membandingkan rata-rata korelasi antar konstruk yang berbeda dengan rata-rata korelasi antar indikator dari konstruk yang sama. Jika nilai HTMT berada di bawah ambang batas tertentu (biasanya 0,85 atau 0,90), validitas diskriminan dianggap terpenuhi. Henseler et al. (2015) menyatakan bahwa HTMT memberikan penilaian yang lebih akurat dibandingkan kriteria Fornell-Larcker.

Tabel 4.38 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio

	PE	EE	SI	FC	CIN	FA	DIS	PS	INE
PE									
EE	0,799								
SI	0,121	0,203							
FC	0,601	0,654	0,286						
CIN	0,564	0,533	0,172	0,784					
FA	0,630	0,569	0,310	0,812	0,834				
DIS	0,039	0,102	0,376	0,276	0,266	0,229			
PS	0,153	0,157	0,384	0,33	0,449	0,361	0,597		
INE	0,255	0,194	0,305	0,195	0,279	0,282	0,091	0,004	

Keterangan: PE = Harapan Kinerja, EE = Harapan Usaha, SE = Pengaruh Sosial, FC = Kondisi Memfasilitasi, CIN = Niat Berkelanjutan, FA = Sikap Positif, DIS = Ketidakpuasan, PS = Persepsi Keamanan, INE = Inersia

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Hasil analisis HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) menunjukkan bahwa sebagian besar nilai berada di bawah ambang batas 0,85, yang menunjukkan validitas diskriminan yang baik antara konstruk-konstruk dalam model. Misalnya, nilai HTMT antara harapan kinerja (PE) dan harapan usaha (EE) adalah 0,799, serta antara harapan kinerja (PE) dan pengaruh sosial (SI) adalah 0,121, yang keduanya

menunjukkan perbedaan yang signifikan. Nilai antara kondisi memfasilitasi (FC) dan sikap positif (FA) adalah 0,812, dan antara niat berkelanjutan (CIN) dan sikap positif adalah 0,834, yang mendekati tetapi masih di bawah ambang batas, menunjukkan adanya kemungkinan overlap tetapi tetap menunjukkan validitas diskriminan yang memadai. Konstruk seperti pengaruh sosial (SI) dan inersia (INE) memiliki nilai HTMT 0,305, menunjukkan perbedaan yang baik. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk dalam model umumnya memiliki perbedaan yang memadai, meskipun beberapa nilai yang mendekati ambang batas mungkin memerlukan perhatian lebih lanjut untuk memastikan pemisahan yang lebih jelas.

Hasil *Composite Reliability* (CR) dalam analisis ini menunjukkan variasi dalam tingkat keandalan konstruk dalam model. Berdasarkan ambang batas umum 0,70 yang sering digunakan untuk menunjukkan keandalan yang dapat diterima, sebagian besar konstruk dalam model menunjukkan nilai CR yang memenuhi atau melebihi ambang batas tersebut. Harapan usaha/EE dan inersia/INE memiliki CR yang sangat tinggi, masing-masing 0,897 dan 0,898, yang menunjukkan keandalan yang sangat baik, jauh di atas ambang batas. Ketidakpuasan/DIS dan sikap positif/FA juga berada pada tingkat keandalan yang baik dengan CR masing-masing 0,896 dan 0,875. Namun, harapan kinerja/PE dengan CR 0,801 dan persepsi keamanan/PS dengan CR 0,741 masih berada di atas ambang batas 0,70, namun lebih rendah dibandingkan beberapa konstruk lain dalam model. Pengaruh sosial/SI dengan CR 0,732 berada pada ambang batas bawah, menunjukkan keandalan yang lebih rendah meskipun di atas ambang batas.

Analisis nilai MaxR(H) (*Maximum Reliability*) menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model SEM memiliki nilai yang melebihi ambang batas minimum 0,70, menandakan keandalan yang baik. Inersia/INE mencatat nilai tertinggi pada 0,939, menandakan keandalan yang sangat kuat. Di sisi lain, pengaruh sosial/SI memiliki nilai terendah di 0,742, tetapi tetap di atas ambang batas yang diterima. Konstruk lain seperti ketidakpuasan/DIS dengan nilai 0,919 dan harapan usaha/EE dengan nilai 0,906 juga menunjukkan keandalan yang tinggi dan stabil. Hasil ini mengindikasikan bahwa semua konstruk dalam model dapat dianggap andal dan layak untuk analisis lebih mendalam (Raykov et al., 2016).

4.7 UJI GOODNESS OF FIT MODEL I

Tabel 4.39 Hasil Uji Goodness of Fit I

No	Pengukuran	Ambang Batas	Nilai	Kriteria
1	Probabilitas	> 0,05	0,00	Tidak Memenuhi
2	CMIN/DF	< 2	2,958	Moderat
3	GFI	> 0,90	0,857	Moderat
4	RMSEA	< 0,08	0,053	Baik
5	TLI	$\geq$ 0,95	0,913	Moderat
6	CFI	$\geq$ 0,95	0,922	Moderat

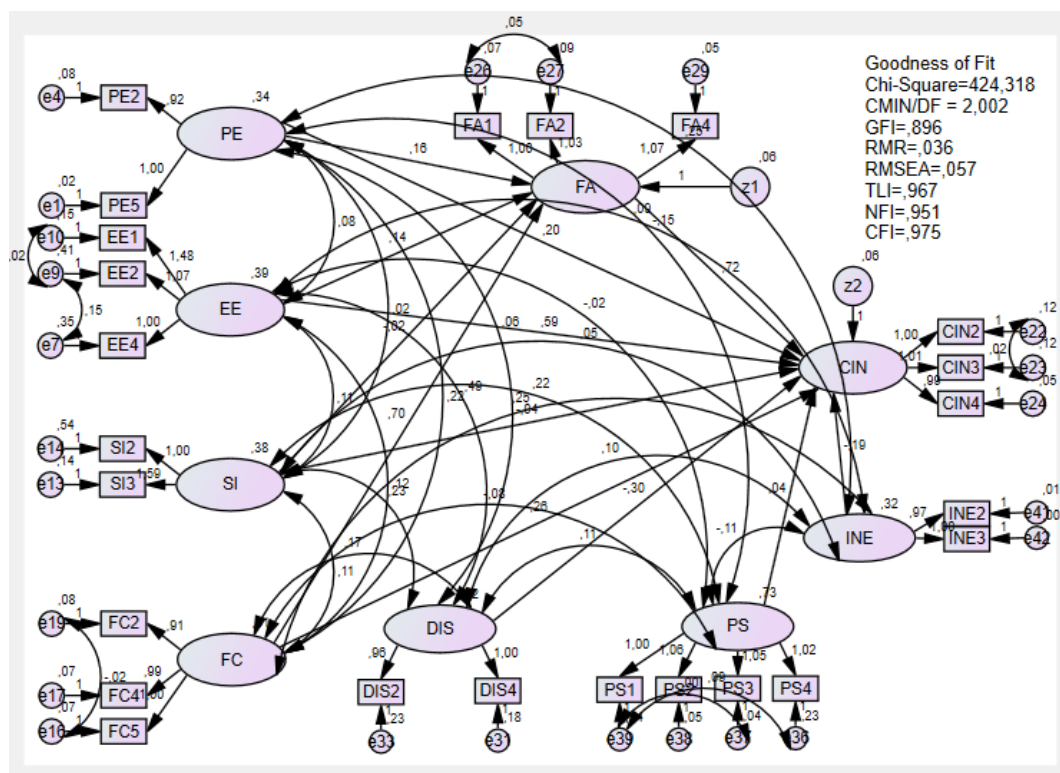
Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan evaluasi terhadap indeks kecocokan, model berada pada kategori moderat dan belum mencapai tingkat kelayakan yang optimal. Nilai probabilitas 0,00 masih dibawah ambang batas 0,05, Rasio CMIN/DF sebesar 2,958 masih di atas ambang kurang dari 2, GFI sebesar 0,857 berada di bawah 0,90, dan TLI sebesar 0,913 serta CFI sebesar 0,922 belum memenuhi kriteria 0,95. Di sisi lain, RMSEA sebesar 0,053 sudah memenuhi kriteria baik karena berada di bawah 0,08,

yang menunjukkan rata rata kesalahan pendekatan relatif kecil. Secara substantif, struktur model telah bekerja cukup baik, tetapi masih menyisakan ruang perbaikan.

Untuk memperoleh model yang lebih baik, disarankan melakukan uji ulang normalitas data sebagaimana telah diuraikan. Langkahnya mencakup pemeriksaan normalitas univariat dan multivariat dengan ambang yang jelas, misalnya menggunakan *critical ratio* minimal 2,58 untuk skewness dan kurtosis pada taraf signifikansi 0,05, serta memanfaatkan statistik kurtosis multivariat. Selain itu, lakukan penapisan outlier multivariat menggunakan *Mahalanobis D²* dengan batas p kurang dari 0,05.

4.8 Uji Modifikasi



Gambar 4.3 Uji Struktural Modifikasi
 Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.8.1 Uji Goodness of Fit II

Ditinjau dari paket indeks kecocokan, model ini layak dan bekerja baik secara keseluruhan. Empat indikator kunci berada pada kategori baik: Probabilitas = 0,167 (diatas 0,05), RMSEA = 0,057 (di bawah 0,08), TLI = 0,967, dan CFI = 0,975 (keduanya melampaui 0,95). Kombinasi RMSEA yang rendah bersama CFI/TLI yang tinggi lazim ditafsirkan sebagai bukti bahwa rata-rata kesalahan pendekatan kecil dan model merepresentasikan struktur kovarians data secara memadai (Hair et al., 2019; Hu & Bentler, 1999). Dengan demikian, indikator yang paling informatif memberikan dasar empiris yang kuat untuk menyatakan model memadai.

Tabel 4.40 Hasil Uji Goodness of Fit II

No	Pengukuran	Ambang Batas	Nilai	Kriteria
1	Probabilitas	> 0,05	0,167	Diterima
2	CMIN/DF	< 2	2,002	Moderat
3	GFI	> 0,90	0,896	Moderat
4	RMSEA	< 0,08	0,057	Baik
5	TLI	$\geq$ 0,95	0,967	Baik
6	CFI	$\geq$ 0,95	0,975	Baik

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Di sisi lain, CMIN/DF = 2,002 sedikit berada di atas batas ketat < 2 dan GFI = 0,896 sedikit di bawah 0,90. Temuan ini tidak secara otomatis meniadakan kelayakan, sebab uji χ^2 dan turunannya sangat peka terhadap ukuran sampel dan kompleksitas model, sedangkan GFI relatif kurang stabil dibanding indeks modern seperti CFI/TLI dan mudah terpengaruh derajat bebas (Kline, 2023; Marsh et al., 2004). Apabila RMSEA, CFI, dan TLI telah memenuhi kriteria yang disarankan secara serentak, maka model cukup kuat untuk analisis lanjutan, sekaligus

membuka ruang penyempurnaan lokal bila diperlukan (Hair et al., 2019; Hooper et al., 2008).

4.8.2 Normalitas Data II

Tabel V.41 Normalitas Data II

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
INE3	3	5	-0,078	-0,556	-0,545	-1,938
INE2	3	5	-0,048	-0,344	-0,574	-2,042
PS1	1	5	0,629	4,477	0,302	1,076
PS2	1	5	0,385	2,739	0,18	0,64
PS3	1	5	0,47	3,345	0,267	0,952
PS4	1	5	0,768	5,464	0,341	1,212
DIS2	1	5	0,273	1,941	-0,291	-1,037
DIS4	1	5	0,554	3,94	0,084	0,298
FA4	3	5	-0,114	-0,812	-0,54	-1,924
FA2	3	5	-0,043	-0,307	-0,561	-1,998
FA1	3	5	-0,038	-0,27	-0,348	-1,239
CIN4	2	5	-0,158	-1,124	-0,548	-1,949
CIN3	2	5	0,002	0,014	-0,948	-3,374
CIN2	2	5	-0,171	-1,215	-0,595	-2,119
FC2	3	5	-0,025	-0,177	-0,265	-0,942
FC4	3	5	-0,06	-0,425	-0,359	-1,278
FC5	3	5	-0,042	-0,3	-0,37	-1,316
SI2	1	5	-0,474	-3,373	-0,42	-1,493
SI3	1	5	0,352	2,506	-0,513	-1,827
EE1	1	5	0,057	0,404	-0,75	-2,67
EE2	1	5	-0,108	-0,769	-0,293	-1,042
EE4	1	5	-0,196	-1,398	-0,332	-1,181
PE2	3	5	-0,476	-3,389	-0,655	-2,331
PE5	3	5	-0,527	-3,753	-0,639	-2,273
Multivariate					137,098	33,832

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berbasis ambang ketat critical ratio minimal 2,58 pada taraf satu persen, pola normalitas univariat tidak merata. Item yang masih terindikasi menyimpang terutama berada pada konstruk PS, yaitu PS1, PS2, PS3, dan PS4, serta pada DIS4, SI2, PE2, dan PE5 untuk aspek kemencengan. Pada aspek ketajaman puncak sebaran, CIN3 dan EE1 juga terindikasi menyimpang.

Di luar itu, sejumlah item berada dalam rentang yang wajar pada ambang yang sama, antara lain INE2, INE3, DIS2, FA1, FA2, FA4, CIN2, CIN4, FC2, FC4, FC5, SI3, EE2, dan EE4. Dengan demikian, ketidaknormalan bersifat lokal pada sebagian item, bukan gambaran umum seluruh instrumen. Secara multivariat, uji normalitas menunjukkan ketidaknormalan, sehingga kehati-hatian tetap diperlukan pada tahap penafsiran.

Meskipun terdapat beberapa item yang terindikasi menyimpang, argumentasi kelayakan model tetap kuat. Pertama, jumlah indikator per konstruk telah disederhanakan hingga batas minimal yang tetap memastikan identifikasi, sehingga struktur pengukuran masih dapat dievaluasi secara sah. Kedua, profil *goodness of fit* global meningkat pada indeks yang dianggap lebih stabil dan informatif, seperti RMSEA, CFI, dan TLI, yang dalam praktik penilaian berbasis paket indeks dipandang lebih representatif daripada bergantung pada satu ukuran saja (Hu & Bentler, 1999; Kline, 2016). Ketiga, korelasi *error* yang diestimasi atas dasar kesepadanan konten atau efek metode yang relevan membantu menangkap varians bersama yang tidak dijelaskan konstruk tanpa mengubah makna teoritis, suatu pendekatan yang diakui dalam pemodelan yang berlandaskan teori (Byrne, 2013; Kline, 2016).

Dengan pertimbangan ini, kesimpulan yang proporsional adalah bahwa model layak digunakan untuk analisis lanjutan, dengan tetap memeriksa kualitas pengukuran melalui reliabilitas komposit dan validitas konvergen serta diskriminan agar temuan konsisten secara metodologis dan substantif (Hair et al., 2019)

4.8.3 Bootstrapping

Dalam SEM AMOS, *bootstrapping* digunakan untuk menangani masalah ketika data tidak berdistribusi normal. Metode ini memungkinkan analisis tetap dilakukan meskipun data tidak memenuhi asumsi normalitas yang biasanya diperlukan. Bootstrapping bekerja dengan cara mengambil banyak sampel dari data asli dan menghitung parameter dari sampel-sampel tersebut.

Output *Bollen-Stine Bootstrap*

Bollen-Stine Bootstrap (Default model)

The model fit better in 5 bootstrap samples.

It fit about equally well in 0 bootstrap samples.

It fit worse or failed to fit in 0 bootstrap samples.

Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap $p = ,167$

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Uji Bollen–Stine pada dasarnya menilai seberapa besar perbedaan antara kovarians yang teramati pada sampel dan kovarians yang diprediksi oleh model, dengan asumsi bahwa model benar dan karenanya mewakili kovarians populasi. Pada hasil ini, seluruh lima sampel bootstrap menunjukkan kecocokan yang lebih baik daripada data observasi, dan nilai p sebesar 0,167 lebih besar daripada ambang umum. Temuan tersebut menunjukkan bahwa selisih antara kovarians data dan kovarians versi model masih berada dalam batas yang dapat diterima, sehingga

tidak terdapat dasar statistik untuk menolak hipotesis bahwa spesifikasi model memadai pada tingkat global (Bollen & Stine, 1992).

Hasil ini konsisten dengan indeks kecocokan yang juga merefleksikan kedekatan kedua kovarians tersebut. Nilai RMSEA yang rendah menandakan rata-rata kesalahan pendekatan kecil, sedangkan TLI dan CFI yang tinggi menunjukkan bahwa model menangkap struktur kovarians data secara baik relatif terhadap model dasar.

Secara keseluruhan, kesesuaian antara uji Bollen–Stine dan indeks kecocokan memberikan dasar yang kuat untuk menyatakan bahwa model layak digunakan untuk analisis lanjutan (Hu & Bentler, 1999; Kline, 2016; Marsh et al., 2010).

4.9 UJI HIPOTESIS

Tabel 4.42 Uji Struktural Modifikasi

H	Path			Estimate	C.R.	P
1	Harapan Kinerja	-->	Sikap Positif	0,165	3,105	0,002
2	Harapan Kinerja	-->	Niat Berkelanjutan	0,188	2,852	0,004
3	Harapan Usaha	-->	Sikap Positif	0,156	3,938	***
4	Harapan Usaha	-->	Niat Berkelanjutan	0,583	2,286	0,022
5	Pengaruh Sosial	-->	Sikap Positif	-0,021	-0,536	0,592
6	Pengaruh Sosial	-->	Niat Berkelanjutan	-0,039	-0,733	0,464
7	Kondisi Memfasilitasi	-->	Sikap Positif	0,706	11,096	***
8	Kondisi Memfasilitasi	-->	Niat Berkelanjutan	0,225	2,03	0,042
9	Sikap Positif	-->	Niat Berkelanjutan	0,625	7,015	***
10	Ketidakpuasan	-->	Niat Berkelanjutan	-0,411	-1,512	0,130
11	Persepsi Keamanan	-->	Niat Berkelanjutan	0,058	1,093	0,274
12	Inersia	-->	Niat Berkelanjutan	-0,172	-2,418	0,016

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.9.1 Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Sikap Positif (Hipotesis 1)

Hasil uji struktural menunjukkan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap positif dengan koefisien terstandar 0,165, nilai C.R. 3,105, dan p 0,002. Temuan ini mendukung Hipotesis 1. Secara substantif, besaran koefisien menunjukkan efek yang kecil namun konsisten, yang berarti ketika pengguna melihat layanan pembayaran seluler benar-benar membantu tugas dan hasil, evaluasi afektif terhadap layanan bergerak ke arah yang lebih menyenangkan.

Temuan ini selaras dengan landasan UTAUT yang menempatkan harapan kinerja sebagai keyakinan utilitarian bahwa teknologi meningkatkan kinerja sehingga mendorong evaluasi dan perilaku penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Pada domain pembayaran seluler, harapan kinerja dipahami sebagai persepsi bahwa layanan mempersingkat langkah, memudahkan proses, menjaga reliabilitas, dan menghasilkan keluaran yang lebih baik dalam transaksi keseharian, bukan sekadar kebaruan teknologi itu sendiri (Abraham Sleiman et al., 2023). Ketika sinyal manfaat ini kuat, penilaian menjadi lebih positif karena pengguna menilai adanya pertukaran nilai yang menguntungkan antara usaha yang dikeluarkan dan hasil yang didapat.

Dukungan empiris lintas konteks menegaskan argumentasi tersebut. Pada pembayaran biometrik, persepsi manfaat berupa kecepatan dan kepraktisan berhubungan dengan evaluasi yang lebih baik serta kecenderungan penggunaan berulang, mengindikasikan bahwa manfaat yang diantisipasi benar-benar terkonfirmasi dalam pengalaman aktual (Wu & Lee, 2017). Dalam konteks restoran yang mengadopsi NFC, persepsi nilai dan efektivitas teknologi beriringan dengan

sikap yang lebih positif terhadap penggunaannya, menegaskan peran manfaat fungsional dalam pembentukan evaluasi (Khalilzadeh et al., 2017). Pada ritel dan layanan, studi menunjukkan bahwa kenyamanan dan nilai guna yang dirasakan berasosiasi dengan penerimaan solusi pembayaran digital, sehingga harapan kinerja tampak bertindak sebagai penggerak evaluasi konsumen secara konsisten di berbagai kategori (Cham et al., 2022). Pada situasi penuh ketidakpastian seperti pandemi, manfaat yang dirasakan tetap menjelaskan sikap dan penerimaan pembayaran seluler, memperlihatkan ketangguhan pengaruh harapan kinerja meskipun lingkungan penuh tekanan (Upadhyay et al., 2022).

Diskusi mekanisme memperlihatkan dua jalur yang saling melengkapi. Pada jalur evaluatif, keyakinan bahwa teknologi benar-benar bermanfaat diubah menjadi sikap yang lebih menyenangkan, dan sikap bertindak sebagai determinan terdekat dari intensi perilaku berikutnya (Istijanto & Handoko, 2022). Pada jalur utilitarian, manfaat yang diantisipasi seperti penghematan waktu, efisiensi alur, dan reliabilitas hasil dapat menjustifikasi keputusan untuk terus menggunakan bahkan tanpa perubahan afek yang besar, sehingga keputusan berulang muncul karena kalkulasi nilai yang menguntungkan (Jung et al., 2020). Ketika ekosistem membuat manfaat mudah dirasakan, misalnya antarmuka intuitif dan proses ringkas, jalur utilitarian ini menjadi semakin kuat karena biaya kognitif menurun dan konfirmasi manfaat terjadi lebih cepat (Zhao & Bacao, 2021).

Dukungan literatur juga menegaskan adanya kondisi batas sehingga generalisasi perlu bijaksana. Pada adopsi awal mobile banking, pengaruh langsung harapan kinerja terhadap sikap tidak selalu signifikan karena faktor lain seperti

risiko, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dapat lebih dominan pada fase awal evaluasi (Shaikh et al., 2018).

Di pasar dengan reliabilitas jaringan yang belum memadai atau layanan yang belum lengkap, keraguan terhadap kegunaan penuh sistem menurunkan peluang harapan kinerja segera bertranslasi menjadi sikap positif, apalagi ketika sebagian transaksi tetap menuntut mekanisme fisik yang familiar (Dhingra & Gupta, 2020). Dalam studi keberlanjutan, efek harapan kinerja terhadap niat sering mengalir melalui kepuasan dan konfirmasi pengalaman; ketika mediator tersebut dimodelkan, jalur langsung melemah atau menjadi tidak signifikan, menandakan bahwa kualitas pengalaman aktual menjadi kunci transmisi manfaat ke evaluasi dan tindakan (Purohit, Arora, et al., 2022).

Rangkaian bukti mediasi mempertegas peran sikap sebagai penghubung. Dalam pembayaran digital ritel, sikap memediasi hubungan antara harapan kinerja dan niat, sehingga evaluasi positif menjadi saluran penting agar manfaat utilitarian berubah menjadi kemauan menggunakan (Chaveesuk et al., 2021). Pada dompet digital, konfirmasi manfaat meningkatkan kepuasan dan komitmen melanjutkan penggunaan, mempertebal hubungan manfaat terhadap keputusan berulang pada horizon waktu yang lebih panjang (Singh, 2020). Pada konteks mobilitas tinggi seperti Taiwan, kenyamanan dan kecepatan yang dirasakan berhubungan dengan preferensi mempertahankan penggunaan, selaras dengan narasi bahwa manfaat utilitarian menjadi jangkar evaluasi yang berkelanjutan (Lian & Li, 2021).

Dimensi desain pengalaman pengguna menjadi jembatan agar harapan tidak berhenti sebagai klaim. Antarmuka sederhana dan alur ringkas menurunkan beban

kognitif dan mempercepat pembelajaran pengguna sehingga manfaat lebih cepat dirasakan (Chao, 2019). Materi bantu dan dukungan yang ramah pengguna, seperti panduan di dalam aplikasi, mempermudah internalisasi manfaat dalam penggunaan harian (Bai & Guo, 2022). Pengurangan langkah yang membingungkan dan bantuan kontekstual menjaga konsistensi antara harapan dan performa aktual layanan, yang pada gilirannya memperkuat sikap positif (Ayaz & Yanartaş, 2020).

Keseluruhan bukti menempatkan harapan kinerja sebagai penggerak penting pembentukan sikap pada layanan pembayaran seluler sebagaimana dirumuskan UTAUT. Efeknya tidak linier maupun bebas syarat karena dipengaruhi kematangan ekosistem, kelengkapan fitur, reliabilitas jaringan, dan profil risiko yang dirasakan. Namun, ketika faktor-faktor pendukung memadai, hubungan positif yang terukur pada penelitian ini konsisten dengan pola lintas konteks yang telah dilaporkan sebelumnya.

4.9.2 Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Niat Berkelanjutan (Hipotesis 2)

Hasil uji struktural juga menunjukkan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan dengan koefisien terstandar 0,204, nilai C.R. 2,852, dan p 0,004. Temuan ini mendukung Hipotesis 2. Secara praktis, pengguna yang melihat pembayaran seluler benar-benar menghemat waktu, mereduksi hambatan transaksi, dan menghasilkan keluaran andal cenderung memutuskan untuk tetap menggunakan layanan tersebut pada transaksi berulang.

Temuan ini sejalan dengan logika niat keberlanjutan yang berakar pada konfirmasi manfaat dan kepuasan pascapenggunaan. Ketika manfaat yang diharapkan terkonfirmasi, harapan kinerja menguat dan memicu keputusan

melanjutkan pemakaian dari waktu ke waktu melalui mekanisme evaluatif dan utilitarian (Jung et al., 2020; Mohapatra et al., 2020). Dalam layanan keuangan ritel, pemingkiaan manfaat sebagai nilai tambah pada transaksi rutin berkorelasi dengan keputusan penggunaan berulang pada segmen pengguna yang luas, menunjukkan bahwa manfaat membantu memperluas basis pengguna yang bertahan (Mohapatra et al., 2020). Pada ekosistem yang menonjolkan kepraktisan dan kemudahan, nilai guna yang dirasakan berhubungan dengan preferensi mempertahankan penggunaan di masa depan (Zhao & Bacao, 2021). Pola serupa terlihat di Brazil, di mana manfaat yang dirasakan memperkuat keputusan berulang pengguna dompet dan pembayaran seluler (Abegao Neto & Figueiredo, 2022; Abegao Neto & Figueiredo, 2023). Di Indonesia, bukti lokal menunjukkan konstruksi ini relevan untuk menjelaskan pembentukan sikap dan kecenderungan penggunaan berkelanjutan, sehingga layak diujikan pada populasi yang menjadi sasaran penelitian (Istijanto & Handoko, 2022).

Penelitian lain memperlihatkan konsistensi pola tersebut. Pada konteks pembayaran, harapan kinerja terbukti berdampak positif pada intensi penggunaan, memperkuat argumen bahwa manfaat fungsional mendorong keputusan perilaku (Wu & Lee, 2017). Temuan penelitian menunjukkan pengaruh positif harapan kinerja terhadap intensi menggunakan dengan signifikansi statistik kuat, sehingga jalur manfaat ke niat perilaku mendapat dukungan empiris pada konteks pembayaran berbasis sidik jari.

Secara teoretis, temuan ini mendukung perluasan model UTAUT dalam konteks penggunaan berkelanjutan dengan menekankan peran konfirmasi dan

kepuasan yang muncul setelah pengalaman nyata. Harapan kinerja berfungsi sebagai jangkar kognitif yang membentuk ekspektasi pengguna terhadap hasil penggunaan. Sementara itu, konfirmasi manfaat dan kepuasan mempertahankan momentum sehingga penggunaan tidak berhenti pada tahap percobaan awal. Pada beberapa studi, jalur langsung dari harapan kinerja ke niat berkelanjutan melemah ketika mediator seperti kepuasan, konfirmasi, atau pemanfaatan fitur yang relevan dimasukkan, menandakan bahwa keberlanjutan lebih dipengaruhi kualitas pengalaman yang diciptakan layanan setelah harapan terbentuk (Purohit, Arora, et al., 2022; Singh, 2020). Pola ini konsisten dengan temuan bahwa sikap sering menjadi media yang menyalurkan efek manfaat ke niat, sehingga desain intervensi perlu memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan agar manfaat terinternalisasi menjadi komitmen memperpanjang penggunaan (Chaveesuk et al., 2021; Lian & Li, 2021).

Terdapat keragaman hasil pada penelitian lintas pasar. Pada lingkungan dengan reliabilitas jaringan rendah atau akses fitur yang belum lengkap, harapan kinerja sulit terkonfirmasi secara konsisten sehingga niat berkelanjutan menjadi rapuh meskipun keyakinan awal positif (Dhingra & Gupta, 2020). Pada fase awal adopsi atau pada segmen sensitif risiko, risiko yang dirasakan dapat menutupi manfaat utilitarian sehingga pengaruh harapan kinerja terhadap keputusan berulang tidak stabil tanpa dukungan pengalaman yang aman dan andal (Shaikh et al., 2018). Oleh karena itu, strategi penguatan niat berkelanjutan perlu memberi prioritas kepada konsistensi performa layanan, kejelasan manfaat, dan proteksi risiko pada titik sentuh operasional.

Operasionalisasi harapan kinerja dalam riset dan pemantauan perlu menangkap dimensi transaksi yang paling relevan, yakni kecepatan, kesederhanaan, keandalan, dan kualitas hasil, agar sinyal manfaat terekam dengan presisi (Venkatesh et al., 2003). Pengujian model secara simultan sebaiknya memeriksa dua jalur yang berjalan berdampingan, yaitu jalur menuju sikap dan jalur langsung menuju niat, sambil mempertimbangkan mediasi seperti sikap, kepuasan, dan konfirmasi pengalaman serta moderasi seperti kualitas layanan, reliabilitas jaringan, dan persepsi risiko, sehingga heterogenitas lintas konteks dapat dijelaskan lebih memadai (Purohit et al., 2022; Istijanto & Handoko, 2022). Di ranah praktik, intervensi yang mengonversi harapan menjadi pengalaman nyata perlu diprioritaskan, misalnya perancangan antarmuka yang sederhana, langkah proses yang minimal, dan bantuan kontekstual yang muncul pada saat dibutuhkan. Bukti menunjukkan bahwa desain demikian menurunkan beban kognitif, mempercepat pembelajaran, dan menjaga konsistensi antara harapan dan performa aktual layanan, sehingga efek positif terhadap sikap dan niat berkelanjutan meningkat (Chao, 2019; Bai & Guo, 2022; Ayaz & Yanartaş, 2020).

Harapan kinerja merupakan penggerak penting evaluasi dan perilaku dalam kerangka UTAUT, sehingga secara konseptual dihipotesiskan berhubungan positif dengan sikap dan niat berkelanjutan, dan pada penelitian ini kedua hipotesis tersebut terbukti dengan signifikansi statistik. Namun, pengaruhnya tidak selalu linier maupun bebas syarat karena kekuatan relasi sangat bergantung pada kualitas pengalaman aktual, kelengkapan fitur, reliabilitas jaringan, dan profil risiko yang dirasakan. Pada ekosistem matang dengan fitur lengkap, dan reliabilitas tinggi,

harapan kinerja cenderung menunjukkan pengaruh positif yang konsisten sebagaimana terlihat pada konteks biometrik, NFC, dan ritel. Pendekatan desain yang berfokus pada konversi harapan menjadi pengalaman konkret menjadi kunci agar efek ini bertahan dan meluas ke niat berkelanjutan.

4.9.3 Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Sikap Positif (Hipotesis 3)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harapan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap positif dengan koefisien terstandar 0,137, nilai C.R. 3,938, dan tingkat signifikansi di bawah 0,001. Temuan ini mendukung Hipotesis 3. Besaran koefisien menandakan efek yang tidak besar tetapi konsisten. Maknanya jelas. Semakin kuat keyakinan bahwa aplikasi pembayaran mudah dipelajari dan dioperasikan, semakin menyenangkan evaluasi afektif pengguna terhadap layanan.

Temuan ini selaras dengan kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Dalam UTAUT, harapan usaha dipahami sebagai persepsi kemudahan yang menurunkan beban kognitif sehingga individu lebih siap menerima dan mengevaluasi teknologi secara positif (Venkatesh et al., 2003). Pada ranah pembayaran seluler, sinyal kemudahan muncul dari antarmuka yang jelas, langkah transaksi yang ringkas, ikonografi yang familiar, dan alur yang minim kesalahan, yang berujung pada penilaian yang lebih menyenangkan terhadap layanan (Chaveesuk et al., 2021). Di konteks restoran yang mengadopsi NFC, persepsi kemudahan mengangkat sikap positif terhadap penggunaan bayar nirsentuh karena proses dianggap tidak merepotkan (Khalilzadeh et al., 2017). Pada pembayaran berbasis biometrik, pengalaman pengoperasian yang sederhana menguatkan evaluasi positif dan membuka peluang penggunaan berulang, yang

mengindikasikan bahwa pengguna menilai kemudahan sebagai manfaat nyata, bukan sekadar retorika pemasaran (Wu & Lee, 2017). Di masa penuh ketidakpastian selama pandemi, aspek kemudahan turut meningkatkan penilaian positif atas pembayaran digital, menunjukkan bahwa jalur kemudahan ke sikap tetap bertahan meski lingkungan berubah cepat (Upadhyay et al., 2022).

Dalam konteks ritel dan layanan memperkuat argumen tersebut. Pengguna menilai positif aplikasi yang langkahnya sedikit, navigasinya lugas, dan petunjuknya mudah dipahami, sehingga kesan mudah dipakai menjadi fondasi evaluasi yang menyenangkan terhadap platform pembayaran sehari-hari (Chaveesuk et al., 2021). Bukti lokal dari Indonesia menegaskan bahwa pembentukan sikap yang baik berangkat dari pengalaman yang sederhana dan lancar, yang meminimalkan biaya kognitif pada penggunaan berulang (Istijanto & Handoko, 2022). Sejalan dengan itu, riset pengalaman pengguna menempatkan desain sebagai jembatan yang mengonversi harapan kemudahan menjadi kenyataan. Antarmuka sederhana dan alur yang dipangkas menurunkan beban mental dan mempercepat pembelajaran, sehingga kesan mudah segera dirasakan dan mendorong evaluasi afektif yang lebih baik (Chao, 2019). Panduan dalam aplikasi dan bantuan yang muncul pada konteks yang tepat mempermudah internalisasi cara kerja, yang selanjutnya menguatkan sikap positif (Bai & Guo, 2022). Penyederhanaan langkah dan pemberian petunjuk just-in-time juga menjaga konsistensi antara ekspektasi kemudahan dan performa aktual layanan, sehingga evaluasi menjadi lebih favorable dari waktu ke waktu (Ayaz & Yanartaş, 2020).

Variasi hasil tetap perlu dicatat agar interpretasi tidak berlebihan. Pada layanan dengan risiko finansial tinggi, pengguna sering memprioritaskan keamanan dan kepercayaan dibanding kemudahan, sehingga pengaruh harapan usaha terhadap sikap dapat terlihat lebih kecil atau tertutup (Kim & Yoo, 2020). Pada situasi penggunaan yang bersifat wajib, kemudahan tidak selalu mengubah sikap karena keputusan memakai ditentukan oleh aturan atau norma, bukan preferensi pribadi, sehingga konstruk lain lebih dominan dalam membentuk evaluasi (lihat penekanan moderator dalam Venkatesh et al., 2003). Pada konteks di mana jaringan belum andal atau fitur belum lengkap, hambatan struktural dapat mereduksi manfaat kemudahan yang dirasakan sehingga jalur ke sikap melemah. Walau demikian, pada ekosistem yang matang dan proses yang sederhana, pola yang dominan tetap searah yaitu kemudahan memperkuat sikap positif terhadap penggunaan pembayaran seluler dari waktu ke waktu (Istijanto & Handoko, 2022; Upadhyay et al., 2022).

Secara konseptual, posisi ini konsisten dengan arsitektur belief–affect dalam model penerimaan teknologi. Persepsi kemudahan berperan sebagai keyakinan utilitarian yang menurunkan hambatan, lalu diterjemahkan menjadi afek positif pada layanan. Ketika afek ini berulang melalui pengalaman yang mudah dan minim kesalahan, penilaian menjadi semakin mantap. Jalur ini menyiapkan landasan bagi keputusan perilaku berikutnya, yang dijelaskan pada subbab kedua.

4.9.4. Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Niat Berkelanjutan (Hipotesis 4)

Hasil uji struktural juga menunjukkan bahwa harapan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan dengan koefisien terstandar 0,589,

nilai C.R. 2,286, dan p 0,022. Temuan ini mendukung Hipotesis 4. Besaran koefisien mengindikasikan efek yang kuat pada populasi penelitian. Interpretasinya langsung. Semakin mudah aplikasi dipakai dari hari ke hari, semakin besar kemauan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi yang sama pada transaksi berikutnya.

Temuan ini selaras dengan literatur keberlanjutan penggunaan sistem. Keputusan melanjutkan pemakaian dibangun dari evaluasi pascapengalaman yang stabil, di mana persepsi manfaat dan pengalaman yang mulus memperkuat niat untuk terus memakai layanan pada horizon waktu yang lebih panjang. Kerangka expectation–confirmation menegaskan bahwa niat berkelanjutan bertumpu pada evaluasi setelah penggunaan dan pada keyakinan manfaat yang diperbarui, sehingga kemudahan yang konsisten dari waktu ke waktu berperan sebagai pendorong nyata keputusan mempertahankan penggunaan. Mekanisme ini telah menjadi pilar dalam riset keberlanjutan sistem informasi dan relevan untuk menjelaskan pilihan pembayaran digital yang dilakukan berulang dari waktu ke waktu (Bhattacharjee, 2001).

Bukti pada domain pembayaran menampilkan pola yang konsisten. Pada ritel, desain yang mudah tidak hanya memperbaiki evaluasi, tetapi juga berhubungan dengan niat memakai ulang karena proses transaksi menjadi lebih singkat dan dapat diprediksi (Chaveesuk et al., 2021). Pada restoran dengan NFC, analisis model menunjukkan bahwa kemudahan mendorong sikap lalu berimbas pada niat, tetapi juga terdapat kontribusi langsung kemudahan pada keputusan memakai, terutama saat alur transaksi dibuat sesederhana mungkin (Khalilzadeh et al., 2017). Pada

pembayaran berbasis QR, pemangkasan langkah pemindaian dan instruksi layar yang jelas menguatkan minat penggunaan kembali, yang menunjukkan bahwa sinyal kemudahan bekerja pada keputusan berulang, bukan sekadar adopsi awal. Pada ekosistem mobilitas tinggi seperti Taiwan, kenyamanan operasi dan kelancaran proses berkorelasi dengan preferensi mempertahankan penggunaan dompet seluler, yang memperlihatkan bahwa pengguna menambatkan pilihan berulang pada pengalaman tanpa hambatan (Lian & Li, 2021). Di Indonesia, kecenderungan mempertahankan penggunaan terbukti naik ketika pengalaman terasa lancar dan tidak merepotkan, yang menandai relevansi jalur kemudahan pada keputusan berkelanjutan di pasar domestik (Istijanto & Handoko, 2022).

Pada layanan keuangan ritel, kemudahan yang dirasakan mempercepat kurva pembelajaran dan menurunkan biaya adaptasi, sehingga pengguna baru lebih cepat berpindah dari fase coba ke fase pemakaian yang stabil (Mohapatra et al., 2020). Ketika proses dipersepsi ringan dan tidak menyita perhatian, niat mempertahankan penggunaan meningkat karena tidak ada alasan praktis untuk beralih ke metode alternatif yang lebih merepotkan (Jung et al., 2020). Di lingkungan yang mendukung, misalnya proses login yang cepat, penyimpanan penerima favorit, dan konfirmasi yang jelas, preferensi untuk tetap menggunakan layanan menguat karena pengguna merasakan *path of least resistance* yang konsisten dari waktu ke waktu (Zhao & Bacao, 2021). Pada pasar berbahasa Portugis, kelompok usia dan pendapatan yang beragam memperlihatkan pola serupa, menandakan stabilitas peran kemudahan terhadap keputusan berulang dalam ekosistem pembayaran yang semakin dewasa (Neto & Figueiredo, 2021). Pada ritel modern, antarmuka yang

langsung dipahami bukan hanya meningkatkan penilaian, tetapi juga mengurangi kecenderungan kembali ke uang tunai, yang menunjukkan bahwa sinyal kemudahan dapat menggeser kebiasaan penggunaan pada skala perilaku nyata di titik transaksi (Bohari et al., 2022).

Peran desain dan dukungan pengguna menjadi faktor penguat. Antarmuka sederhana, alur minimal, dan bantuan kontekstual bekerja sebagai strategi yang mengonversi harapan kemudahan menjadi pengalaman, sehingga jalur langsung harapan usaha menuju niat berkelanjutan memperoleh energi tambahan dari interaksi yang bersahabat (Ayaz & Yanartaş, 2020; Bai & Guo, 2022; Chao, 2019). Implementasi yang konsisten memperkecil variabilitas pengalaman. Ketika variabilitas menurun, ketidakpastian psikologis mereda dan keputusan untuk tetap menggunakan menjadi default yang rasional.

Meskipun bukti penelitian mengarah pada dukungan kuat harapan usaha ke sikap positif, tetapi penelitian lainnya mengindikasikan adanya hasil berbeda. Pada layanan berisiko tinggi, keamanan dan kepercayaan sering ditempatkan di atas kemudahan sehingga kontribusi jalur kemudahan ke niat terlihat lebih kecil (Kim & Yoo, 2020). Pada sejumlah konteks Asia, manfaat kinerja dan norma sosial dilaporkan lebih kuat menjelaskan niat berkelanjutan, terutama ketika komunitas pengguna memedulikan kecepatan penyelesaian dan reliabilitas hasil transaksi sebagai atribut yang paling penting (Jung et al., 2020). Pada pasar yang sangat matang, diferensiasi persepsi kemudahan antar aplikasi menjadi kecil, sehingga variasi niat berkelanjutan lebih dijelaskan oleh faktor lain seperti ekosistem insentif, dan jaringan mitra. Dinamika ini sejalan dengan penjelasan UTAUT bahwa

pengaruh kemudahan cenderung kuat pada tahap awal atau pada kelompok kurang berpengalaman, kemudian menurun seiring pembelajaran dan habituasi, sementara jalur kinerja dan kebiasaan mengambil porsi yang lebih besar pada fase lanjut (Venkatesh et al., 2003, 2012).

Pengujian empiris sebaiknya memeriksa jalur harapan usaha ke sikap dan jalur langsung ke niat secara simultan, dengan memasukkan sikap sebagai mediator serta moderator seperti pengalaman, dukungan teknis, dan persepsi risiko agar heterogenitas lintas segmen dapat dijelaskan lebih baik (Istijanto & Handoko, 2022)(Venkatesh et al., 2003). Pada bisnis praktis, tim produk perlu menegakkan prinsip desain yang menurunkan beban kognitif pada momen kritis transaksi. Prinsip tersebut meliputi pengurangan langkah yang tidak perlu, pelabelan yang jelas, validasi *real time*, dan petunjuk kontekstual dalam aplikasi. Bukti menunjukkan bahwa strategi ini memperkuat sikap positif sekaligus meningkatkan niat mempertahankan penggunaan melalui jalur kemudahan yang konsisten dari waktu ke waktu (Ayaz & Yanartaş, 2020; Bai & Guo, 2022; Chao, 2019; Chaveesuk et al., 2021). Pada ekosistem Indonesia yang dinamis, fokus pada pengurangan hambatan dan penyederhanaan alur pembayaran berpotensi mempercepat konsolidasi kebiasaan menggunakan pembayaran seluler untuk transaksi harian, sehingga niat berkelanjutan menjadi lebih kokoh (Istijanto & Handoko, 2022).

4.9.5. Pengaruh Sosial Terhadap Sikap Positif (Hipotesis 5)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap positif terhadap layanan pembayaran seluler di Indonesia, dengan koefisien jalur sebesar -0,019, nilai C.R. -0,536, dan nilai p 0,592. Temuan

ini tidak mendukung hipotesis kelima. Secara substantif, tidak terdapat bukti bahwa dorongan orang penting di sekitar responden meningkatkan penilaian afektif yang lebih menyenangkan terhadap layanan.

Pola ini selaras dengan arah teoritis UTAUT yang menekankan sifat kontingen dari pengaruh sosial. Dalam formulasi awal, pengaruh sosial dipandang kuat terutama pada konteks penggunaan yang bersifat wajib serta pada fase awal pengalaman, dan efeknya cenderung melemah seiring akumulasi pengalaman individual yang membuat evaluasi bergeser dari dasar sosial menuju dasar instrumental yang lebih rasional (Venkatesh et al., 2003). Uraian mengenai mekanisme kepatuhan, internalisasi, dan identifikasi menjadi kunci untuk menjelaskan mengapa efeknya sering hanya kuat pada kondisi tertentu dan meredup dengan waktu, terutama ketika referensi sosial tidak memiliki kekuasaan untuk memberi ganjaran atau hukuman (Venkatesh et al., 2003). Temuan lain juga menegaskan bahwa pengaruh sosial lebih mungkin tampak pada perempuan, pekerja yang lebih tua, dan khususnya pada konteks wajib di tahap awal pengalaman, sedangkan kekuatan efek menurun ketika pengalaman meningkat (Venkatesh et al., 2003).

Pada konteks konsumen secara umum, perluasan UTAUT menjadi UTAUT2 menegaskan bahwa perilaku penggunaan bersifat sukarela sehingga variabel kesukarelaan tidak lagi relevan, implikasinya adalah hubungan antara pengaruh sosial dan niat atau sikap cenderung lemah karena tidak ada tekanan institusional yang memaksa (Venkatesh et al., 2012). Kerangka tersebut membantu mengkonfirmasi temuan penelitian ini yang sudah berada pada ekosistem yang

relatif matang. Ketika mayoritas pengguna telah berpengalaman, evaluasi lebih bergantung pada bukti kinerja dan kemudahan yang dirasakan, bukan pada ajakan sosial, sesuai pola pelemahan efek yang dirumuskan oleh UTAUT (Venkatesh et al., 2003).

Bukti empiris lintas konteks menunjukkan keragaman hasil pengaruh sosial terhadap sikap. Pada restoran berbasis NFC, dukungan staf dan contoh pelanggan lain terbukti membantu meningkatkan penilaian terhadap sistem bayar nirsentuh (Khalilzadeh et al., 2017). Pada transportasi publik, paparan sosial di titik layanan mendorong normalisasi sehingga evaluasi menjadi lebih positif (Di Pietro et al., 2015). Pada ritel, interaksi kasir dan isyarat sosial di toko berkaitan dengan sikap yang lebih positif terhadap pembayaran digital (Chaveesuk et al., 2021). Pada masa pandemi, imbauan untuk menjaga jarak membuat orang menilai pembayaran tanpa sentuh sebagai pilihan yang lebih baik (Upadhyay et al., 2022). Di pasar berkembang yang sangat komunal, norma kelompok sering menjadi rujukan awal evaluasi, misalnya pada adopsi perbankan seluler di Nigeria (Bankole et al., 2011).

Di sisi lain, banyak studi pada layanan finansial modern menunjukkan bahwa ketika manfaat nyata dan kemudahan telah terkonfirmasi, pengaruh sosial terhadap sikap melemah. Pada pengguna ritel di Korea, faktor performa, kepercayaan, dan kebiasaan lebih menentukan keberlanjutan, sementara suara sosial relatif kecil bobotnya (Kim & Yoo, 2020). Pada ekosistem super-app Tiongkok, hampir semua orang telah menggunakan pembayaran seluler sehingga varians tekanan sosial rendah dan efeknya sukar terdeteksi secara statistik, sementara niat dan sikap lebih dipandu oleh pengalaman pribadi dan manfaat langsung (Mensah & Liu, 2021; Wei

et al., 2021). Dalam konteks Indonesia, studi pascaadopsi juga menunjukkan bahwa memasukkan sikap sebagai mediator lebih membantu menjelaskan perilaku berkelanjutan ketimbang mengandalkan pengaruh sosial secara langsung, menandakan evaluasi berbasis pengalaman menjadi jalur pengaruh utama (Istijanto & Handoko, 2022).

Temuan non-signifikan pada sikap di penelitian ini dapat dijelaskan oleh beberapa mekanisme yang konsisten dengan teori dan bukti. Pertama, sifat penggunaan yang sukarela dan tingkat pengalaman responden yang tinggi membuat dasar evaluasi lebih bersandar pada performa dan kemudahan yang telah dialami sendiri, bukan pada arahan lingkungan, sebagaimana diramalkan UTAUT dan UTAUT2 (Venkatesh et al., 2003; 2012). Kedua, pada domain berisiko finansial, pengguna cenderung memprioritaskan keamanan dan reliabilitas daripada mengikuti norma sosial, sehingga pengaruh sosial terhadap penilaian menjadi relatif kecil bobotnya dalam keputusan evaluatif (Jung et al., 2020; Kim & Yoo, 2020). Ketiga, ketika penetrasi sudah tinggi, isyarat sosial menjadi latar yang taken for granted sehingga tidak menambah informasi baru bagi pembentukan sikap, sebuah kondisi yang lazim terukur sebagai efek non-signifikan pada model struktural konsumen yang telah mapan (Mensah & Liu, 2021; Wei et al., 2021).

Dalam tinjauan psikologi sosial, kecenderungan konformitas meningkat ketika referen sosial memiliki kekuasaan atau kontrol atas ganjaran dan hukuman, tetapi melemah ketika perilaku tidak dibawah mandat dan biaya sosial dari ketidakpatuhan rendah (Cialdini & Goldstein, 2014). Dalam difusi inovasi, efek norma kuat pada tahap awal penyebaran dan mengecil ketika inovasi telah menjadi

praktik arus utama (Rogers, 1983). Dengan demikian, hasil pada sikap yang tidak signifikan merupakan konsekuensi yang logis pada pasar yang telah beranjak ke fase penggunaan rutin dan sukarela.

4.9.6. Pengaruh Sosial Terhadap Niat Berkelanjutan (Hipotesis 6)

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan pembayaran seluler, dengan koefisien jalur sebesar -0,04, nilai C.R. -0,733, dan nilai p 0,464. Temuan ini tidak mendukung hipotesis keenam. Secara empiris, dorongan sosial tidak menjadi pendorong keputusan untuk terus memakai layanan pada responden penelitian ini.

Temuan penelitian ini sejalan dengan karakter hubungan yang dimoderasi sebagaimana dibahas dalam UTAUT dan perluasannya. UTAUT menyatakan bahwa pengaruh sosial memengaruhi niat terutama pada kondisi wajib dan pada tahap awal, serta efeknya dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, dan pengalaman, sementara pada penggunaan sukarela konsumen efek tersebut melemah bahkan dapat menghilang (Venkatesh et al., 2003; 2012). Dalam UTAUT2, karena perilaku konsumen dianggap pada spektrum sukarela, konstruk kesukarelaan dihapus, yang implikasinya adalah berkurangnya peran langsung pengaruh sosial pada niat di banyak studi konsumen (Venkatesh et al., 2012). Walaupun demikian, literatur konsumen menunjukkan bahwa pengaruh sosial kadang berperan pada konteks tertentu. Pada ritel di Thailand, bukti sosial di titik layanan berkaitan dengan niat memakai dan memakai ulang aplikasi pembayaran (Chaveesuk et al., 2021).

Pada restoran dengan NFC, dukungan staf dan norma situasional memperkuat jalur tidak langsung melalui sikap ke niat, menunjukkan peranan sosial sebagai pemantik awal yang kemudian bekerja lewat evaluasi positif (Khalilzadeh et al., 2017). Pada transportasi publik, dukungan kontekstual memudahkan aliran sosial ke keputusan pemakaian, terutama pada pengguna baru yang mencari validasi sosial (Di Pietro et al., 2015). Dalam situasi pandemi, ajakan bersama untuk pembayaran tanpa sentuh memperkuat keputusan berulang karena pengguna memperoleh pembenaran sosial untuk tetap digital (Upadhyay et al., 2022).

Di banyak pasar yang sudah dewasa, temuan hasil penelitian mengakibatkan keragaman emosi. Pada pengguna ritel di Korea, keberlanjutan lebih ditentukan oleh performa, kebiasaan, dan faktor ekonomis, sementara pengaruh sosial tidak dominan dalam keputusan pemakaian ulang (Kim & Yoo, 2020). Pada studi kelanjutan penggunaan WeChat Pay, niat berkelanjutan lebih kuat dijelaskan oleh konstruk utilitarian dan pengalaman, yang mengurangi ruang bagi pengaruh sosial untuk menjelaskan variasi perilaku (Mensah & Liu, 2021). Pada pasar yang sangat luas adopsinya, seperti Tiongkok, efek pengaruh sosial kerap tidak stabil karena norma sudah menjadi baseline dan tidak lagi membedakan antara pengguna satu dengan lainnya, sehingga koefisien pada model struktural sering kecil (Wei et al., 2021). Temuan di India menunjukkan bahwa dengan memasukkan sikap sebagai mediator, mekanisme sosial lebih jelas terbaca, tetapi jalur langsung sosial ke niat tetap tidak selalu konsisten (Patil et al., 2020).

Penelitian dengan konteks Indonesia yang memiliki pengguna layanan pembayaran seluler cukup mapan, mengidentifikasi bahwa sikap sebagai

penghubung cenderung lebih mampu menjelaskan perilaku berkelanjutan, sementara jalur langsung pengaruh sosial sering lemah atau tidak signifikan (Istijanto & Handoko, 2022). Ketika pelanggan semakin mahir dan transaksi berlangsung di berbagai saluran, biaya koordinasi sosial menurun, dan preferensi dilandasi pertimbangan manfaat, kemudahan, serta kebiasaan pribadi yang telah tertanam. Hal tersebut konsisten dengan pandangan difusi inovasi bahwa norma sosial sangat penting pada fase awal penyebaran dan berkurang ketika inovasi menjadi praktik standar (Rogers, 1983).

Beberapa alasan spesifik membantu menjelaskan hasil non-signifikan pada niat berkelanjutan di penelitian ini. Pertama, keputusan mempertahankan penggunaan setelah fase adopsi awal lebih dipandu oleh manfaat kinerja yang dialami, kenyamanan alur, dan kebiasaan, sehingga bobot pengaruh sosial secara alami mengecil pada horizon waktu pascaadopsi, sebagaimana ditekankan UTAUT2 dan literatur kelanjutan sistem informasi (Bhattacharjee, 2001; Venkatesh et al., 2012). Kedua, pada domain pembayaran, risiko dan keamanan sering ditempatkan di atas norma sosial ketika pengguna menimbang konsekuensi finansial, sehingga isyarat sosial tidak otomatis diterjemahkan menjadi keputusan bertahan, terutama pada segmen yang rasional dan berpengalaman (Jung et al., 2020; Kim & Yoo, 2020). Ketiga, pada pasar yang tingkat adopsinya tinggi, varians pengaruh sosial mengecil karena hampir semua referensi sudah menggunakan sistem yang sama, sehingga koefisien jalur menjadi tidak signifikan karena rendahnya perbedaan antarindividu terkait ekspektasi sosial (Mensah & Liu, 2021; Wei et al., 2021).

Meskipun dampak langsung pengaruh sosial pada niat berkelanjutan tidak signifikan, penelitian lain menunjukkan pengaruh sosial dapat memengaruhi niat berkelanjutan melalui sikap, sehingga jalur tidak langsung ini layak diuji di penelitian selanjutnya. Studi pada NFC di restoran melaporkan bahwa kemasan sosial di titik layanan memperbaiki sikap terlebih dahulu yang kemudian mendorong niat, memperlihatkan peranan sosial sebagai pemicu awal yang mengalihkan pengaruhnya melalui evaluasi positif (Khalilzadeh et al., 2017). Model pascaadopsi di Indonesia juga mengkonfirmasi bahwa ketika sikap dan kepuasan dimasukkan, variabel sosial bekerja sebagai konteks yang menormalisasi penggunaan ketimbang sebagai pendorong langsung perilaku (Istijanto & Handoko, 2022).

Hasil non-signifikan pada jalur pengaruh sosial terhadap sikap dan terhadap niat berkelanjutan dipandang selaras satu sama lain. Pola ini menunjukkan konteks penggunaan yang sudah matang, bersifat sukarela, dan ditopang pengalaman pribadi pengguna. Evaluasi layanan lebih banyak dibentuk oleh apa yang dialami sendiri daripada oleh dorongan lingkungan. Dalam kerangka UTAUT dan UTAUT2, konfigurasi seperti ini memang cenderung menghasilkan peran pengaruh sosial yang lemah atau tidak terdeteksi baik pada pembentukan sikap maupun pada keputusan untuk terus menggunakan layanan (Venkatesh et al., 2003; 2012).

Implikasi teoritisnya adalah pentingnya menempatkan pengaruh sosial sebagai konstruk yang sangat bergantung konteks, tahap siklus hidup teknologi, dan profil pengguna. Pada riset lanjutan, model yang memeriksa jalur tidak langsung melalui sikap atau kepuasan serta moderator pengalaman, usia, dan intensitas

penggunaan sosial diperkirakan memberikan penjelasan yang lebih tajam. Implikasi praktisnya adalah intervensi komunikasi sosial perlu diarahkan pada segmen pemula dan pada situasi bertransaksi bersama, sementara untuk mempertahankan penggunaan pada pemakai berpengalaman, penekanan sebaiknya dialihkan pada peningkatan manfaat kinerja, penyederhanaan alur, dan konsistensi reliabilitas layanan. Rekomendasi ini sejalan dengan sintesis UTAUT dan UTAUT2 terhadap dinamika peran pengaruh sosial di pasar konsumen modern (Venkatesh et al., 2003; 2012).

4.9.7. Kondisi Memfasilitasi Berpengaruh Pada Sikap Positif (Hipotesis 7)

Uji struktural menunjukkan pengaruh yang sangat kuat dan signifikan dari kondisi memfasilitasi terhadap sikap positif. Koefisien jalur 0,698, nilai C.R. 11,096, dan p lebih kecil dari 0,001. Hipotesis 7 didukung. Temuan ini menandakan bahwa keberadaan jaringan yang andal, perangkat yang siap, prosedur yang jelas, serta saluran bantuan yang mudah dijangkau berhubungan langsung dengan evaluasi afektif yang lebih menyenangkan terhadap pembayaran seluler. Temuan ini konsisten dengan UTAUT dan UTAUT2. Kondisi memfasilitasi dipahami sebagai ketersediaan sumber daya dan dukungan yang membuat penggunaan teknologi menjadi mungkin dan lancar. Ketika dukungan hadir, rasa mampu meningkat, beban kognitif menurun, dan evaluasi menjadi lebih baik (Venkatesh et al., 2003, 2012).

Bentuk dukungan yang relevan pada konteks konsumen tampak melalui kesesuaian layanan dengan rutinitas. Dompot seluler yang menyatu dengan kebiasaan harian menimbulkan persepsi siap pakai dan memicu sikap yang lebih

positif (Chawla & Joshi, 2019). Fasilitas bantuan *real time* di aplikasi keuangan memperkuat rasa aman, mempercepat pemulihan saat gangguan, dan pada akhirnya menaikkan penilaian terhadap layanan (Wu & Ho, 2022). Dukungan organisasi pada layanan kesehatan digital memperlihatkan pola serupa. Ketersediaan bantuan teknis dan proses yang jelas mengangkat sikap terhadap teknologi. Mekanisme ini dapat ditransfer ke pembayaran seluler karena keduanya menuntut reliabilitas sistem dan respons saat masalah muncul (Alhadid et al., 2022). Isyarat dukungan di titik layanan, misalnya perangkat yang siap, petugas kasir yang membantu, dan proses transaksi yang lancar, memberikan bukti nyata bahwa sistem berfungsi. Bukti-bukti ini membuat konsumen merasa lebih percaya dan bersikap lebih positif terhadap pembayaran seluler (Ariffin, 2020).

Literatur adopsi perbankan daring generasi awal menegaskan manfaat kesempatan mencoba dan pengalaman awal yang lancar yang mengurangi ketidakpastian dan menata cara pandang yang lebih ramah terhadap saluran digital (Karjaluoto et al., 2002). Praktik desain yang menyediakan panduan dalam aplikasi, FAQ yang jelas, dan navigasi sederhana memperkuat persepsi mampu menggunakan aplikasi tanpa bantuan intensif, sehingga sikap makin menguat (Teo, 2009).

Dampak kondisi yang memfasilitasi tidak selalu sama di setiap pasar. Pada pembayaran biometrik yang masih sangat awal, kesiapan dukungan belum benar-benar terasa, sehingga pengaruhnya terhadap penilaian pengguna cenderung lemah; pengguna lebih peka pada ketersediaan layanan di berbagai situasi dan performanya di titik transaksi (Wu & Lee, 2017). Di Korea Selatan, sebagian perempuan

lebih mengandalkan bantuan informal dari orang terdekat, sehingga persepsi bahwa sistem resmi sudah “siap” tidak serta-merta mengubah sikap (Lee et al., 2019). Sementara itu, pengguna muda yang mahir digital sering menganggap dukungan resmi kurang krusial karena hambatan kecil bisa diatasi sendiri; bagi kelompok ini, sikap lebih banyak dibentuk oleh kecepatan menyelesaikan masalah secara mandiri dan kualitas dokumentasi di dalam aplikasi (Purohit et al., 2022).

UTAUT2 membantu menjelaskan proses adopsi secara bertahap. Pada fase awal ketika pengguna masih belajar dan belum memiliki kebiasaan yang mapan, peran kondisi yang memfasilitasi paling menonjol. Seiring pemakaian makin matang, faktor utilitarian seperti manfaat kinerja dan kebiasaan menjadi lebih dominan. Meski demikian, dukungan yang konsisten tetap menjadi landasan agar pengalaman tetap mulus dan penilaian positif bertahan (Venkatesh et al., 2003, 2012). Di Indonesia, pola ini tampak pada perluasan QRIS dan semakin banyak merchant yang mendukung. Kualitas jaringan yang stabil, petunjuk visual di meja kasir, kesiapan staf, serta prosedur yang ringkas berfungsi sebagai sinyal yang mudah ditangkap pengguna. Sinyal tersebut mengurangi hambatan, mempercepat pembelajaran, dan memperkuat sikap positif, selaras dengan temuan koefisien yang sangat kuat dalam studi ini.

4.9.8 Kondisi Memfasilitasi Berpengaruh Pada Niat Berkelanjutan (Hipotesis 8)

Uji struktural menunjukkan pengaruh langsung dan signifikan dari kondisi memfasilitasi terhadap niat berkelanjutan. Koefisien jalur 0,256, nilai C.R. 2,030, dan $p = 0,042$. Hipotesis 8 didukung. Dukungan yang mudah diakses dan

infrastruktur yang andal menurunkan biaya perawatan penggunaan, meningkatkan rasa kontrol, dan membuat keputusan mempertahankan pembayaran seluler terasa wajar pada transaksi berikutnya.

Perilaku setelah adopsi umumnya ditentukan oleh dua hal, yaitu konfirmasi pengalaman dan keyakinan bahwa hambatan bisa diatasi. Ketika proses berjalan stabil dan bantuan mudah diakses, konsumen cenderung memilih saluran yang sama di berbagai situasi transaksi (Jung et al., 2020). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kemudahan memperoleh dukungan membangun persepsi keandalan untuk transaksi berulang sehingga preferensi mempertahankan penggunaan dompet seluler semakin kuat (Abegao Neto & Figueiredo, 2023).

Konsistensi bantuan di berbagai lokasi menormalkan penggunaan ulang dan mengurangi dorongan kembali ke uang tunai atau kartu fisik (Ariffin, 2020). Pola serupa terlihat di Asia Tenggara, ketika kenyamanan teknis dipadukan dengan dukungan merchant, preferensi untuk tetap menggunakan saluran seluler dalam transaksi harian semakin kokoh (Fee & Goh, 2020). Pada ekosistem super app, kualitas dukungan dan keandalan sistem membantu menyelesaikan kendala harian, menjaga konsistensi pengalaman, dan meningkatkan penerimaan berkelanjutan di berbagai titik sentuh (Mensah & Liu, 2021).

Pada teknologi yang masih sangat baru, kesiapan dukungan saja tidak selalu cukup untuk mendorong niat jika pengguna meragukan kinerja nyata di berbagai situasi. Hal ini terlihat pada pembayaran berbasis sidik jari yang masih tahap pembentukan, ketika kebutuhan akan bukti kinerja sering lebih menentukan daripada dukungan yang tersedia (Wu & Lee, 2017). Di Korea Selatan, sebagian

pengguna perempuan lebih mengandalkan bantuan dari orang terdekat sehingga dukungan formal kurang relevan bagi keputusan bertahan (Lee et al., 2019). Di sisi lain, generasi muda yang mahir digital cenderung mengutamakan penyelesaian mandiri. Dampak dukungan resmi terhadap niat dapat mengecil bila dokumentasi dan fitur swabantu di dalam aplikasi sudah memadai (Purohit et al., 2022).

Ada dua mekanisme yang menjelaskan hubungan antara dukungan dan niat. Mekanisme utilitarian bergerak langsung dari dukungan ke niat. Pengguna yang melihat alur jelas, sistem stabil, dan bantuan selalu tersedia akan menilai saluran tersebut andal, sehingga niat mempertahankan penggunaan meningkat tanpa harus ada perubahan afektif yang besar. Mekanisme evaluatif bergerak tidak langsung. Dukungan yang baik lebih dulu membentuk sikap positif, lalu sikap inilah yang mendorong niat untuk memakai ulang. Pola mediasi ini muncul ketika model memasukkan sikap sebagai penghubung antara lingkungan pendukung dan perilaku (Patil et al., 2020; Teo, 2009).

Dalam beberapa studi, kondisi memfasilitasi terlihat marjinal karena prasyarat dasar seperti perangkat, koneksi, dan keamanan sudah menjadi standar sehingga perbedaan persepsi antarindividu mengecil. Namun, dukungan yang melampaui standar tetap meningkatkan niat karena manfaatnya terasa langsung ketika menyelesaikan transaksi di lapangan, seperti dilaporkan dalam studi pembayaran berbasis kode respons cepat di Vietnam (Le, 2022).

4.9.9 Sikap Positif Berpengaruh Pada Niat Berkelanjutan (Hipotesis 9)

Hasil uji menunjukkan bahwa sikap positif berpengaruh sangat kuat pada niat berkelanjutan menggunakan pembayaran seluler, dengan koefisien jalur 0,718,

C.R. 7,015, dan $p < 0,001$. Temuan ini mendukung hipotesis 9 bahwa evaluasi yang lebih positif terhadap layanan akan mendorong keputusan untuk terus menggunakannya pada transaksi berikutnya. Temuan tersebut sejalan dengan kerangka perilaku yang menempatkan sikap sebagai prediktor langsung niat menggunakan, sebagaimana dirumuskan dalam *Theory of Planned Behavior*. Dalam teori ini, semakin positif penilaian seseorang terhadap suatu perilaku, semakin tinggi intensinya untuk melakukannya secara konsisten. (Ajzen, 1991).

Sikap dipahami sebagai evaluasi menyeluruh yang terbentuk dari keyakinan dan informasi yang tersimpan, dan evaluasi ini menuntun pilihan sehari-hari karena orang cenderung mendekati objek yang dinilai baik dan menjauhi yang dinilai buruk (Ajzen & Fishbein, 2000). Telaah komunikasi dan persuasi menjelaskan bahwa sikap positif tumbuh ketika pengalaman nyata menyenangkan dan informasi yang diterima selaras, sehingga sikap berfungsi sebagai ringkasan evaluatif yang siap mengarahkan tindakan di situasi nyata (Albarracín & Shavitt, 2018).

Bukti pada sistem pembayaran memperlihatkan pola yang konsisten. Dalam adopsi pembayaran nirsentuh di restoran, sikap menjadi konstruk penting yang menghubungkan keyakinan pengguna dengan niat memakai, sehingga penilaian yang lebih baik akan meningkatkan intensi (Khalilzadeh et al., 2017). Pada penggunaan kode QR, sikap berpengaruh langsung pada kesiapan pelanggan untuk menggunakan, menegaskan peran evaluasi dalam mendorong keputusan penggunaan pada kesempatan terdekat (Chang et al., 2021). Di situasi penuh ketidakpastian seperti pandemi, sikap positif terhadap pembayaran seluler tetap

mendorong penerimaan dan niat perilaku, menunjukkan ketangguhan jalur sikap menuju niat meski lingkungan berubah cepat (Upadhyay et al., 2022).

Penelitian di Pakistan menunjukkan bahwa penambahan sikap memperkuat kemampuan model yang mendorong evaluatif konsumen dan menjelaskan niat menggunakan pembayaran seluler (Khan et al., 2023). Bukti di Indonesia juga selaras, di mana sikap positif berkaitan dengan niat berkelanjutan selama pandemi, sementara penilaian yang kurang menguntungkan terhadap uang tunai mempertebal preferensi bertahan di saluran digital (Istijanto & Handoko, 2022).

Alur pembayaran yang cepat dan lancar membentuk penilaian yang lebih baik dan pada gilirannya menaikkan intensi memakai kembali pada konteks restoran nirsentuh (Khalilzadeh et al., 2017). Pemindaian yang mudah dan instruksi layar yang jelas memperbaiki evaluasi dan menguatkan kesiapan memakai pada skenario QR payment (Chang et al., 2021). Di titik layanan ritel, perangkat yang selalu berfungsi dan kasir yang siap membantu memberi bukti konkret bahwa sistem siap dipakai, sehingga evaluasi menguat dan keputusan memakai kembali terasa wajar pada kunjungan berikutnya (Ariffin, 2020).

Keterhubungan sikap dan niat juga sejalan dengan kerangka pascaadopsi. *Expectation–confirmation model* menyatakan bahwa pengalaman yang memenuhi ekspektasi akan meneguhkan evaluasi positif dan mendorong keputusan melanjutkan penggunaan dari waktu ke waktu (Bhattacharjee, 2001). Analisis berbasis ulasan pengguna memperlihatkan bahwa kualitas pengalaman yang memunculkan kepuasan meningkatkan sikap positif dan menggerakkan niat memakai kembali dalam ekosistem pembayaran seluler (Kar, 2021). Pada layanan

digital, seperti aplikasi pemesanan makanan, sikap positif memperkuat niat melanjutkan penggunaan, memperlihatkan mekanisme psikologis yang serupa pada berbagai layanan seluler (Timur et al., 2023).

Meskipun demikian, dampak sikap bisa berfluktuasi pada perilaku yang sangat rutin, karena keputusan lebih dipengaruhi konteks harian dan nilai yang benar-benar dirasakan pengguna (Albarracín & Shavitt, 2018). Pada konteks budaya yang lebih normatif, tekanan sosial dapat mengambil porsi lebih besar dalam membentuk pilihan sehingga daya terjemah sikap menjadi niat relatif mengecil, terutama ketika keputusan diambil untuk memenuhi ekspektasi sosial (Albarracín & Shavitt, 2018). Tetapi, pada sistem penggunaan teknologi seperti pembayaran seluler, ketika manfaat nyata seperti kecepatan dan rasa aman hadir secara konsisten, sikap cenderung bertahan positif dan terus mendorong niat berkelanjutan, termasuk pada fase disrupsi (Upadhyay et al., 2022) dan pada pengguna yang menilai proses jelas serta mudah diikuti (Patil et al., 2020).

Pembedaan antara niat adopsi awal dan niat berkelanjutan penting dilakukan, karena pada fase lanjutan penopang utama sikap positif adalah konsistensi pengalaman, bukan lagi sekadar ekspektasi awal yang bersifat hipotetik (Patil et al., 2020; Bhattacharjee, 2001). Menjaga momen kebenaran transaksi, kecepatan proses, transparansi biaya, status transaksi yang jelas, dan bantuan saat terjadi kendala, akan membangun sikap positif dan mendorong niat memakai kembali pada kesempatan berikutnya (Kar, 2021). Temuan penelitian di Indonesia mengindikasikan bahwa ketika konsumen menilai pembayaran seluler lebih aman dan lebih nyaman

daripada uang tunai, preferensi mempertahankan penggunaan menguat seiring waktu (Istijanto & Handoko, 2022).

Sikap positif adalah perantara yang membawa pengalaman dan keyakinan menuju niat berkelanjutan (Ajzen, 1991), dan terbukti kokoh pada beragam konteks, mulai dari NFC dan QR hingga penggunaan selama pandemic (Ajzen, 1991; Khalilzadeh et al., 2017; Chang et al., 2021; Upadhyay et al., 2022), serta pada pasar Indonesia yang terus bergerak ke arah transaksi digital (Istijanto & Handoko, 2022).

4.9.10 Ketidakpuasan Terhadap Uang Tunai Berpengaruh Positif Pada Niat Berkelanjutan Menggunakan Pembayaran Seluler (Hipotesis 10)

Hasil uji menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap uang tunai tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan pembayaran seluler, dengan koefisien jalur $-0,305$, C.R. $-1,512$, dan $p = 0,13$ (pada uji satu sisi, nilai $p = 0,065 > 0,05$), sehingga hipotesis yang memprediksi pengaruh positif dan signifikan ditolak (Bhattacharjee, 2001; Wang & Peters, 2023).

Temuan non-signifikan ini konsisten dengan logika perilaku pascaadopsi yang menempatkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap sistem yang digunakan saat ini sebagai pendorong utama niat melanjutkan, bukan semata dorongan menjauh dari alternatif lama, sehingga ketidakpuasan terhadap metode sebelumnya tidak selalu menerjemah menjadi niat berkelanjutan pada saluran baru tanpa pengalaman yang memuaskan di saluran tersebut (Bhattacharjee, 2001; Singh, 2020).

Selama pandemi, anjuran pemerintah dan otoritas kesehatan untuk meminimalkan kontak fisik mempercepat adopsi pembayaran nirsentuh, namun dorongan situasional tersebut lebih relevan untuk keputusan mencoba daripada keputusan bertahan, sehingga efek ketidakpuasan terhadap uang fisik cenderung melemah setelah fase darurat mereda (Upadhyay et al., 2022)(Abraham Sleiman et al., 2023)(Auer et al., 2020).

Bukti lintas konteks menunjukkan bahwa niat berkelanjutan lebih stabil bila ditopang manfaat yang dirasakan, kemudahan, dan rasa aman dari layanan seluler itu sendiri ketimbang semata dorongan kecewa terhadap cara lama, sehingga arah hasil ini sejalan dengan riset yang menekankan peran ekspektasi kinerja, kemudahan, dan kepercayaan dalam membentuk niat penggunaan pada horizon waktu berikutnya (Jung et al., 2020; Khalilzadeh et al., 2017; Singh, 2020).

Konsep dorongan menjauh dari sistem lama yang merepotkan tetap relevan untuk memahami fase perpindahan, namun literatur migrasi sistem informasi dan model pascaadopsi menegaskan bahwa kesinambungan penggunaan bergantung pada evaluasi positif atas sistem baru, sehingga dorongan ketidakpuasan saja kurang cukup tanpa konfirmasi manfaat dan rasa puas setelah pemakaian (Bhattacharjee, 2001; Bhattacharjee & Park, 2014).

Di Indonesia, studi masa pandemi menemukan bahwa penilaian negatif terhadap uang tunai bersamaan dengan penilaian positif terhadap pembayaran seluler mendorong niat melanjutkan, sehingga jalur yang paling kuat biasanya mengalir melalui sikap dan kepuasan terhadap saluran seluler, bukan semata penolakan terhadap uang fisik (Istijanto & Handoko, 2022).

Hasil non-signifikan pada jalur ketidakpuasan menuju niat berkelanjutan dapat dipahami sebagai indikasi kematangan ekosistem, karena ketika layanan seluler telah melampaui fase percobaan, pendorong keputusan bertahan lebih banyak ditentukan oleh persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, dan dukungan yang memfasilitasi proses transaksi harian (Khalilzadeh et al., 2017; Patil et al., 2020; Sleiman et al., 2023).

Kecenderungan ini serasi dengan bukti bahwa faktor pengalaman seperti kecepatan proses, stabilitas sistem, dan bantuan yang responsif memperkuat sikap dan pada gilirannya mendorong niat melanjutkan, sehingga struktur penjasar utama berada pada manfaat dan dukungan nyata yang dirasakan pengguna dalam rutinitas pembayaran (Khalilzadeh et al., 2017; Singh, 2020).

Pengalaman titik layanan yang konsisten melalui perangkat yang selalu siap, kasir yang membantu, dan alur transaksi yang lancar memberi isyarat operasional bahwa sistem dapat diandalkan, yang menurut temuan ritel memperkuat evaluasi pengguna serta kebiasaan menggunakan saluran seluler pada kunjungan berikutnya (Ariffin et al., 2020; Timur et al., 2023).

Ketidakpuasan terhadap uang tunai selama pandemi memang mendorong peralihan awal karena alasan kebersihan dan efisiensi, tetapi keberlanjutan pemakaian setelah kondisi membaik membutuhkan konfirmasi manfaat dan rasa puas dari penggunaan berulang di saluran baru, sehingga jalur langsung dari ketidakpuasan ke niat tidak selalu muncul secara statistik (Bhattacharjee, 2001; Upadhyay et al., 2022).

Argumen ini didukung oleh temuan pascaadopsi yang menunjukkan bahwa kepuasan, kepercayaan, dan persepsi keamanan berperan kuat terhadap niat melanjutkan, sehingga variabel bernuansa positif tentang saluran seluler lebih dominan daripada variabel ketidakpuasan terhadap metode lama dalam menjelaskan keputusan berulang (Khalilzadeh et al., 2017; Singh, 2020).

Pada konteks antrian dan tekanan waktu, konsumen cenderung memilih opsi yang mempercepat proses, namun preferensi tersebut menguat bila saluran seluler benar-benar menyajikan transaksi cepat dan minim hambatan secara konsisten, sehingga pendorong utama niat berkelanjutan kembali jatuh pada pengalaman manfaat yang berulang (De Vries et al., 2018; B. Timur et al., 2023).

Ketika penggunaan sudah meluas dan menjadi norma baru, perbedaan tingkat ketidakpuasan terhadap uang fisik di antara pengguna menjadi lebih kecil, sehingga variasi niat melanjutkan lebih mudah dijelaskan oleh kualitas pengalaman layanan, kesiapan dukungan, serta persepsi nilai yang aktual dirasakan selama transaksi (Khalilzadeh et al., 2017; Sleiman et al., 2023).

Dalam kerangka praktis, penyedia layanan sebaiknya memusatkan intervensi pada peningkatan reliabilitas sistem, transparansi proses, dan akses dukungan yang cepat karena bukti pascaadopsi memperlihatkan bahwa elemen-elemen ini memperkuat sikap dan kepuasan yang kemudian mendorong niat melanjutkan secara berkelanjutan (Bhattacharjee, 2001; Patil et al., 2020; Timur et al., 2023).

Secara teoretis, hasil non-signifikan ini memperkaya narasi bahwa faktor tolak dari sistem lama berfungsi terutama pada fase transisi, sedangkan keberlanjutan penggunaan lebih ditentukan oleh evaluasi positif dan konfirmasi

pengalaman di sistem baru, sehingga integrasi perspektif pascaadopsi dan migrasi teknologi memberikan penjelasan yang padu terhadap dinamika niat berkelanjutan pembayaran seluler (Bhattacharjee, 2001; Bhattacharjee & Park, 2014)

4.9.11 Persepsi Keamanan Berpengaruh Pada Niat Berkelanjutan (Hipotesis 11)

Hasil uji struktural menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan pembayaran seluler, dengan koefisien jalur 0,043, C.R.= 1,093, dan $p = 0,274$, sehingga hipotesis tentang pengaruh langsung persepsi keamanan pada niat berkelanjutan tidak didukung pada sampel ini.

Persepsi keamanan dipahami sebagai keyakinan bahwa sistem mampu melindungi data pribadi dan finansial dari ancaman seperti pencurian identitas dan penipuan, dan definisi ini lazim digunakan dalam studi adopsi dan keberlanjutan layanan pembayaran seluler (Almaiah et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, perhatian terhadap keamanan meningkat karena kapasitas keamanan siber dan literasi pengguna belum merata, yang membuat sebagian konsumen memersepsikan risiko lebih tinggi dibanding pasar yang lebih matang (Widyanto et al., 2022). Pada fase adopsi awal, banyak penelitian menemukan bahwa rasa aman berperan penting karena menurunkan kekhawatiran dan menumbuhkan kepercayaan yang dibutuhkan untuk mencoba saluran digital (Almaiah et al., 2022; Widyanto et al., 2022).

Sebagian riset juga melaporkan bahwa persepsi keamanan berhubungan positif dengan niat berkelanjutan, khususnya pada populasi yang masih rentan

terhadap isu privasi dan penipuan serta pada pengguna yang belum sepenuhnya mapan, seperti pengguna asing WeChat Pay di Tiongkok (Mombeuil & Uhde, 2021). Studi lain memperlihatkan bahwa rasa aman dapat mengalir ke niat melalui peningkatan kepercayaan, sehingga efeknya muncul kuat ketika variabel mediator tersebut dimodelkan secara eksplisit (Almaiah et al., 2022). Hasil signifikan di konteks tersebut memberi alasan mengapa dugaan awal menempatkan keamanan sebagai pendorong langsung niat untuk terus menggunakan.

Di sisi lain, banyak temuan pascaadopsi menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak signifikan, terutama ketika standar keamanan dianggap memadai dan pengalaman penggunaan sudah mapan. Pada pengguna jejaring sosial, persepsi keamanan tidak memprediksi niat berkelanjutan, yang ditafsirkan sebagai konsekuensi dari kepuasan terhadap pengaturan keamanan yang ada atau keterbatasan saliens keamanan dalam keputusan harian (Maqableh et al., 2021). Pada pengguna dompet digital di Indonesia, persepsi keamanan juga tidak muncul sebagai prediktor langsung niat berkelanjutan karena perhatian konsumen lebih tertuju pada kemanfaatan dan kepuasan, sementara keamanan dipandang sebagai prasyarat yang sudah terpenuhi (Aprilia & Amalia, 2023). Pola tidak signifikan ini sejalan dengan hasil uji pada studi ini.

Penjelasan yang konsisten dengan kerangka pascaadopsi adalah bahwa keputusan melanjutkan penggunaan utamanya digerakkan oleh konfirmasi manfaat dan kepuasan atas pengalaman aktual, sedangkan persepsi keamanan berfungsi sebagai faktor kebersihan yang harus ada tetapi tidak lagi membedakan niat ketika variasinya kecil antar pengguna (Bhattacharjee, 2001). Dengan kata lain, ketika

sistem telah dianggap aman pada tingkat dasar, pembentuk niat yang dominan bergeser ke manfaat kinerja, kemudahan, dan kualitas dukungan, sehingga koefisien langsung keamanan menjadi kecil atau tidak signifikan pada pengguna berpengalaman (Patil et al., 2020; Widyanto et al., 2022).

Kerangka *push-pull-mooring* menambah perspektif bahwa rasa aman dapat berperan sebagai tarikan yang menguatkan preferensi saluran seluler atau sebagai tambatan yang menahan perpindahan ketika dirasa kurang memadai, sehingga efeknya bergantung pada fase perjalanan pengguna dan konteks kompetitif (Loh et al., 2021). Pada fase peralihan dari tunai ke seluler, rasa aman yang meningkat dapat bertindak sebagai tarikan, tetapi pada fase keberlanjutan, kebiasaan dan inersia penggunaan sering lebih menentukan daripada variasi kecil dalam persepsi keamanan, yang menjelaskan mengapa hubungan langsung melemah dalam banyak model empiris keberlanjutan (Loh et al., 2021).

Mekanisme yang sering lebih relevan adalah jalur tidak langsung melalui kepercayaan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa peningkatan persepsi keamanan mendorong kepercayaan pada penyedia atau platform, dan kepercayaan inilah yang menjadi pendorong kuat niat berkelanjutan di berbagai layanan digital, termasuk pembayaran seluler (Almaiah et al., 2022; Mombeuil & Uhde, 2021). Temuan ini menyarankan bahwa kegagalan jalur langsung pada penelitian ini tidak meniadakan peran keamanan, melainkan mengindikasikan bahwa pengaruhnya bekerja melalui konstruk mediator yang lebih dekat ke keputusan perilaku seperti kepercayaan dan kepuasan.

Aspek desain dan komunikasi antarmuka juga memengaruhi seberapa besar keamanan dirasakan relevan dalam keputusan berulang. Penelitian desain pengalaman menunjukkan bahwa indikator autentikasi yang jelas, umpan balik transaksi yang informatif, peringatan anomali, serta ketersediaan jalur bantuan membentuk persepsi kendali dan menurunkan persepsi risiko, sehingga memperkuat rasa aman tanpa harus selalu muncul sebagai prediktor langsung dalam model structural (Zhang et al., 2019). Ketika bukti-bukti ini hadir konsisten di titik layanan, konsumen cenderung menganggap keamanan sebagai standar dasar dan memindahkan fokus keputusan ke faktor manfaat dan kemudahan yang lebih kasatmata dalam rutinitas harian (Ariffin, 2020).

Konteks Indonesia memberi pengayaan interpretasi. Integrasi keamanan dalam model UTAUT yang diperluas memperlihatkan peran penting rasa aman pada fase adopsi, tetapi pada pengguna yang telah terbiasa, niat berkelanjutan lebih erat dengan evaluasi utilitarian dan pengalaman transaksi yang andal, terutama di kategori pembayaran rutin bernilai kecil yang tidak memicu perhatian keamanan setinggi transaksi finansial bernilai besar (Widyanto et al., 2022). Kondisi pasar yang kian matang, peningkatan proteksi oleh penyedia, serta ketersediaan mekanisme pemulihan masalah membuat keamanan dipersepsikan cukup, sehingga variabilitasnya tidak lagi menjelaskan perbedaan niat melanjutkan pada banyak segmen pengguna (Aprilia & Amalia, 2023).

Implikasi praktis yang muncul adalah menjaga keamanan sebagai pengalaman yang terlihat dan mudah dipahami, sambil memusatkan penguatan niat pada manfaat yang dirasakan setiap hari. Penyedia layanan perlu menonjolkan

otentikasi yang sederhana namun kuat, notifikasi transaksi yang transparan, penanganan klaim yang cepat, dan edukasi keamanan yang ringkas agar rasa aman tetap tinggi tanpa menambah beban kognitif pengguna (Almaiah et al., 2022; Zhang et al., 2019). Pendekatan ini memastikan keamanan tetap menjadi landasan yang menenangkan, sementara pendorong utama niat berkelanjutan ditopang oleh kinerja, kemudahan, dan dukungan yang konsisten dari waktu ke waktu (Bhattacharjee, 2001; Patil et al., 2020).

Secara substantif, hasil non signifikan pada jalur persepsi keamanan menuju niat berkelanjutan pada penelitian ini konsisten dengan literatur keberlanjutan yang menempatkan keamanan sebagai prasyarat yang bekerja terutama melalui kepercayaan dan kepuasan, sementara pendorong langsung niat lebih banyak berasal dari manfaat yang terkonfirmasi, kemudahan, kebiasaan, serta dukungan yang memfasilitasi proses transaksi harian di ekosistem pembayaran seluler yang kian matang (Loh et al., 2021; Maqableh et al., 2021; Widyanto et al., 2022).

4.9.12 Pengaruh Inersia Terhadap Niat Berkelanjutan (Hipotesis 12)

Hasil uji struktural menunjukkan bahwa inersia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan pembayaran seluler, dengan koefisien jalur $-0,19$, C.R. $-2,418$, dan $p = 0,016$ sehingga hipotesis yang menyatakan inersia melemahkan niat berkelanjutan didukung oleh data.

Inersia dipahami sebagai kecenderungan melekat pada pola lama dan menolak perubahan sehingga perilaku tetap terkunci pada status quo meskipun tersedia alternatif yang lebih baik (Johnsen, 2016). Dalam kerangka status quo bias, individu secara tidak proporsional mempertahankan keputusan sebelumnya karena

aversi rugi, biaya perpindahan, dan kebiasaan yang sudah otomatis (Nel & Boshoff, 2020). Dalam konteks penelitian ini, inersia dioperasionalkan sebagai keterikatan pada uang tunai sehingga secara teoretis menurunkan energi psikologis untuk bertahan di saluran pembayaran seluler pada transaksi berikutnya (Seth et al., 2020).

Temuan hubungan negatif ini sejalan dengan bukti pada perpindahan dari tunai ke pembayaran seluler yang menempatkan inersia sebagai penahan migrasi, baik melalui kebiasaan menggunakan uang fisik maupun persepsi biaya belajar dan adaptasi ke saluran digital (Loh et al., 2021). Studi perpindahan sistem pembayaran menunjukkan bahwa ketika status quo berupa tunai dijadikan acuan, setiap deviasi kecil pada pengalaman awal m-payment dibesar-besarkan dan dijadikan alasan untuk kembali ke metode lama, sehingga niat melanjutkan penggunaan saluran seluler menurun (Gong et al., 2020). Hasil serupa dilaporkan pada riset perpindahan layanan digital lain yang menemukan pola pengekangan oleh inersia terhadap niat beralih ke sistem baru, terutama ketika kebiasaan lama kuat dan biaya perpindahan dipersepsikan tinggi (Medina-Molina et al., 2019).

Literatur perilaku penggunaan berkelanjutan menjelaskan mekanisme ini melalui dua komponen inersia, yaitu komponen sadar yang dipicu oleh biaya perpindahan serta komponen bawah sadar yang berakar pada kebiasaan, yang keduanya mempertahankan pola lama dan menghalangi pembentukan komitmen baru pada saluran digital (Haskamp et al., 2021). Banyak pengguna berhenti menggunakan pembayaran seluler setelah masa percobaan karena beberapa alasan. Mereka merasa perlu waktu untuk memahami cara kerja aplikasi, takut melakukan

kesalahan saat bertransaksi, dan lebih nyaman dengan cara pembayaran yang sudah biasa mereka lakukan (Loh et al., 2021).

Dimensi demografis memperkuat narasi tersebut karena kelompok usia lebih tua cenderung lebih berat meninggalkan rutinitas yang akrab dan lebih sensitif pada persepsi kerumitan, sehingga inersia yang diarahkan pada uang tunai melemahkan niat melanjutkan penggunaan m-payment setelah masa uji coba (Talukder et al., 2021). Pada populasi Indonesia yang sempat terdorong ke saluran digital selama pandemi, pola pascaadopsi masih menunjukkan adanya daya tarik kembali ke cara lama pada segmen yang kebiasaan tunainya kuat, yang konsisten dengan logika inersia terhadap status quo (Santosa et al., 2021).

Temuan ini juga kompatibel dengan model push–pull–mooring yang menempatkan inersia sebagai faktor mooring yang menghalangi perpindahan dari metode incumbent ke alternatif, di mana kebiasaan dan biaya perpindahan menahan konsumen agar tidak mengunci diri pada saluran baru meskipun faktor penarik seperti kemudahan dan kecepatan sudah dirasakan (Shet et al., 2020). Dalam konteks Malaysia yang berdekatan secara sosial budaya, penelitian switching dari tunai ke m-payment menemukan bahwa variabel terkait status quo bias secara konsisten menahan niat berpindah, memperlihatkan bahwa perlawanan terhadap perubahan tetap relevan meskipun infrastruktur digital makin siap (Loh et al., 2021).

Diskusi lintas studi juga memperlihatkan nuansa yang perlu dicermati agar interpretasi tepat. Pada konteks ketika yang didefinisikan sebagai status quo adalah saluran digital itu sendiri, inersia sering kali berkorelasi positif dengan niat

berkelanjutan karena kebiasaan pada aplikasi incumbent membuat pengguna enggan berpindah ke penyedia lain sehingga tampak sebagai pendorong retensi digital (Situmorang et al., 2025). Perbedaan arah koefisien antara studi tersebut dan penelitian ini bukan kontradiksi, melainkan konsekuensi logis dari definisi objek inersia yang berbeda, yaitu inersia yang menempel pada saluran digital versus inersia yang menempel pada uang tunai sebagai metode lama (Situmorang et al., 2025).

Perdebatan juga muncul pada konteks layanan yang sangat stabil, di mana sebagian penelitian menemukan inersia tidak selalu merugikan karena mengurangi beban keputusan dan memberikan rasa familiar yang dihayati sebagai kenyamanan, namun efek ini terjadi ketika status quo sama dengan saluran yang diteliti, bukan ketika status quo berada pada alternatif yang hendak digantikan seperti uang tunai dalam studi ini (Medina-Molina et al., 2021). Pada sisi lain, kerangka perilaku organisasi memperlihatkan bahwa intervensi institusional yang konsisten dapat mengikis inersia dengan menurunkan ketidakpastian, memperkecil biaya perpindahan, dan membentuk norma baru sehingga kebiasaan digital memperoleh pijakan yang lebih kuat, yang menyiratkan bahwa efek negatif inersia terhadap niat berkelanjutan dapat dikelola bila hambatan kognitif dan praktis ditangani secara sistematis (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022).

Argumen mekanistik untuk konteks pembayaran seluler Indonesia bertumpu pada momen-momen kritis di garis kasir yang sering menjadi tempat kebiasaan teraktivasi, karena repetisi transaksi tunai di titik layanan menguatkan skrip perilaku otomatis dan menurunkan peluang pengguna memilih saluran seluler pada

kunjungan berikutnya, sehingga rantai dari kebiasaan tunai menuju pelemahan niat berkelanjutan m-payment terjelaskan secara psikologis dan situasional (Santosa et al., 2021). Bukti pada migrasi teknologi layanan finansial juga menunjukkan bahwa begitu narasi kognitif “cara lama lebih pasti” terbentuk, setiap hambatan kecil dalam pengalaman digital dibaca sebagai pembenaran untuk kembali ke status quo, yang memperlemah niat mempertahankan saluran baru (Gong et al., 2020).

Temuan koefisien $-0,19$ dalam penelitian ini selaras dengan tubuh bukti yang menempatkan inersia sebagai hambatan keberlanjutan pada saluran baru ketika status quo berada di luar saluran tersebut, khususnya ketika kebiasaan lama sudah mapan dan biaya perpindahan dipersepsikan nyata dalam bentuk waktu belajar, perhatian, dan risiko kesalahan transaksi (Loh et al., 2021). Temuan ini juga konsisten dengan observasi pada kelompok usia lebih tua yang menunjukkan preferensi kembali ke rutinitas akrab setelah fase coba jika dukungan dan pendampingan tidak memadai, yang menguatkan interpretasi bahwa inersia bersifat mengerem, bukan mendorong, pada skenario perpindahan dari tunai ke seluler (Talukder et al., 2021).

Implikasi ilmiah yang mengalir dari hasil ini ialah pentingnya mendeskripsikan dengan tegas objek inersia ketika menelaah niat berkelanjutan, karena arah koefisien akan mengikuti pada apa pengguna sudah terbiasa, bukan pada apa yang peneliti anggap lebih unggul secara fungsional, yang menjelaskan heterogenitas temuan lintas studi tanpa meniadakan validitas masing-masing konteks (Situmorang et al., 2025). Implikasi praktis untuk ekosistem pembayaran seluler ialah perlunya perancangan pengalaman yang menurunkan aktivasi

kebiasaan tunai melalui alur yang sangat ringkas di titik bayar, edukasi yang membuat biaya belajar terasa rendah, serta penguatan norma dan dukungan lapangan agar skrip baru berulang dan menjadi kebiasaan yang menggantikan status quo lama, sehingga pengaruh inersia terhadap niat berkelanjutan berbalik arah setelah saluran digital menjadi rujukan baru pengguna (Mukhopadhyay & Upadhyay, 2022).

4.10 UJI MEDIASI

4.10.1 Harapan Kinerja, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.165	Sobel test: 2.90543521	0.03549382	0.00366743
b	0.625	Aroian test: 2.87589905	0.03585835	0.00402879
s _a	0.05	Goodman test: 2.9359005	0.03512551	0.00332581
s _b	0.102	Reset all	Calculate	

Gambar 4.3

Hasil Sobel Test Mediasi Harapan Kinerja, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji Sobel Test diketahui bahwa nilai Sobel Test = 2,9054 dengan nilai P = 0,003667, menunjukkan bahwa hubungan harapan kinerja, sikap positif, dan niat berkelanjutan adalah mediasi.

Besarnya *VAF* (*Variance Accounted For*) yaitu proporsi varians/efek total dapat dihitung dengan rumus = efek tidak langsung ÷ efek total

- Efek tidak langsung = $(\beta_a \times \beta_b) = 0,165 \times 0,625 = 0,10313$
- Efek langsung = $\beta_c = 0,188$
- Efek total = $(\beta_a \times \beta_b) + \beta_c = 0,10313 + 0,188 = 0,29113$
- Maka nilai $VAF = 0,10313 \div 0,29113 = 0.354229$

Temuan itu mengindikasikan bahwa sekitar 35% pengaruh harapan kinerja terhadap niat berkelanjutan dimediasi melalui sikap positif. Berdasar pedoman Wetzels et al. (2009) dan Yang & Liu (2023), VAF sebesar 35% (20% - 80%) dikategorikan mediasi parsial.

Ketika harapan kinerja tinggi, penilaian terhadap layanan menjadi lebih baik dan penggunaan berulang meningkat (Venkatesh et al., 2003). Dalam TPB, sikap adalah prediktor terdekat dari niat. Peningkatan sikap menaikkan niat untuk terus menggunakan layanan (Ajzen, 1991). Pola mediasi yang muncul selaras dengan definisi mediasi. Pengaruh dari variabel awal diteruskan melalui mediator menuju variabel hasil (Baron & Kenny, 1986). Dalam praktik, fokus pada manfaat fungsional seperti kecepatan, kemudahan, dan reliabilitas meningkatkan sikap dan niat berkelanjutan (Venkatesh et al., 2003).

4.10.2 Harapan Usaha, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.156	Sobel test: 3.60442424	0.02705009	0.00031285
b	0.625	Aroian test: 3.57343747	0.02728465	0.00035233
s _a	0.035	Goodman test: 3.63623134	0.02681348	0.00027666
s _b	0.102	Reset all	Calculate	

Gambar 4.4

Hasil Sobel Test Mediasi Harapan Usaha, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji Sobel Test diketahui bahwa nilai Sobel Test = 3,6044 dengan nilai P = 0,000312, menunjukkan bahwa hubungan harapan usah, sikap positif, dan niat berkelanjutan adalah mediasi.

Besarnya *VAF* (*Variance Accounted For*) yaitu proporsi varians/efek total dapat dihitung dengan rumus = efek tidak langsung ÷ efek total

- Efek tidak langsung = ($\beta_a \times \beta_b$) = $0,156 \times 0,625 = 0,0975$

- Efek langsung = $\beta_c = 0.583$
- Efek total = $(\beta_a \times \beta_b) + \beta_c = 0,0975 + 0,583 = 0,6805$
- Maka nilai VAF = $0,0975 \div 0,6805 = 0.14327$

Temuan tersebut menunjukkan bahwa bagian pengaruh yang lewat mediator hanya sekitar 14%. Mengacu pada pedoman Wetzels et al. (2009) dan Yang & Liu (2023), nilai VAF di bawah 20% digolongkan tidak ada mediasi berdasarkan proporsi. Jadi, meskipun uji Sobel menunjukkan jalur tidak langsung signifikan, tetapi proporsi mediasnya relatif kecil. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran sikap positif dalam memediasi hubungan antara harapan usaha dan niat berkelanjutan adalah tidak kuat karena pengaruh keseluruhan lebih banyak datang dari jalur langsung (harapan usaha ke niat berkelanjutan) dibandingkan melalui sikap positif.

Temuan ini selaras dengan karakter layanan yang utilitarian, di mana rasa mudah dipakai menurunkan beban kognitif dan waktu transaksi sehingga langsung mendorong keputusan mempertahankan penggunaan tanpa harus selalu melalui evaluasi afektif yang kuat (Patil et al., 2020; Venkatesh et al., 2003). Bukti yang menonjolkan kepraktisan juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berhubungan dengan preferensi untuk tetap menggunakan dari waktu ke waktu, sehingga jalur langsung cenderung dominan dalam konteks transaksi berulang (Jung et al., 2020; Zhao & Bacao, 2021).

Implikasinya, desain layanan sistem pembayaran seluler sebaiknya mengurangi hambatan dari awal hingga akhir proses, dengan memangkas langkah yang tidak perlu, membuat navigasi mudah dipahami, dan memberi umpan balik

transaksi yang jelas, karena hal-hal ini menumbuhkan rasa kendali dan aman lalu mendorong niat memakai terus menerus (Zhang et al., 2019). Dukungan di titik layanan perlu konsisten, misalnya perangkat siap dipakai dan petugas kasir sigap membantu, agar alur tetap lancar dan penilaian pengguna tetap positif pada kunjungan berikutnya (Ariffin, 2020). Perbaikan alur ujung ke ujung juga memperkuat rasa mudah dan dukungan yang dirasakan, dan hal ini terbukti penting bagi keputusan untuk bertahan di pasar yang sedang berkembang (Patil et al., 2020). Pada tahap setelah adopsi, pengalaman yang sesuai atau bahkan lebih baik dari harapan menjadi pendorong utama niat berkelanjutan (Bhattacharjee, 2001), sedangkan penguatan sikap berperan sebagai penopang yang berjalan bersama kepuasan dan konfirmasi manfaat harian (Khan et al., 2023).

4.10.3 Kondisi Memfasilitasi, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.706	Sobel test:	5.37625489	0.08207386
b	0.625	Aroian test:	5.35985162	0.08232504
s _a	0.063	Goodman test:	5.39280969	0.08182191
s _b	0.102	Reset all	Calculate	

Gambar 4.5
Hasil Sobel Test Mediasi Kondisi Memfasilitasi, Sikap Positif, dan Niat Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji Sobel Test diketahui bahwa nilai Sobel Test = 5,37625 dengan nilai $P = 8e-8$ (0,00000008), menunjukkan bahwa hubungan kondisi memfasilitasi, sikap positif, dan niat berkelanjutan adalah mediasi.

Besarnya *VAR* (*Variance Accounted For*) yaitu proporsi varians/efek total dapat dihitung dengan rumus = efek tidak langsung ÷ efek total

- Efek tidak langsung = $(\beta_a \times \beta_b) = 0,706 \times 0,625 = 0,44125$

- Efek langsung = $\beta_c = 0,225$
- Efek total = $(\beta_a \times \beta_b) + \beta_c = 0,44125 + 0,225 = 0,66625$
- Maka nilai VAF = $0,44125 \div 0,66625 = 0,662289$

Temuan tersebut menunjukkan bahwa bagian pengaruh yang lewat mediator sekitar 66%. Mengacu pada pedoman Wetzels et al. (2009) dan Yang & Liu (2023), nilai VAF pada rentang 20% - 80% digolongkan mediasi parsial. Jadi, meskipun uji Sobel menunjukkan jalur tidak langsung signifikan, tetapi proporsi mediasnya parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasa mudah dipakai mendorong niat untuk tetap menggunakan pembayaran seluler terutama melalui jalur langsung, sementara sikap positif hanya menambah sebagian dari pengaruh tersebut sebagai mediator pelengkap (Jung et al., 2020; Singh, 2020).

Dalam kerangka UTAUT, harapan usaha mencerminkan persepsi bahwa sistem mudah dipelajari dan dioperasikan, sehingga keputusan untuk melanjutkan penggunaan bisa terbentuk tanpa perlu perubahan sikap yang besar (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012).

Penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa alur yang sederhana, langkah yang sedikit, dan bantuan di titik layanan secara langsung memperkuat kecenderungan memakai kembali karena proses terasa cepat dan tidak merepotkan (Ariffin, 2020). Meskipun demikian, kemudahan yang dirasakan tetap memperbaiki penilaian pengguna, dan penilaian yang lebih baik itu ikut menambah dorongan untuk terus memakai layanan (Chaveesuk et al., 2021; Khalilzadeh et al., 2017).

Pada masa penuh tekanan seperti pandemi, manfaat praktis yang langsung terasa membuat jalur utilitarian lebih menonjol daripada jalur yang lewat perubahan

sikap, sehingga efek langsung harapan usaha ke niat tampak dominan (Upadhyay et al., 2022; Zhao & Bacao, 2021).

Di pasar berkembang, pola yang sama juga tampak, di mana kemudahan berpengaruh langsung pada niat dan sikap berperan sebagai penopang tambahan (Patil et al., 2020; Khan et al., 2023). Pada fase setelah adopsi, konfirmasi pengalaman dan kegunaan yang dirasakan sering lebih menentukan niat berkelanjutan dibanding sikap semata, sehingga peningkatan kemudahan cenderung mengalir langsung ke keputusan memakai ulang (Bhattacharjee, 2001; Singh, 2020).

Implikasi kesederhanaan desain mendukung temuan ini karena pemangkasan langkah, navigasi yang mudah, dan umpan balik transaksi yang jelas terbukti memperkuat persepsi kemudahan dan mendorong niat bertahan (Chao, 2019; Bai & Guo, 2022). Peran sikap dapat menjadi lebih menonjol ketika antarmuka belum matang atau risiko dipersepsikan tinggi, tetapi pada ekosistem yang stabil kontribusinya cenderung melengkapi, bukan menggantikan, pengaruh langsung kemudahan (Kim & Yoo, 2020; Le, 2022).

Secara keseluruhan, pola ini konsisten dengan mediasi parsial yang saling melengkapi, di mana sikap menyalurkan sebagian pengaruh harapan usaha, namun keputusan mempertahankan penggunaan terutama digerakkan oleh pengalaman rasa mudah dari waktu ke waktu (Jung et al., 2020; Patil et al., 2020).

4.11 Persamaan Struktural (*Standardized Regression Weights*)

- $\eta_1 = \text{FA} = \text{Sikap Positif}$
- $\eta_2 = \text{CIN} = \text{Niat Berkelanjutan}$
- $\xi_1 = \text{PE} = \text{Harapan Kinerja}$
- $\xi_2 = \text{EE} = \text{Harapan Usaha}$
- $\xi_3 = \text{SI} = \text{Pengaruh Sosial}$
- $\xi_4 = \text{FC} = \text{Kondisi Memfasilitasi}$
- $\xi_5 = \text{DIS} = \text{Ketidakpuasan pada Uang Tunai}$
- $\xi_6 = \text{PS} = \text{Persepsi Keamanan pada Sistem Pembayaran Seluler}$
- $\xi_7 = \text{INE} = \text{Inersia pada Uang Tunai}$
- ζ_1 dan $\zeta_2 = \text{error/residual}$

1) Persamaan Sikap Positif ($\eta_1 = \text{Sikap Positif}$)

Bentuk umum:

$$\eta_1 = \gamma_{11} \cdot \xi_1 + \gamma_{12} \cdot \xi_2 + \gamma_{13} \cdot \xi_3 + \gamma_{14} \cdot \xi_4 + \zeta_1$$

Substitusi koefisien:

$$\text{FA} = 0,165 \cdot \text{PE} + 0,156 \cdot \text{EE} - 0,021 \cdot \text{SI} + 0,706 \cdot \text{FC} + \zeta_1$$

2) Persamaan Niat Berkelanjutan ($\eta_2 = \text{Niat Berkelanjutan}$)

Bentuk umum:

$$\eta_2 = \beta_{2.1} \cdot \eta_1 + \gamma_{21} \cdot \xi_1 + \gamma_{22} \cdot \xi_2 + \gamma_{23} \cdot \xi_3 + \gamma_{24} \cdot \xi_4 + \gamma_{25} \cdot \xi_5 + \gamma_{26} \cdot \xi_6 + \gamma_{27} \cdot \xi_7 + \zeta_2$$

Substitusi koefisien (*standardized*):

$$\begin{aligned} \text{CIN} = & 0,625 \cdot \text{FA} + 0,188 \cdot \text{PE} + 0,583 \cdot \text{EE} - 0,039 \cdot \text{SI} + 0,225 \cdot \text{FC} - 0,411 \cdot \text{DIS} \\ & + 0,058 \cdot \text{PS} - 0,172 \cdot \text{INE} + \zeta_2 \end{aligned}$$

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

1. Harapan kinerja mendorong sikap yang lebih positif, ketika manfaat layanan terasa nyata dalam transaksi sehari-hari, maka sikap pengguna ikut menguat.
2. Harapan kinerja juga meningkatkan niat untuk terus menggunakan, kinerja pembayaran seluler yang konsisten menjadi alasan utama keberlanjutan pemakaian.
3. Harapan usaha berkontribusi pada sikap yang lebih menyenangkan, semakin mudah dipelajari dan dioperasikan, semakin baik cara pandang pengguna terhadap layanan.
4. Harapan usaha berpengaruh langsung pada keputusan mempertahankan penggunaan; kemudahan mengalir cepat menjadi pilihan berulang tanpa harus melalui proses pertimbangan yang panjang.
5. Pengaruh sosial tidak tampak membentuk sikap; dalam konteks ini, penilaian pengguna lebih bertumpu pada pengalaman pribadi ketimbang dorongan lingkungan.
6. Pengaruh sosial juga tidak menjadi penentu niat berkelanjutan; keputusan memakai ulang lebih banyak digerakkan faktor utilitarian dan pengalaman aktual.
7. Kondisi yang memfasilitasi membangun sikap yang sangat positif; dukungan nyata, ketersediaan perangkat, dan alur yang jelas membuat layanan terasa andal.
8. Kondisi yang memfasilitasi turut memperkuat niat berkelanjutan; bantuan di titik layanan dan proses transaksi yang mulus menormalkan pemakaian ulang.
9. Sikap positif menjadi penggerak utama niat; ketika evaluasi terhadap layanan baik, komitmen untuk tetap menggunakan cenderung menguat.

10. Ketidakpuasan tidak serta-merta memperkuat niat bertahan di saluran seluler; dorongan menjauh dari tunai perlu disertai pengalaman digital yang benar-benar bernilai.
11. Persepsi keamanan tidak membedakan niat pada fase pascaadopsi; keamanan dipandang sebagai syarat dasar yang sudah diasumsikan hadir.
12. Inersia melemahkan niat berkelanjutan; keterikatan pada pola lama menggerus komitmen untuk tetap memakai pembayaran seluler.

Secara keseluruhan, keberlanjutan penggunaan terutama ditopang oleh penilaian yang positif dan dukungan lingkungan yang kasatmata, sementara tekanan sosial, ketidakpuasan, dan keamanan berperan terbatas dalam ekosistem pengguna yang telah relatif akrab dengan pembayaran seluler.

5.2 KONTRIBUSI PENELITIAN

5.2.1 Kontribusi Teoretis

Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang keberlanjutan penggunaan pembayaran seluler dengan menegaskan dua jalur utama yang bekerja berdampingan. Jalur pertama bersifat evaluatif, yaitu keyakinan dan pengalaman membentuk sikap yang lebih positif, lalu sikap mendorong niat untuk terus menggunakan. Jalur kedua bersifat fungsional, yaitu kemudahan dan dukungan sistem dapat langsung menggerakkan niat tanpa harus melalui perubahan sikap yang kuat. Dengan demikian, pengembangan UTAUT pada fase pascaadopsi lebih akurat bila memasukkan kedua jalur ini sekaligus.

Peran kondisi yang memfasilitasi muncul sangat menonjol. Dukungan jaringan, kejelasan alur, ketersediaan bantuan, dan stabilitas layanan tidak hanya

menjadi prasyarat teknis, tetapi juga sumber nilai yang meningkatkan penilaian pengguna sekaligus mendorong keputusan untuk tetap memakai. Harapan usaha juga bekerja ganda, membentuk sikap yang lebih baik dan pada saat yang sama mendorong niat secara langsung, terutama pada transaksi yang berulang dan berorientasi efisiensi.

Hasil yang tidak signifikan pada pengaruh sosial dan persepsi keamanan terhadap niat berkelanjutan menegaskan pentingnya membedakan fase penggunaan. Pada tahap lanjutan, ketika standar keamanan dianggap memadai dan pengguna sudah berpengalaman, variasi norma sosial dan rasa aman tidak lagi menjadi pembeda kuat. Temuan ini menyarankan penyesuaian teori: pengaruh sosial dan keamanan lebih besar pada fase adopsi awal, lalu menurun pada fase keberlanjutan atau bekerja melalui perantara seperti kepercayaan, kepuasan, dan kebiasaan.

Temuan mengenai inersia memberikan sumbangan kunci. Inersia terbukti melemahkan niat berkelanjutan ketika kebiasaan yang mengakar adalah penggunaan uang tunai. Hal ini selaras dengan kerangka push–pull–mooring, di mana inersia bertindak sebagai pengikat yang menahan perpindahan meskipun ada penarik berupa manfaat pembayaran seluler, serta sejalan dengan konsep status quo bias yang menjelaskan kecenderungan bertahan pada cara lama karena rasa nyaman dan perkiraan biaya berpindah. Kontribusi pentingnya adalah perlunya mendefinisikan secara jelas objek inersia dalam model. Arah pengaruh inersia akan mengikuti kebiasaan dominan pengguna, sehingga penjelasan antar konteks menjadi lebih tajam dan relevan.

5.2.2 Kontribusi Praktis

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa sistem pembayaran yang memiliki alur bayar yang ringkas, langkah sesedikit mungkin, respons cepat, dan status transaksi yang jelas menjadi perhatian penting pengguna layanan pembayaran seluler. Penyelenggara layanan pembayaran seluler perlu menyediakan panduan singkat di dalam aplikasi, chatbot yang responsif, serta pusat bantuan mandiri agar pengguna merasa mampu menyelesaikan masalah tanpa keluar dari proses. Di lokasi transaksi, pastikan perangkat selalu siap, jaringan stabil, dan petugas proaktif membantu. Sistem pembayaran seluler harus mampu membuat pengguna merasakan pengalaman yang sama baiknya di setiap titik pembayaran, sehingga menumbuhkan penilaian positif dan meningkatkan pemakaian berulang.

Penilaian ini mengindikasikan bahwa beberapa faktor berperan sebagai syarat dasar, bukan lagi pendorong utama keputusan bertahan. Kemudahan penggunaan dan rasa aman umumnya sudah dinilai memadai oleh banyak pengguna, begitu pula dorongan menjauh dari uang tunai yang tidak lagi menjadi pemicu utama perilaku adopsi sistem pembayaran seluler secara berkelanjutan. Karena itu, peningkatan kemudahan atau keamanan tidak otomatis menaikkan niat untuk terus menggunakan. Penyelenggara layanan perlu menjaga standar kemudahan tetap tinggi bagi pengguna baru. Melakukan orientasi yang sederhana dan memberikan bantuan saat dibutuhkan dan mengkomunikasikan layanan keamanan secara jelas, tanpa membebani. Pendekatan ini juga menghadirkan pengalaman nyata yang mendorong kebiasaan memakai kembali.

Penyelenggara layanan perlu mendesain produk yang bisa dipakai di mana-mana misalnya bisa scan dan bayar di berbagai merchant, kirim dana lintas bank, dan menerima refund tanpa ribet. Menghadirkan integrasi lintas aplikasi sehingga dapat dipakai di *marketplace*, transportasi, pesan-antar, dan *chat commerce* tanpa keluar-masuk aplikasi. Menoptimalkan fitur pembayaran berulang untuk kebutuhan rutin seperti langganan, listrik,

paket data, dan *top-up* otomatis—fokus pada setelan yang mudah, stabil, dan benar-benar dipakai.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini tidak mengoperasionalkan variabel demografi seperti tingkat kelompok usia/generasi dan gender. Ketiadaan pengendalian terhadap variabel-variabel ini dapat menyebabkan ketidakmampuan untuk mendeteksi perbedaan perilaku yang signifikan dalam penggunaan layanan sistem pembayaran seluler di antara berbagai kelompok demografis. Variabel-variabel demografis, seperti usia, dan jenis kelamin sering kali memengaruhi cara pengguna berinteraksi dengan teknologi dan keputusan mereka terkait teknologi (Venkatesh et al., 2003). Tanpa mengontrol faktor-faktor ini, analisis yang dilakukan mungkin tidak mencerminkan variasi perilaku yang ada di antara kelompok-kelompok demografis yang berbeda, sehingga hasil penelitian menjadi kurang representatif. Hal ini dapat membatasi pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan di berbagai segmen populasi, berpotensi mengarah pada generalisasi temuan yang kurang akurat dan menurunkan validitas serta aplikabilitas hasil penelitian secara keseluruhan.

Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* yang memiliki beberapa keterbatasan penting untuk dipertimbangkan. Karena data hanya dikumpulkan pada satu titik waktu, sulit bagi peneliti untuk menentukan apakah satu variabel mempengaruhi variabel lain, karena urutan temporal tidak dapat diidentifikasi. Ini berarti bahwa dinamika dan perubahan yang terjadi seiring waktu tidak dapat ditangkap, membatasi pemahaman tentang bagaimana variabel-variabel saling

berinteraksi dan berkembang. Selain itu, penelitian *cross-sectional* sangat bergantung pada representativitas sampel pada saat pengumpulan data. Jika sampel tidak benar-benar mencerminkan populasi target, hasilnya bisa bias dan tidak dapat digeneralisasikan secara akurat. Desain ini juga tidak memungkinkan untuk mengukur perubahan individu dari waktu ke waktu atau memahami proses yang mendasarinya. Penggunaan survei atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data sering kali dipengaruhi oleh interpretasi subjektif responden atau kecenderungan mereka untuk memberikan jawaban yang dianggap sosial diterima, yang dapat memengaruhi keakuratan hasil penelitian (Creswell & Creswell, 2018).

5.4 REKOMENDASI PENELITIAN SELANJUTNYA

Dalam penelitian selanjutnya, sangat disarankan untuk memasukkan variabel umur dan gender sebagai kontrol. Mengingat bahwa kedua faktor ini dapat memengaruhi persepsi dan respons terhadap variabel yang diteliti, mengontrolnya akan menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh dan akurat mengenai hubungan antar variabel. Dengan mengendalikan umur dan gender, peneliti dapat meminimalkan potensi bias dan lebih tepat menentukan hubungan sebab-akibat, sehingga hasil penelitian menjadi lebih terpercaya dan relevan untuk berbagai kelompok populasi. Selain itu, hal ini juga memungkinkan untuk mengidentifikasi perbedaan efek variabel utama berdasarkan umur atau gender, memberikan wawasan yang lebih mendalam dan kontekstual.

Untuk penelitian selanjutnya mengenai niat berkelanjutan dalam menggunakan layanan pembayaran seluler, disarankan untuk mempertimbangkan

beberapa pendekatan metodologis yang lebih komprehensif. Selain menggunakan desain longitudinal, yang memungkinkan peneliti melacak perubahan niat pengguna dari waktu ke waktu dan memberikan wawasan yang lebih dinamis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, pendekatan metode campuran juga bisa sangat bermanfaat. Dengan menggabungkan analisis kuantitatif dan wawancara kualitatif, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual. Selain itu, memasukkan penelitian eksperimen dalam metodologi dapat memberikan perspektif yang lebih terkontrol mengenai sebab-akibat. Eksperimen memungkinkan peneliti untuk secara sistematis memanipulasi variabel tertentu dan mengamati dampaknya terhadap niat berkelanjutan, memberikan bukti yang lebih kuat tentang hubungan kausal dibandingkan dengan desain non-eksperimental. Dengan kombinasi desain longitudinal, metode campuran, dan pendekatan eksperimental, penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih holistik dan mendalam mengenai niat berkelanjutan dalam penggunaan layanan pembayaran seluler.

Untuk meningkatkan daya prediksi model dalam memotret perilaku berkelanjutan menggunakan layanan pembayaran seluler, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model dengan menambahkan konstruk kepuasan pengguna (Bhattacharjee, 2001), kecocokan teknologi (Goodhue & Thompson, 1995)(Goode et al., 2017), dan kepercayaan (Gefen et al., 2003). Konstruksi kepuasan pengguna akan memberikan gambaran lebih mendalam tentang bagaimana pengalaman pengguna mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, teori *Technology Fit* dapat

mengukur sejauh mana teknologi pembayaran seluler sesuai dengan kebutuhan dan konteks penggunaan pengguna. Selain itu, menambahkan konstruk kepercayaan akan membantu mengevaluasi sejauh mana keyakinan pengguna terhadap keamanan dan integritas layanan mempengaruhi niat berkelanjutan mereka. Dengan mengintegrasikan ketiga konstruk ini, model penelitian dapat menawarkan wawasan yang lebih komprehensif dan akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan, serta meningkatkan pemahaman tentang dinamika yang mendorong adopsi dan penggunaan layanan pembayaran seluler secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Halim, N. A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A. P., & Nawaser, K. (2022). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality and Quantity*, 56(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Abegao Neto, F. L., & Figueiredo, J. C. B. de. (2023). Effects of age and income moderation on adoption of mobile payments in Brazil. *Innovation and Management Review*, 20(4), 353–364. <https://doi.org/10.1108/INMR-06-2021-0109>
- Abraham Sleiman, K. A., Juanli, L., Lei, H. Z., Rong, W., Yubo, W., Li, S., Cheng, J., & Amin, F. (2023). Factors that impacted mobile-payment adoption in China during the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 9(5), e16197. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16197>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. In *European Review of Social Psychology* (Vol. 11, Issue 1). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1080/14792779943000116>
- Al Amin, M., Arefin, M. S., Alam, M. S., & Rasul, T. F. (2022). Understanding the Predictors of Rural Customers' Continuance Intention toward Mobile Banking Services Applications during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Global Marketing*, 35(4), 324–347. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.2018750>
- Albarracin, D., & Shavitt, S. (2018). Attitudes and Attitude Change. *Annual Review of Psychology*, 69, 299–327. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011911>
- Albarracin, D., Zanna, M. P., & Johnson, B. T. (2021). Attitudes: Introduction and Scope. *The Handbook of Attitudes*, i, 17–34. <https://doi.org/10.4324/9781410612823-8>
- Albashrawi, M., Kartal, H., Oztekin, A., & Motiwalla, L. (2019). Self-Reported and Computer-Recorded Experience in Mobile Banking: a Multi-Phase Path Analytic Approach. *Information Systems Frontiers*, 21(4), 773–790. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10796-018-9892-1>
- Alhadid, I., Abu-Taieh, E., Alkhaldeh, R. S., Khwaldeh, S., Masa'deh, R., Kaabneh, K., & Alrowwad, A. (2022). Predictors for E-Government Adoption of SANAD App Services Integrating UTAUT, TPB, TAM, Trust, and Perceived Risk. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14). <https://doi.org/10.3390/ijerph19148281>

- Almaiah, M. A., Al-Rahmi, A., Alturise, F., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Alkhalaf, S., Al-Rahmi, W. M., Al-sharaieh, S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). Investigating the Effect of Perceived Security, Perceived Trust, and Information Quality on Mobile Payment Usage through Near-Field Communication (NFC) in Saudi Arabia. *Electronics (Switzerland)*, 11(23), 1–22. <https://doi.org/10.3390/electronics11233926>
- Almén, N., Lundberg, H., Sundin, Ö., & Jansson, B. (2018). The reliability and factorial validity of the Swedish version of the Recovery Experience Questionnaire. *Nordic Psychology*, 70(4), 324–333. <https://doi.org/10.1080/19012276.2018.1443280>
- Ammari, N. B., Hsouna, A., Benabdallah, M., Yousaf, A., & Mishra, A. (2025). Consumer responses to the failure of self-service banking technology : moderating role of failure stability. *International Journal of Bank Marketing*, 40(3). <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2021-0192>
- Angelia, D. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022
- Aprilia, C., & Amalia, R. (2023). Perceived Security and Technology Continuance Theory: An Analysis Of Mobile Wallet Users' Continuance Intention. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/09721509221145831>
- Ariffin, N. H. M., Ahmad, F., & Haneef, U. M. (2020). Acceptance of mobile payments by retailers using UTAUT model. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 19(1), 149–155. <https://doi.org/10.11591/IJEECS.V19.I1.PP149-155>
- Auer, R., Cornelli, G., & Frost, J. (2020). *BIS Bulletin payments*. 3, 7. www.bis.org
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2(March). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Bai, B., & Guo, Z. (2022). Understanding Users' Continuance Usage Behavior Towards Digital Health Information System Driven by the Digital Revolution Under COVID-19 Context: An Extended UTAUT Model. *Psychology Research and Behavior Management*, 15(August), 2831–2842. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S364275>
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- Bankole, F. O., Bankole, O. O., & Brown, I. (2011). Mobile Banking Adoption in Nigeria. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 47(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2011.tb00330.x>

- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). "Migrating" to new service providers: Toward a unifying framework of consumers' switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research : Conceptual , Strategic , and Statistical Considerations*. 51(6), 1173–1182.
- Basu, B., Sebastian, M. P., & Kumar, A. (2024). What affects the promoting intention of mobile banking services ? Insights from mining consumer reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77(January), 103695. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103695>
- Bechler, C. J., Tormala, Z. L., & Rucker, D. D. (2021). The Attitude–Behavior Relationship Revisited. *Psychological Science*, 32(8), 1285–1297. <https://doi.org/10.1177/0956797621995206>
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588–606. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>
- Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78–117. <https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>
- Bhattacharjee, A. (2001). UNDERSTANDING INFORMATION SYSTEMS CONTINUANCE: AN EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Bhattacharjee, A., & Park, S. C. (2014). Why end-users move to the cloud: A migration-theoretic analysis. *European Journal of Information Systems*, 23(3), 357–372. <https://doi.org/10.1057/ejis.2013.1>
- Blut, M., Chong, A. Y. L., Tsigana, Z., & Venkatesh, V. (2022). Meta-Analysis of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Challenging its Validity and Charting a Research Agenda in the Red Ocean. *Journal of the Association for Information Systems*, 23(1), 13–95. <https://doi.org/10.17705/1jais.00719>
- Bohari, S. A., Abdul-Rahim, R., & Aman, A. (2022). Role of comparative economic benefits on intention to use e-wallet: the case in Malaysia. *International Journal of Electronic Finance*, 11(4), 364–382. <https://doi.org/10.1504/ijef.2022.126476>
- Bollen, K. A., & Stine, R. A. (1992). Bootstrapping Goodness-of-Fit Measures in Structural Equation Models. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 205–229. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002004>
- Boomsma, A. (2000). Reporting Analyses of Covariance Structures. *Psychology*, 7(3), 461–483. <https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0703>
- Byrne, B. M. (2013). Structural Equation Modeling With AMOS. *Structural*

Equation Modeling With AMOS, July.
<https://doi.org/10.4324/9781410600219>

- Cham, T.-H., Cheah, J.-H., Cheng, B.-L., & Lim, X.-J. (2022). I Am too old for this! Barriers contributing to the non-adoption of mobile payment. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 1017–1050.
- Chang, V., Chen, W., Xu, Q., & Xiong, C. (2021). Towards the Customers' Intention to Use QR Codes in Mobile Payments. *Journal of Global Information Management*, 29(6), 1–21.
<https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a37>
- Changchit, C., Changchit, C., Cutshall, R., Pham, L., & Rao, M. (2023). Understanding the Determinants of Customer Intention to Use Mobile Payment: The Vietnamese Perspective. *Journal of Global Information Management*, 31(1). <https://doi.org/10.4018/JGIM.319740>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 10(JULY), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2021). Digital payment system innovations: A marketing perspective on intention and actual use in the retail sector. *Innovative Marketing*, 17(3), 109–123.
[https://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.09](https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.09)
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2014). *Social Influence : Compliance and Conformity*. May. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- De Vries, J., Roy, D., & De Koster, R. (2018). Worth the wait? How restaurant waiting time influences customer behavior and revenue. *Journal of Operations Management*, 63(April 2017), 59–78.
<https://doi.org/10.1016/j.jom.2018.05.001>
- Dhingra, S., & Gupta, S. (2020). Behavioural intention to use mobile banking: An

extension of UTAUT2 model. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction*, 12(3), 1–20.
<https://doi.org/10.4018/IJMHCI.2020070101>

- Di Pietro, L., Guglielmetti Mugion, R., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463–479.
<https://doi.org/10.1016/j.trc.2015.05.001>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Raman, R. (2020). A meta-analysis based modified unified theory of acceptance and use of technology (meta-UTAUT): a review of emerging literature. *Current Opinion in Psychology*, 36, 13–18. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.008>
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384.
<https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Fan, L., Zhang, X., Rai, L., & Du, Y. (2021). Mobile payment: The next frontier of payment systems? - an empirical study based on push-pull-mooring framework. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(2), 155–169. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200111>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Reading, Massachusetts*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gal, D. (2006). A psychological law of inertia and the illusion of loss aversion. *Judgment and Decision Making*, 1(1), 23–32.
<https://doi.org/10.1017/s1930297500000322>
- Gefen, David;Karahanna. Elena;Straub.Detmar.W. (2003). TRUST AND TAM IN ONLINE SHOPPING: AN INTEGRATED MODEL. *MIS Quarte*, 27(1), 51–90. <http://www.jstor.org/stable/30036519> .
- Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0 Update Bayesian SEM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Giovanis, A., Assimakopoulos, C., & Sarmaniotis, C. (2019). Adoption of mobile self-service retail banking technologies: The role of technology, social, channel and personal factors. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(9), 894–914. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2018-0089>
- Gong, X., Zhang, K. Z. K., Chen, C., Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2020). Transition from web to mobile payment services: The triple effects of status quo inertia. *International Journal of Information Management*, 50, 310–324. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.006>
- Goode, S., Hoehle, H., Venkatesh, V., & Brown, S. A. (2017). User Compensation as a Data Breach Recovery Action: An Investigation of the Sony PlayStation Network Breach. *MIS Quarterly*, 41(3), 703–727. <https://doi.org/10.25300/misq/2017/41.3.03>
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 19(2), 213–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249689>
- Graf, A., Fehring, L., Henningsen, M., & Zinner, M. (2023). Going digital in Germany: An exploration of physicians' attitudes towards the introduction of electronic prescriptions – A mixed methods approach. *International Journal of Medical Informatics*, 174(January), 105063. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2023.105063>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Gupta, K. P., Singh, S., & Bhaskar, P. (2016). Citizen adoption of e-government: A literature review and conceptual framework. *Electronic Government*, 12(2), 160–185. <https://doi.org/10.1504/EG.2016.076134>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hammouri, Q., Aloqool, A., Saleh, B. A., Aldossary, H., Al Frejat, S. Y., Halim, M., Almajali, D. A., Al-Gasawneh, J. A., & Darawsheh, S. D. R. (2023). An empirical investigation on acceptance of e-wallets in the fintech era in Jordan: Extending UTAUT2 model with perceived trust. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1249–1258. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.4.013>
- Haskamp, T., Dremel, C., Marx, C., & Uebernickel, F. (2021). Understanding Inertia in Digital Transformation : A Literature Review and Multilevel Research Framework. *International Conference on Information Systems*.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hong, S. J., Thong, J. Y. L., Moon, J. Y., & Tam, K. Y. (2008). Understanding the behavior of mobile data services consumers. *Information Systems Frontiers*, 10(4), 431–445. <https://doi.org/10.1007/s10796-008-9096-1>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling : Guidelines for Determining Model Fit Structural equation modelling : guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.12.1.58>
- Hsieh, P. J. (2021). Understanding medical consumers' intentions to switch from cash payment to medical mobile payment: A perspective of technology migration. *Technological Forecasting and Social Change*, 173(August 2020), 121074. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121074>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Istijanto, & Handoko, I. (2022). Customers' continuance usage of mobile payment during the COVID-19 pandemic. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 345–362. <https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0016>
- Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*, 132, 354–372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>
- Jayarathne, P. G. S. A., Chathuranga, B. T. K., Dewasiri, N. J., & Rana, S. (2023). Motives of mobile payment adoption during COVID-19 pandemic in Sri Lanka: a holistic approach of both customers' and retailers' perspectives. *South Asian Journal of Marketing*, 4(1), 51–73. <https://doi.org/10.1108/sajm-03-2022-0013>
- Jia, X., Pang, Y., Huang, B., & Hou, F. (2023). Understanding consumers' continuance intention to watch streams: A value-based continuance intention model. *Frontiers in Psychology*, 14(March), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1073301>
- Johnsen, S. Å. K. (2016). Inertia processes and status quo bias in promoting green change. *Human Affairs*, 26(4), 400–409. <https://doi.org/10.1515/humaff-2016-0034>

- Jung, J. H., Kwon, E., & Kim, D. H. (2020). Mobile payment service usage: U.S. consumers' motivations and intentions. *Computers in Human Behavior Reports*, 1(February), 100008. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100008>
- Kar, A. K. (2021). What Affects Usage Satisfaction in Mobile Payments? Modelling User Generated Content to Develop the "Digital Service Usage Satisfaction Model." *Information Systems Frontiers*, 23(5), 1341–1361. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10045-0>
- Karjaluoto, H., Mattila, M., & Pento, T. (2002). Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland. *International Journal of Bank Marketing*, 20(6), 261–272. <https://doi.org/10.1108/02652320210446724>
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102091>
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, 70, 460–474. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.001>
- Khan, S., Khan, S. U., Khan, I. U., Khan, S. Z., & Khan, R. U. (2023). Understanding consumer adoption of mobile payment in Pakistan. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2021-0110>
- Khechine, H., Raymond, B., & Augier, M. (2020). The adoption of a social learning system: Intrinsic value in the UTAUT model. *British Journal of Educational Technology*, 51(6), 2306–2325. <https://doi.org/10.1111/bjet.12905>
- Khlaif, Z. N., Sanmugam, M., & Ayyoub, A. (2023). Impact of Technostress on Continuance Intentions to Use Mobile Technology. *Asia-Pacific Education Researcher*, 32(2), 151–162. <https://doi.org/10.1007/s40299-021-00638-x>
- Kim, B., & Kang, M. (2016). How user loyalty and nonconscious inertia influence the continued use of mobile communications platforms. *International Journal of Mobile Communications*, 14(4), 387–410. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2016.077337>
- Kim, B., Kim, S. (Sam), & Heo, C. Y. (2019). Consequences of Customer Dissatisfaction in Upscale and Budget Hotels: Focusing on Dissatisfied Customers' Attitude Toward a Hotel. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 20(1), 15–46. <https://doi.org/10.1080/15256480.2017.1359728>
- Kim, C., Kim, S., Im, S., & Shin, C. (2003). The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4–5), 352–371. <https://doi.org/10.1108/07363760310483702>
- Kim, K. S. (2022). Methodology of Non-probability Sampling in Survey

- Research. *American Journal of Biomedical Science & Research*, 15(6), 616–618. <https://doi.org/10.34297/ajbsr.2022.15.002166>
- Kim, S. H., & Yoo, B. K. (2020). Factors Influencing the Reuse of Mobile Payment Services in Retail. *Journal of Distribution Science*, 18(3), 53–65. <https://doi.org/10.15722/jds.18.3.202003.53>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). The Guilford Press. <https://doi.org/10.15353/cgjsc-rcssc.v1i1.25>
- Krasniqi, M., & Krasniqi, D. (2014). Attitudes and Costumer Behaviour. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.26417/ejser.v2i1.p98-104>
- Kuo, R. Z. (2020). Why do people switch mobile payment service platforms? An empirical study in Taiwan. *Technology in Society*, 62(June 2020), 101312. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101312>
- Lai, K. P., & Chong, S. C. (2023). Influences of time perspectives and perceived values on continuance intention to engage in social media amongst older adults for healthcare-related purposes. *Universal Access in the Information Society*, 22(2), 315–329. <https://doi.org/10.1007/s10209-021-00845-9>
- Laksamana, P., Suharyanto, S., & Cahaya, Y. F. (2023). Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(7), 1699–1718. <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2021-0851>
- Le, H. B. H., Ngo, C. T., Trinh, T. T. H., & Nguyen, T. T. P. (2020). Factor affecting customers' decision to use mobile banking service: A case of thanh hoa province, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 205–212. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.205>
- Le, X. C. (2022). The diffusion of mobile QR-code payment: an empirical evaluation for a pandemic. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(4), 617–636. <https://doi.org/10.1108/APJBA-07-2021-0329>
- Lee, E. T., & Li, X. (2023). Breaking Status-Quo Inertial Use of Incumbent Payment to Adopt Mobile Payment: A Contingency Perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 0(0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2212219>
- Lee, J. M., Lee, B., & Rha, J. Y. (2019). Determinants of mobile payment usage and the moderating effect of gender: Extending the UTAUT model with privacy risk. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 10(1), 43–64. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1644>
- Lian, J. W., & Li, J. (2021). The dimensions of trust: An investigation of mobile payment services in Taiwan. *Technology in Society*, 67(May). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101753>
- Lin, C. P., & Hsieh, C. Y. (2023). Modeling Switching Intention of Mobile Payment Service in the Moderation of Usage Inertia and IT Self-Efficacy:

Implications for User Education. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(15), 2993–3002.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2090091>

- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Lin, T. C., & Huang, S. L. (2014). Understanding the determinants of consumers' switching intentions in a standards war. *International Journal of Electronic Commerce*, 19(1), 163–189. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415190105>
- Lin, W. R., Lin, C., & Ding, Y. (2020). *Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Payment : An Empirical Study in Taiwan*.
- Lin, X., Chien, S. W., Hung, C. W., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. (2021). The Impact of Switching Intention of Telelearning in COVID-19 Epidemic's Era: The Perspective of Push-Pull-Mooring Theory. *Frontiers in Psychology*, 12(July), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.639589>
- Lin, X., Wu, R. Z., Lim, Y. T., Han, J., & Chen, S. C. (2019). Understanding the sustainable usage intention of mobile payment technology in Korea: Cross-countries comparison of Chinese and Korean users. *Sustainability (Switzerland)*, 11(19), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su11195532>
- Lisana, L. (2020). Factors influencing the adoption of mobile payment systems in Indonesia. *International Journal of Web Information Systems*, 17(3).
<https://doi.org/10.1108/IJWIS-01-2021-0004>
- Liu, C. H., Chen, Y. T., Kittikowit, S., Hongsuchon, T., & Chen, Y. J. (2022). Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology to Evaluate the Impact of a Mobile Payment App on the Shopping Intention and Usage Behavior of Middle-Aged Customers. *Frontiers in Psychology*, 13(March 2022), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.830842>
- Liu, Z., Ben, S., & Zhang, R. (2019). Factors affecting consumers' mobile payment behavior: a meta-analysis. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 575–601. <https://doi.org/10.1007/s10660-019-09349-4>
- Loh, X. M., Lee, V. H., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2021). Switching from cash to mobile payment: what's the hold-up? *Internet Research*, 31(1), 376–399. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2020-0175>
- Lu, H. P., & Wung, Y. S. (2021). Applying transaction cost theory and push-pull-mooring model to investigate mobile payment switching behaviors with well-established traditional financial infrastructure. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(2), 1–21.
<https://doi.org/10.4067/S0718-18762021000200102>
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods*, 4(1), 84–99.

<https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.1.84>

- Malarvizhi, C. A., Mamun, A. Al, Jayashree, S., Naznen, F., & Abir, T. (2022). *Predicting the Intention and Adoption of Near Field Communication Mobile Payment*. 13(April), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.870793>
- Maqableh, M., Hmoud, H. Y., Jaradat, M., & Masa'deh, R. (2021). Integrating an information systems success model with perceived privacy, perceived security, and trust: the moderating role of Facebook addiction. *Heliyon*, 7(9), e07899. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07899>
- Marsh, H. W., Scalas, L. F., & Nagengast, B. (2010). Longitudinal tests of competing factor structures for the rosenberg self-esteem scale: Traits, ephemeral artifacts, and stable response styles. *Psychological Assessment*, 22(2), 366–381. <https://doi.org/10.1037/a0019225>
- Martínez-Mesa, J., González-Chica, D. A., Duquia, R. P., Bonamigo, R. R., & Bastos, J. L. (2016). Sampling: How to select participants in my research study? *An Bras Dermatol*, 91(3), 326–330. <https://doi.org/10.1590/abd1806-4841.20165254>
- Martinez, B. M., & Mcandrews, L. E. (2022). Do you take ...? The effect of mobile payment solutions on use intention : an application of UTAUT2. *Journal of Marketing Analytics*, July. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00175-6>
- Medina-Molina, C., Rey-Moreno, M., Cazurro-Barahona, V., & Parrondo, S. (2019). The adoption of mobile banking applications from a dual perspective. *Sociologia y Tecnociencia*, 9(2), 1–22. <https://doi.org/10.24197/st.2.2019.1-22>
- Mensah, I. K., Liu, Y., & Luo, C. (2021). Factors influencing the continued acceptance of wechat mobile payments by Chinese Vendors. *Information Resources Management Journal*, 34(4), 28–47. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2021100102>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(January), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Migliore, G., Wagner, R., Cechella, F. S., & Liébana-Cabanillas, F. (2022). Antecedents to the Adoption of Mobile Payment in China and Italy: an Integration of UTAUT2 and Innovation Resistance Theory. *Information Systems Frontiers*, 24(6), 2099–2122. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10237-2>
- Miller, P. G., Johnston, J., Dunn, M., Fry, C. L., & Degenhardt, L. (2010). Comparing probability and non-probability sampling methods in ecstasy research: Implications for the Internet as a research tool. *Substance Use and Misuse*, 45(3), 437–450. <https://doi.org/10.3109/10826080903452470>

- Mohapatra, M. R., Moirangthem, N. S., & Vishwakarma, P. (2020). Mobile Banking Adoption Among Rural Consumers: Evidence from India. *American Business Review*, 23(2), 300–315. <https://doi.org/10.37625/abr.23.2.300-315>
- Mombeuil, C., & Uhde, H. (2021). Relative convenience, relative advantage, perceived security, perceived privacy, and continuous use intention of China's WeChat Pay: A mixed-method two-phase design study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(November 2020). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102384>
- Moon, B. (1995). Paradigms in migration research: Exploring 'moorings' as a schema. *Progress in Human Geography*, 19(4), 504–524. <https://doi.org/10.1177/030913259501900404>
- Mukhopadhyay, S., & Upadhyay, P. (2022). Institutional intervention in technology innovation: the struggle to increase mobile payment adoption. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 24(1), 74–92. <https://doi.org/10.1108/DPRG-01-2021-0002>
- Mumtaza, Q. M. H., Nabillah, S. I., Amaliya, S., Rosabella, Y., & Hammad, J. A. (2020). Worldwide mobile wallet: a futuristic cashless system. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 4(2), 70–75. <https://doi.org/10.31763/businta.v4i2.204>
- Neelam, & Bhattacharya, S. (2023). The Role of Mobile Payment Apps in Inclusive Financial Growth. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 17(1), 9–31. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v17i1.02>
- Nel, J., & Boshoff, C. (2020). Status quo bias and shoppers' mobile website purchasing resistance. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1433–1466. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2018-0144>
- Nugawela, S., & Sedera, D. (2022). Status Quo Bias in Users' Information Systems (IS) Adoption and Continuance Intentions: A Literature Review and Framework. *Melbourne SQB in Users' IS Adoption and Continuance Intentions*, 1, 1–12.
- Nwankpa, J. K., & Datta, P. (2022). Leapfrogging Healthcare Service Quality in Sub-Saharan Africa: The Utility-Trust Rationale of Mobile Payment Platforms. *European Journal of Information Systems*, 31(1), 40–57. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1978339>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Ong, H. B., & Chong, L. L. (2023). The effect of cashless payments on the internet and mobile banking. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(1), 178–188. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00145-0>
- Osborne, J. W., & Costello, A. B. (2004). Sample size and subject to item ratio in

- principal components analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 9(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.7275/ktzq-jq66>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024a). *Peta-Jalan-Pengembangan-dan-Penguatan-Inovasi-Teknologi-Sektor-Kuangan-Aset-Kuangan-Digital-dan-Aset-Kripto-2024-2028 @ ojk.go.id*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Peta-Jalan-Pengembangan-dan-Penguatan-Inovasi-Teknologi-Sektor-Kuangan-Aset-Kuangan-Digital-dan-Aset-Kripto-2024-2028.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024b). Statistik Perbankan Indonesia “Indonesia Banking Statistics.” In *Departemen Pengelolaan Data dan Statistik Otoritas Jasa Keuangan* (Vol. 22, Issue 12).
- Park, M., Jun, J., & Park, H. (2017). Understanding mobile payment service continuous use intention: An expectation - Confirmation model and inertia. *Quality Innovation Prosperity*, 21(3), 78–94. <https://doi.org/10.12776/QIP.V21I3.983>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Penn, J. M., Petrolia, D. R., & Fannin, J. M. (2023). Hypothetical bias mitigation in representative and convenience samples. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 45(2), 721–743. <https://doi.org/10.1002/aepp.13374>
- Phan, H. N., Tran, M. D., Hoang, V. H., & Dang, T. D. (2020). Determinants influencing customers’ decision to use mobile payment services: The case of Vietnam. *Management Science Letters*, 10(11), 2635–2646. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.029>
- Ponchio, M. C., Barth, N. L., & Zambaldi, F. (2021). Using the internet for data collection in business research. *RAUSP Management Journal*, 56(2), 254–258. <https://doi.org/10.1108/rausp-04-2021-251>
- Purohit, S., Arora, R., & Paul, J. (2022). The bright side of online consumer behavior: Continuance intention for mobile payments. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(3), 523–542. <https://doi.org/10.1002/cb.2017>
- Purohit, S., Kaur, J., & Chaturvedi, S. (2022). Mobile Payment Adoption Among Youth: Generation Z and Developing Country Perspective. *Journal of Content, Community and Communication*, 15(8), 194–209. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.22/14>
- Quan, W., Moon, H., Kim, S. (Sam), & Han, H. (2023). Mobile, traditional, and cryptocurrency payments influence consumer trust, attitude, and destination choice: Chinese versus Koreans. *International Journal of Hospitality Management*, 108(September 2022), 103363. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103363>

- Raykov, T., Gabler, S., & Dimitrov, D. M. (2016). Maximal Reliability and Composite Reliability: Examining Their Difference for Multicomponent Measuring Instruments Using Latent Variable Modeling. *Structural Equation Modeling*, 23(3), 384–391. <https://doi.org/10.1080/10705511.2014.966369>
- Rey-Moreno, M., Felício, J. A., Medina-Molina, C., & Rufín, R. (2018). Facilitator and inhibitor factors: Adopting e-government in a dual model. *Journal of Business Research*, 88(November), 542–549. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.015>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). The Free Press. <https://doi.org/10.4324/9781315263434-16>
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1(1), 7–59. <https://doi.org/10.1007/BF00055564>
- Sánchez García, I., & Curras-Perez, R. (2020). Is satisfaction a necessary and sufficient condition to avoid switching? The moderating role of service type. *European Journal of Management and Business Economics*, 29(1), 54–83. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-02-2018-0035>
- Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 259–273. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1>
- Saris, W. E., Satorra, A., & van der Veld, W. M. (2009). Testing Structural Equation Models or Detection of Misspecifications? *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 16(4), 561–582. <https://doi.org/10.1080/10705510903203433>
- Saxena, N., Gera, N., & Taneja, M. (2023). An empirical study on facilitators and inhibitors of adoption of mobile banking in India. In *Electronic Commerce Research* (Vol. 23, Issue 4). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09556-6>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *MPR-Online*, 8(May), 23–74.
- See, S. F., & Goh, Y. N. (2020). Factors affecting restaurant customer intention to adopt mobile payment. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25, 62–91.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Seth, H., Talwar, S., Bhatia, A., Saxena, A., & Dhir, A. (2020). Consumer resistance and inertia of retail investors: Development of the resistance adoption inertia continuance (RAIC) framework. *Journal of Retailing and*

- Consumer Services*, 55(August 2019).
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102071>
- Shaikh, A. A., Alamoudi, H., Alharthi, M., & Glavee-Geo, R. (2023). Advances in mobile financial services: a review of the literature and future research directions. In *International Journal of Bank Marketing* (Vol. 41, Issue 1).
<https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0230>
- Shaikh, A. A., Glavee-Geo, R., & Karjaluoto, H. (2018). How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption? *International Journal of E-Business Research*, 14(2), 39–60.
<https://doi.org/10.4018/IJEBR.2018040103>
- Shukla, S. (2020). Concept of population and sample. *How to Write a Research Paper*, June, 1–6.
- Sim, J., & Lewis, M. (2012). The size of a pilot study for a clinical trial should be calculated in relation to considerations of precision and efficiency. *Journal of Clinical Epidemiology*, 65(3), 301–308.
<https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2011.07.011>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(October 2018), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Singh, S. (2020). An integrated model combining the ECM and the UTAUT to explain users' post-adoption behaviour towards mobile payment systems. *Australasian Journal of Information Systems*, 24, 1–27.
<https://doi.org/10.3127/ajis.v24i0.2695>
- Situmorang, B. Y., Rabbani, T. M., Dominica, V. A., Handayani, P. W., & Fitriani, H. (2025). Continuance intention to use telecommunication mobile applications in Indonesia based on mobile service quality theory. *Social Sciences and Humanities Open*, 11(July 2024), 101444.
<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101444>
- Sudono. (2019). *Untuk Kepentingan Apa Batasan Usia Dewasa Itu*.
- Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2021). Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), 1–22.
<https://doi.org/10.4018/ijabim.20220701.oa8>
- Talukder, M. S., Laato, S., Islam, A. K. M. N., & Bao, Y. (2021). Continued use intention of wearable health technologies among the elderly: an enablers and inhibitors perspective. *Internet Research*, 31(5), 1611–1640.
<https://doi.org/10.1108/INTR-10-2020-0586>
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Wamba, S. F., & Dwivedi, R. (2021). The extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2): A

- systematic literature review and theory evaluation. *International Journal of Information Management*, 57(November 2020), 102269. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102269>
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 19(4), 561–568. <https://doi.org/10.2307/249633>
- Teo, T. (2009). The impact of subjective norm and facilitating conditions on pre-service teachers' attitude toward computer use: A structural equation modeling of an extended technology acceptance model. *Journal of Educational Computing Research*, 40(1), 89–109. <https://doi.org/10.2190/EC.40.1.d>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 15(1), 125–142. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Timur, B., Oğuz, Y. E., & Yilmaz, V. (2023). Consumer behavior of mobile food ordering app users during COVID-19: dining attitudes, e-satisfaction, perceived risk, and continuance intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(3), 460–475. <https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2021-0129>
- Timur, Y. P., Masrizal, Y. P., & Trianto, B. (2025). Factors influencing adoption of e-payments by microenterprises' owners in Indonesia. *Journal of Modelling in Management*, July. <https://doi.org/10.1108/JM2-09-2024-0305>
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>
- Vania, H. F. (2022). *Frekuensi Penggunaan Dompot Digital di Indonesia*.
- Vehovar, V., Toepoel, V., & Steinmetz, S. (2016). Non-probability sampling. In *The Sage Handbook Of Survey Methodology*. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781473957893.n22>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wang, L., & Yi, Y. (2012). The impact of use context on mobile payment acceptance: An empirical study in China. *Advances in Intelligent and Soft Computing*, 140 AISC, 293–299. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-27945->

- Wang, R., & Peters, M. (2023). Consumer Intention to Switch from Cash to Mobile Payment in Restaurants During and After Pandemic. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 00(00), 1–34. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2201696>
- Wei, M. F., Luh, Y. H., Huang, Y. H., & Chang, Y. C. (2021). Young generation's mobile payment adoption behavior: Analysis based on an extended utaut model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 618–637. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040037>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Oppen, C. van. (2009). Using Pls Path Modeling For Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines And Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1/March). <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Yohanes, H. (2022). Safety first: extending UTAUT to better predict mobile payment adoption by incorporating perceived security, perceived risk and trust. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(4), 952–973. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0058>
- Williams, M. D., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review. In *Journal of Enterprise Information Management* (Vol. 28, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2014-0088>
- Wilson, E. V., & Lankton, N. K. (2013). Effects of prior use, intention, and habit on IT continuance across sporadic use and frequent use conditions. *Communications of the Association for Information Systems*, 33(1), 33–46. <https://doi.org/10.17705/1cais.03303>
- Wu, C. C. (2016). Status quo bias in information system adoption: A meta-analytic review. *Online Information Review*, 40(7), 998–1017. <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2015-0311>
- Wu, C. G., & Ho, J. C. (2022). The influences of technological characteristics and user beliefs on customers' perceptions of live chat usage in mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(1), 68–86. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2020-0465>
- Wu, R., & Lee, J. H. (2017). Use intention of mobile fingerprint payment between UTAUT and DOI in China. *Journal of Distribution Science*, 15(10), 15–28. <https://doi.org/10.15722/jds.15.10.201710.15>
- Xie, W., & Cao, X. (2023). The Effect of Mobile Payment on Payment Waiting Time for Outpatients with Medical Insurance: Historically Controlled Study. *JMIR Formative Research*, 7, 1–8. <https://doi.org/10.2196/43167>
- Xiong, D., & Zhao, L. (2017). Research on Credit Evaluation of Mobile Medical APP Interactive Online Consultation Service-Take Haodaifu APP Online

- Payment Service as an Example. *Journal of Physics: Conference Series*, 910(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/910/1/012055>
- Yan, M., Filieri, R., & Gorton, M. (2003). Continuance Intention With Online Technology: A systematic Literature Review. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 1.
- 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>
- Yang, X., & Liu, X. (2023). Technological Forecasting & Social Change Path analysis and mediating effects of influencing factors of land use carbon emissions in Chang-Zhu-Tan urban agglomeration. *Technological Forecasting & Social Change*, 188(October 2022), 122268. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122268>
- Yu, S. Y., & Chen, D. C. (2022). Consumers' Switching from Cash to Mobile Payment under the Fear of COVID-19 in Taiwan. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148489>
- Zhang, J., Lumixon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers' perceived security, perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236843>
- Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). How does the pandemic facilitate mobile payment? An investigation on users' perspective under the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–22. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031016>
- Zumbo, B. D. (2005). Structural Equation Modeling and Test Validation. In *Encyclopedia of Statistics in Behavioral Science* (Issue October 2005, p. 1951=1958). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/0470013192.bsa654>

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Nama : _____

Jenis Kelamin* : _____

Umur (Tahun) * : _____

Domisili (Propinsi) * : _____

Pendidikan*:

- (1) SD
- (2) SMP
- (3) SMA
- (4) Diploma/Sarjana
- (5) Pasca Sarjana

Pekerjaan*

- (1) Pegawai Pemerintah (TNI/POLRI/PNS/ASN/Honorer)
- (2) Pegawai BUMN
- (3) Pegawai Swasta (termasuk dosen PTS, pekerja paruh waktu/freelance)
- (4) Wirausaha
- (5) Pelajar / Mahasiswa
- (6) Lainnya

Pendapatan*

- (1) kurang dari Rp 3.500.000,-
- (2) Rp 3.500.000,- s/d Rp 7.000.000,-
- (3) Rp 7.000.001,- s/d Rp 10.500.000,-

(4) di atas Rp 10.500.000,-

Sejak Kapan Menggunakan Sistem Pembayaran Seluler (Mobile Payment) *

- (1) kurang dari 1 tahun
- (2) 1 s/d 2 tahun
- (3) 2 s/d 3 tahun
- (4) Lebih dari 3 tahun

Frekuensi Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler (Mobile Payment) dalam 1 bulan*

- (1) 1 s/d 2 kali
- (2) 3 s/d 4 kali
- (3) 5 s/d 6 kali
- (4) Lebih dari 6 kali

Berapa Jumlah Aplikasi Pembayaran Seluler (Mobile Payment) yang Anda Gunakan*

- (1) 1
- (2) 2
- (3) 3
- (4) 4
- (5) 5
- (6) Lebih dari 5

Sebutkan Nama Satu Aplikasi Pembayaran Seluler (Mobile Payment) yang Paling Sering Anda Gunakan*: _____

Sistem Pembayaran Seluler (Mobile Payment) yang Paling Sering Anda Gunakan Untuk Keperluan Apa*

- (1) Membeli produk/jasa
- (2) Membayar Tagihan/Angsuran

(3) Transfer Dana

Pilihlah alternatif jawaban yang paling mewakili pendapat Bapak/Ibu/Saudara terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini

HARAPAN KINERJA

1. Pembayaran seluler (mobile payment) memudahkan saya dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan pembayaran tunai
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Pembayaran seluler (mobile payment) mempercepat transaksi yang saya lakukan dibandingkan dengan pembayaran tunai
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Sistem pembayaran seluler (mobile payment) berguna untuk melakukan transaksi
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Transaksi menggunakan pembayaran seluler (mobile payment) menghemat waktu dibandingkan dengan pembayaran tunai
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju

- (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Aplikasi Pembayaran seluler (mobile payment) membantu saya menyelesaikan beragam transaksi misalnya belanja, pembayaran, transfer, dan lain-lain
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

HARAPAN USAHA

1. Saya tidak memerlukan usaha yang besar untuk belajar menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Dengan mudah saya terampil menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Saya sangat mudah memahami cara menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju

- (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Instruksi penggunaan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) sangat jelas, lengkap dan mudah dipahami
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Saya tidak mengalami masalah dalam transaksi menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

PENGARUH SOSIAL

1. Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memiliki prestise lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak menggunakannya
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Saya melakukan transaksi melalui aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) karena banyak orang melakukannya
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju

- (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Selebritis dapat mempengaruhi perilaku saya dalam menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Informasi dari media massa (TV, Radio, Surat kabar, Internet, Media Sosial) mempengaruhi saya dalam memutuskan menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Keluarga, teman dekat, rekan kerja menyarankan saya untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

KONDISI MEMFASILITASI

1. Saya memiliki sumberdaya yang dibutuhkan (smartphone, layanan internet, dan aplikasi mobile payment yang aman) untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju

- (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) kompatibel/cocok dengan teknologi (aplikasi) lainnya yang saya gunakan
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Saya memiliki sumber daya keuangan dan teknologi yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Operator aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memberikan beragam fasilitas/fitur yang saya butuhkan
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Saya memiliki pemahaman yang baik untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju

(5) Sangat Setuju

SIKAP POSITIF

1. Menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) adalah keputusan yang baik
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Menggunakan layanan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) adalah keputusan yang bijaksana
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Saya suka menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) adalah ide yang baik
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

KETIDAKPUASAN

1. Saya merasa tidak puas membayar dengan uang tunai karena uang kembalian yang saya terima seringkali tidak sama dengan jumlah yang seharusnya saya terima
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Dibandingkan dengan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment), saya merasa tidak puas dengan pembayaran tunai karena pembayaran seluler memberikan penawaran eksklusif/promosi pada waktu tertentu
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Selama ini saya tidak puas melakukan pembayaran tunai
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Selama ini saya tidak senang melakukan pembayaran tunai
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

5. Selama ini saya merasakan pengalaman buruk jika melakukan pembayaran tunai

(1) Sangat Tidak Setuju

(2) Tidak Setuju

(3) Netral

(4) Setuju

(5) Sangat Setuju

PERSEPSI KEAMANAN

1. Saya yakin keamanan dalam menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)

(1) Sangat Tidak Setuju

(2) Tidak Setuju

(3) Netral

(4) Setuju

(5) Sangat Setuju

2. Aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memberikan perlindungan dari transaksi yang tidak saya lakukan (transaksi tidak sah)

(1) Sangat Tidak Setuju

(2) Tidak Setuju

(3) Netral

(4) Setuju

(5) Sangat Setuju

3. Aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memberikan perlindungan kata sandi (password) yang menjamin keamanan

(1) Sangat Tidak Setuju

(2) Tidak Setuju

(3) Netral

(4) Setuju

(5) Sangat Setuju

4. Aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memiliki risiko rendah dalam penyalahgunaan penggunaan Aplikasi pembayaran seluler
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) memberikan perlindungan keamanan informasi keuangan dan informasi pribadi penggunanya
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

INERSIA

1. Saya akan terus menggunakan uang tunai karena merasa sulit untuk beralih ke aplikasi pembayaran seluler (mobile payment)
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Saya akan terus menggunakan uang tunai karena nyaman melakukannya
 - (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Saya akan terus menggunakan uang tunai untuk membayar karena kebiasaan

- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Pembayaran tunai merupakan rutinitas meskipun bukan cara terbaik untuk melakukan transaksi
- (6) Sangat Tidak Setuju
 - (7) Tidak Setuju
 - (8) Netral
 - (9) Setuju
 - (10) Sangat Setuju
5. Beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran seluler (mobile payment) membuat saya stress
- (6) Sangat Tidak Setuju
 - (7) Tidak Setuju
 - (8) Netral
 - (9) Setuju
 - (10) Sangat Setuju

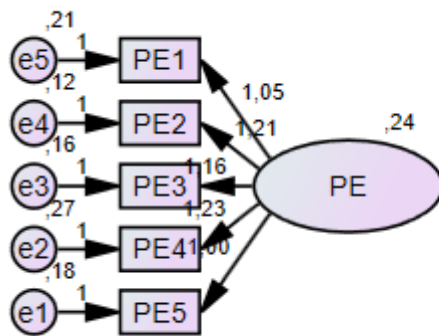
NIAT BERKELANJUTAN

1. Saya akan terus menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) dalam waktu dekat
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
2. Saya akan meningkatkan penggunaan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) di masa mendatang
- (1) Sangat Tidak Setuju

- (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
3. Saya akan meningkatkan frekuensi penggunaan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) di masa mendatang
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
4. Jika memiliki kesempatan, saya akan selalu mencoba melakukan pembayaran dengan menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) di masa mendatang
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju
5. Saya ingin meningkatkan transaksi menggunakan aplikasi pembayaran seluler (mobile payment) dalam waktu dekat
- (1) Sangat Tidak Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (3) Netral
 - (4) Setuju
 - (5) Sangat Setuju

LAMPIRAN UJI GOODNES OF FIT PER KONSTRUK

Harapan Kinerja

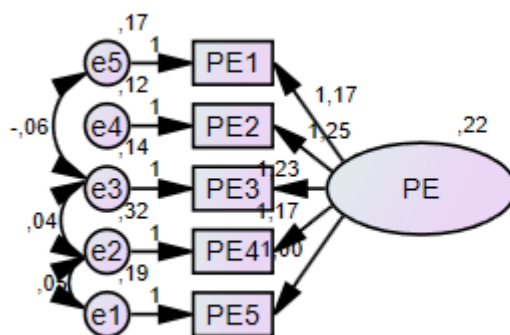


Goodness of Fit
 Chi-Square=93,125
 Probability=,000
 GFI=,952
 AGFI=,857
 RMSEA=,158
 TLI=,911
 NFI=,953
 PCFI=,478
 PNFI=,477

Covariances: (Group number 1 - Default model)

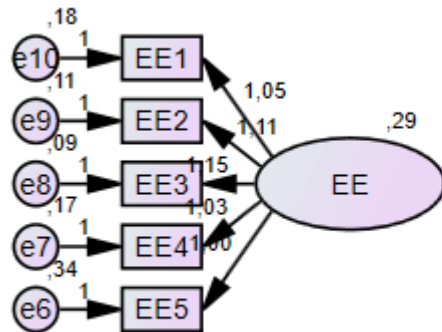
		M.I.	Par Change
e4 <--> e5		13,552	,027
e3 <--> e5		37,036	-,049
e3 <--> e4		9,611	,020
e2 <--> e4		16,139	-,033
e2 <--> e3		11,344	,031
e1 <--> e5		13,317	,030
e1 <--> e4		10,551	-,022
e1 <--> e2		9,057	,028

Harapan Kinerja Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=8,707
 Probability=,013
 GFI=,995
 AGFI=,962
 RMSEA=,069
 TLI=,983
 NFI=,996
 PCFI=,199
 PNFI=,199

Harapan Usaha

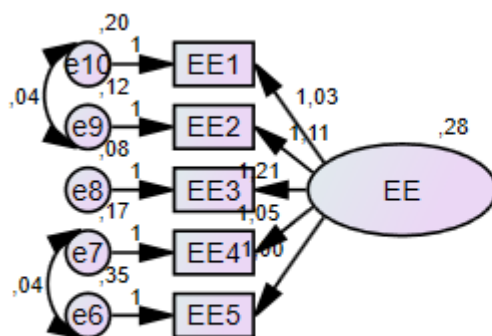


Goodness of Fit
 Chi-Square=48,314
 Probability=,000
 GFI=,973
 AGFI=,920
 RMSEA=,111
 TLI=,963
 NFI=,979
 PCFI=,491
 PNFI=,490

Covariances: (Group number 1 - Default model)

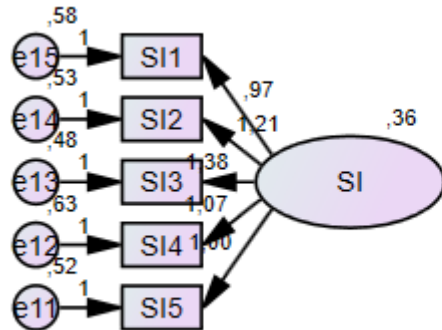
	M.I.	Par Change
e9 <--> e10	14,354	,024
e8 <--> e10	6,391	-,016
e7 <--> e10	7,031	-,020
e7 <--> e9	6,640	-,016
e7 <--> e8	6,114	,015
e6 <--> e9	9,060	-,026
e6 <--> e7	13,071	,036

Harapan Usaha Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=15,818
 Probability=,001
 GFI=,991
 AGFI=,955
 RMSEA=,078
 TLI=,982
 NFI=,993
 PCFI=,298
 PNFI=,298

Pengaruh Sosial

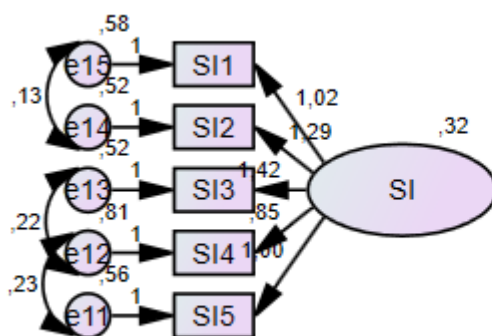


Goodness of Fit
 Chi-Square=141,037
 Probability=,000
 GFI=,924
 AGFI=,771
 RMSEA=,197
 TLI=,756
 NFI=,875
 PCFI=,439
 PNFI=,437

Covariances: (Group number 1 - Default model)

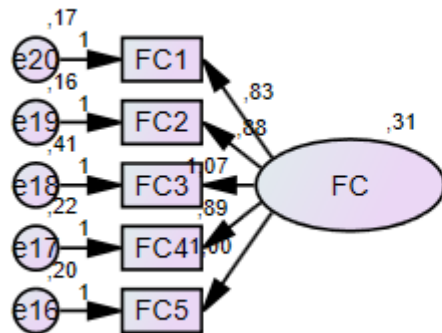
	M.I.	Par Change
e14 <--> e15	57,591	,184
e12 <--> e15	39,791	-,161
e12 <--> e14	27,385	-,133
e12 <--> e13	20,358	,114
e11 <--> e13	6,948	-,061
e11 <--> e12	35,015	,145

Pengaruh Sosial Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=5,804
 Probability=,055
 GFI=,997
 AGFI=,975
 RMSEA=,052
 TLI=,983
 NFI=,995
 PCFI=,199
 PNFI=,199

Kondisi Memfasilitasi

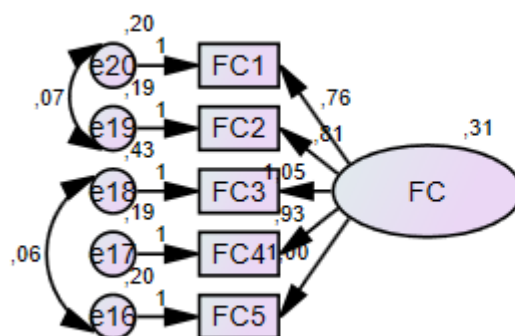


Goodness of Fit
 Chi-Square=102,739
 Probability=,000
 GFI=,939
 AGFI=,818
 RMSEA=,167
 TLI=,873
 NFI=,934
 PCFI=,468
 PNFI=,467

Covariances: (Group number 1 - Default model)

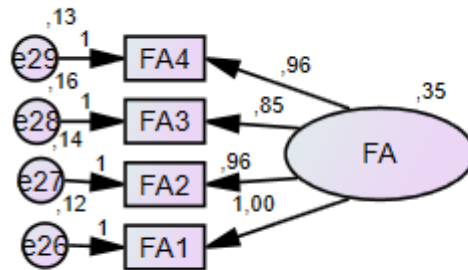
	M.I.	Par Change
e19 <--> e20	60,310	,058
e18 <--> e20	23,074	-,055
e18 <--> e19	9,954	-,036
e16 <--> e20	10,608	-,028
e16 <--> e19	9,323	-,025
e16 <--> e18	38,532	,080

Kondisi Memfasilitasi Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=4,162
 Probability=,244
 GFI=,998
 AGFI=,988
 RMSEA=,023
 TLI=,997
 NFI=,997
 PCFI=,300
 PNFI=,299

Sikap Positif

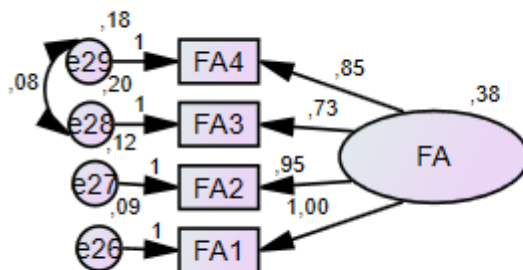


Goodness of Fit
 Chi-Square=101,655
 Probability=,000
 GFI=,927
 AGFI=,637
 RMSEA=,266
 TLI=,832
 NFI=,943
 PCFI=,315
 PNFI=,314

Covariances: (Group number 1 - Default model)

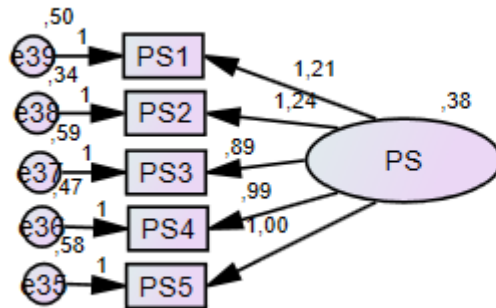
	M.I.	Par Change
e28 <--> e29	66,359	,054
e27 <--> e29	8,448	-,019
e27 <--> e28	24,560	-,034
e26 <--> e29	14,159	-,023
e26 <--> e28	10,214	-,021
e26 <--> e27	44,428	,042

Sikap Positif Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=2,404
 Probability=,121
 GFI=,998
 AGFI=,983
 RMSEA=,045
 TLI=,995
 NFI=,999
 PCFI=,167
 PNFI=,166

Persepsi Keamanan

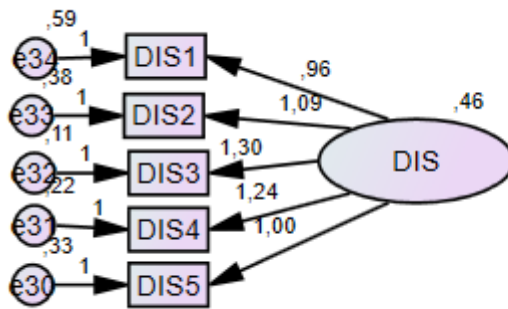


Goodness of Fit
 Chi-Square=13,440
 Probability=,020
 GFI=,992
 AGFI=,977
 RMSEA=,049
 TLI=,984
 NFI=,987
 PCFI=,496
 PNFI=,494

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
e35 <--> e36	4,656	,048

Ketidakpuasan

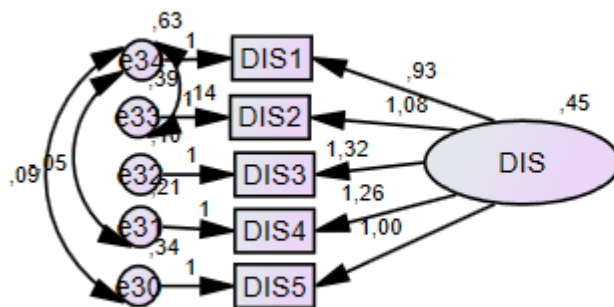


Goodness of Fit
 Chi-Square=91,583
 Probability=,000
 GFI=,957
 AGFI=,870
 RMSEA=,157
 TLI=,924
 NFI=,960
 PCFI=,481
 PNFI=,480

Covariances: (Group number 1 - Default model)

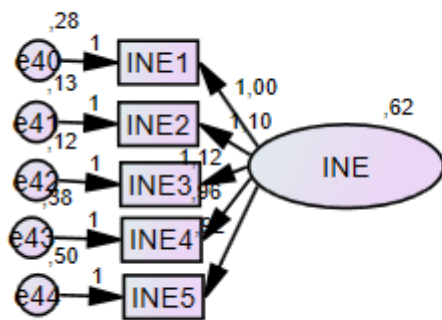
	M.I.	Par Change
e33 <--> e34	40,450	,122
e31 <--> e34	21,379	-,073
e30 <--> e34	11,985	,062
e30 <--> e33	17,672	-,061

Ketidakpuasan Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=10,781
 Probability=,005
 GFI=,994
 AGFI=,956
 RMSEA=,079
 TLI=,981
 NFI=,995
 PCFI=,199
 PNFI=,199

Inersia

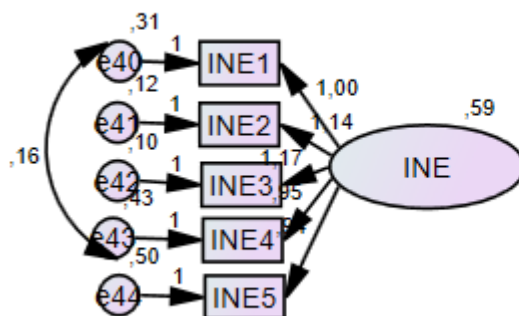


Goodness of Fit
 Chi-Square=121,426
 Probability=,000
 GFI=,934
 AGFI=,803
 RMSEA=,182
 TLI=,918
 NFI=,957
 PCFI=,480
 PNFI=,479

Covariances: (Group number 1 - Default model)

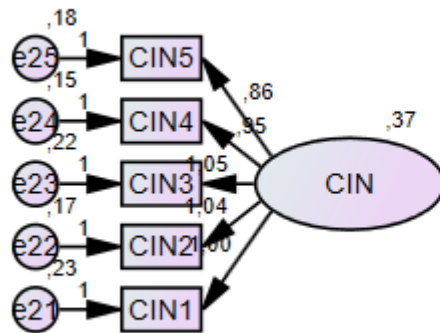
	M.I.	Par Change
e42 <--> e43	13,462	-,037
e41 <--> e43	11,740	-,035
e41 <--> e42	13,782	,023
e40 <--> e43	109,397	,143
e40 <--> e42	8,268	-,025
e40 <--> e41	8,905	-,026

Inersia Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=2,714
 Probability=,607
 GFI=,998
 AGFI=,994
 RMSEA=,000
 TLI=1,001
 NFI=,999
 PCFI=,400
 PNFI=,400

Niat Berkelanjutan

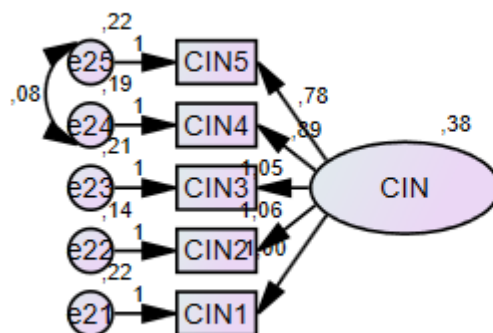


Goodness of Fit
 Chi-Square=83,548
 Probability=,000
 GFI=,951
 AGFI=,854
 RMSEA=,149
 TLI=,926
 NFI=,961
 PCFI=,482
 PNFI=,480

Covariances: (Group number 1 - Default model)

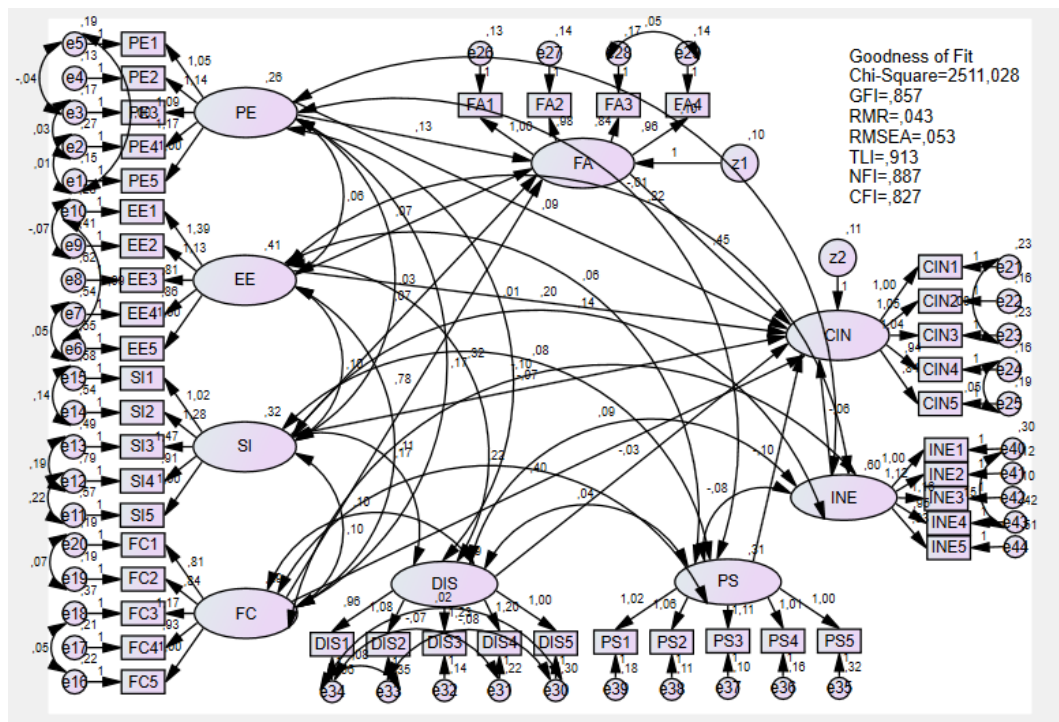
	M.I.	Par Change
e24 <--> e25	59,470	,057
e23 <--> e25	5,647	-,021
e22 <--> e25	14,224	-,030
e22 <--> e24	12,120	-,026
e22 <--> e23	14,939	,034
e21 <--> e22	13,149	,033

Niat Berkelanjutan Modifikasi



Goodness of Fit
 Chi-Square=7,312
 Probability=,120
 GFI=,996
 AGFI=,985
 RMSEA=,034
 TLI=,996
 NFI=,997
 PCFI=,399
 PNFI=,399

LAMPIRAN UJI STRUKTURAL 1



Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	141	2511,028	849	,000	2,958
Saturated model	990	,000	0		
Independence model	44	22207,860	946	,000	23,476

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,043	,857	,833	,735
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,205	,183	,145	,175

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,887	,874	,922	,913	,922
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,053	,050	,055	,030
Independence model	,179	,177	,181	,000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
FA <--- PE	,128	,048	2,655	,008	
FA <--- EE	,071	,030	2,388	,017	
FA <--- SI	,067	,037	1,816	,069	
FA <--- FC	,776	,060	12,976	***	
CIN <--- FA	,454	,068	6,639	***	
CIN <--- DIS	-,033	,042	-,804	,422	
CIN <--- PS	-,097	,060	-1,609	,108	
CIN <--- INE	-,061	,026	-2,336	,019	
CIN <--- PE	,086	,059	1,446	,148	
CIN <--- EE	,201	,047	4,316	***	
CIN <--- SI	-,068	,043	-1,578	,115	
CIN <--- FC	,402	,090	4,475	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
FA <--- PE	,110
FA <--- EE	,077
FA <--- SI	,065
FA <--- FC	,714
CIN <--- FA	,442
CIN <--- DIS	-,039
CIN <--- PS	-,090
CIN <--- INE	-,078
CIN <--- PE	,072
CIN <--- EE	,212
CIN <--- SI	-,064
CIN <--- FC	,360
PE5 <--- PE	,789
PE4 <--- PE	,751
PE3 <--- PE	,800
PE2 <--- PE	,846
PE1 <--- PE	,775
EE5 <--- EE	,653
EE4 <--- EE	,594
EE3 <--- EE	,551
EE2 <--- EE	,749
EE1 <--- EE	,858
SI5 <--- SI	,599
SI4 <--- SI	,500
SI3 <--- SI	,763
SI2 <--- SI	,699

	Estimate
SI1 <--- SI	,604
FC5 <--- FC	,753
FC4 <--- FC	,742
FC3 <--- FC	,719
FC2 <--- FC	,720
FC1 <--- FC	,710
CIN1 <--- CIN	,781
CIN2 <--- CIN	,843
CIN3 <--- CIN	,797
CIN4 <--- CIN	,819
CIN5 <--- CIN	,754
FA1 <--- FA	,853
FA2 <--- FA	,841
FA3 <--- FA	,772
FA4 <--- FA	,829
DIS5 <--- DIS	,790
DIS4 <--- DIS	,871
DIS3 <--- DIS	,916
DIS2 <--- DIS	,787
DIS1 <--- DIS	,666
PS5 <--- PS	,703
PS4 <--- PS	,815
PS3 <--- PS	,890
PS2 <--- PS	,872
PS1 <--- PS	,802
INE1 <--- INE	,815
INE2 <--- INE	,927

	Estimate
INE3 <--- INE	,941
INE4 <--- INE	,753
INE5 <--- INE	,713

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
219	184,367	,000	,000
618	183,763	,000	,000
297	177,014	,000	,000
417	172,464	,000	,000
356	155,032	,000	,000
163	150,521	,000	,000
105	148,877	,000	,000
320	148,312	,000	,000
312	138,656	,000	,000
29	136,268	,000	,000
50	130,678	,000	,000
350	130,618	,000	,000
60	130,529	,000	,000
289	130,359	,000	,000
225	130,148	,000	,000
561	127,971	,000	,000
666	127,971	,000	,000
411	123,488	,000	,000
110	122,673	,000	,000
399	120,245	,000	,000
83	119,695	,000	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
51	118,535	,000	,000
166	108,326	,000	,000
343	107,619	,000	,000
118	107,393	,000	,000
432	106,304	,000	,000
476	103,275	,000	,000
98	100,819	,000	,000
603	99,913	,000	,000
443	99,032	,000	,000
612	96,853	,000	,000
40	95,900	,000	,000
161	92,584	,000	,000
47	91,089	,000	,000
4	90,358	,000	,000
486	90,024	,000	,000
146	89,491	,000	,000
544	88,556	,000	,000
649	88,556	,000	,000
111	85,442	,000	,000
275	84,537	,000	,000
15	83,839	,000	,000
435	83,034	,000	,000
587	82,864	,000	,000
692	82,864	,000	,000
586	81,638	,000	,000
691	81,638	,000	,000
153	81,163	,001	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
519	80,924	,001	,000
156	80,918	,001	,000
482	80,639	,001	,000
295	80,162	,001	,000
416	80,144	,001	,000
376	78,673	,001	,000
625	78,077	,001	,000
123	78,026	,001	,000
270	77,944	,001	,000
302	77,471	,001	,000
326	77,359	,001	,000
193	76,044	,002	,000
96	75,995	,002	,000
362	75,088	,002	,000
221	74,899	,003	,000
547	74,740	,003	,000
652	74,740	,003	,000
515	74,705	,003	,000
327	74,449	,003	,000
288	74,306	,003	,000
429	74,214	,003	,000
247	74,006	,003	,000
351	73,469	,004	,000
445	73,386	,004	,000
444	72,581	,004	,000
542	72,402	,004	,000
647	72,402	,004	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
348	72,327	,005	,000
268	72,230	,005	,000
45	71,713	,005	,000
550	71,651	,005	,000
655	71,651	,005	,000
263	71,478	,005	,000
383	71,216	,006	,000
318	70,588	,007	,000
392	70,524	,007	,000
517	70,009	,008	,000
344	69,494	,008	,000
472	68,941	,010	,000
305	68,865	,010	,000
19	68,816	,010	,000
551	68,629	,010	,000
656	68,629	,010	,000
355	68,495	,010	,000
97	68,344	,011	,000
137	68,059	,011	,000
412	67,801	,012	,000
278	67,292	,013	,000
67	66,598	,016	,000
377	66,468	,016	,000
143	66,428	,016	,000
199	66,403	,016	,000

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
INE5	1,000	5,000	,107	1,165	-,566	-3,070
INE4	1,000	5,000	,823	8,917	,400	2,169
INE3	1,000	5,000	,418	4,534	-,111	-,604
INE2	1,000	5,000	,376	4,076	-,062	-,336
INE1	1,000	5,000	,668	7,242	,238	1,289
PS1	1,000	5,000	-,930	-10,076	1,956	10,601
PS2	1,000	5,000	-,959	-10,394	2,340	12,682
PS3	1,000	5,000	-,993	-10,763	2,468	13,379
PS4	1,000	5,000	-,895	-9,703	2,024	10,969
PS5	1,000	5,000	-,864	-9,364	1,230	6,666
DIS1	1,000	5,000	,059	,637	-,585	-3,173
DIS2	1,000	5,000	,162	1,753	-,339	-1,838
DIS3	1,000	5,000	,399	4,327	-,047	-,253
DIS4	1,000	5,000	,448	4,856	-,098	-,532
DIS5	1,000	5,000	,633	6,863	,410	2,223
FA4	1,000	5,000	-,426	-4,622	,619	3,356
FA3	1,000	5,000	-,433	-4,695	,767	4,156
FA2	1,000	5,000	-,186	-2,012	,019	,102
FA1	1,000	5,000	-,408	-4,420	,475	2,572
CIN5	1,000	5,000	-,481	-5,215	,928	5,031
CIN4	1,000	5,000	-,394	-4,270	,467	2,532
CIN3	1,000	5,000	-,317	-3,440	-,058	-,315
CIN2	1,000	5,000	-,348	-3,772	,150	,816
CIN1	1,000	5,000	-,518	-5,618	,055	,299
FC1	2,000	5,000	-,281	-3,042	-,262	-1,418
FC2	2,000	5,000	-,336	-3,645	,246	1,332

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
FC3	1,000	5,000	-,536	-5,806	,090	,485
FC4	1,000	5,000	-,481	-5,213	,827	4,484
FC5	1,000	5,000	-,487	-5,274	,575	3,116
SI1	1,000	5,000	-,276	-2,988	-,306	-1,661
SI2	1,000	5,000	-,269	-2,920	-,716	-3,883
SI3	1,000	5,000	,438	4,744	-,509	-2,756
SI4	1,000	5,000	-,409	-4,433	-,458	-2,480
SI5	1,000	5,000	-,472	-5,113	-,176	-,955
EE1	1,000	5,000	-,043	-,461	-,753	-4,082
EE2	1,000	5,000	-,224	-2,427	-,435	-2,359
EE3	1,000	5,000	-,519	-5,626	-,111	-,600
EE4	1,000	5,000	-,345	-3,742	-,201	-1,091
EE5	1,000	5,000	-,237	-2,567	-,557	-3,017
PE1	1,000	5,000	-1,689	-18,307	5,023	27,222
PE2	1,000	5,000	-1,199	-12,998	2,602	14,101
PE3	1,000	5,000	-1,268	-13,749	2,567	13,912
PE4	1,000	5,000	-1,058	-11,465	1,332	7,218
PE5	1,000	5,000	-1,315	-14,254	3,517	19,064
Multivariate					609,862	127,255

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
z1 <--> INE	10,764	-,037
z1 <--> PS	9,866	-,018
z1 <--> SI	4,939	,020
e44 <--> DIS	13,737	-,053
e44 <--> EE	13,847	,051

	M.I.	Par Change
e43 <--> INE	5,710	-,038
e43 <--> DIS	28,200	,062
e43 <--> EE	4,975	-,025
e41 <--> SI	6,826	-,024
e40 <--> SI	7,297	,030
e40 <--> z1	5,436	-,019
e39 <--> e41	5,353	-,017
e38 <--> FC	18,091	-,025
e38 <--> z1	14,548	-,023
e38 <--> e39	19,931	,028
e37 <--> EE	4,205	,014
e37 <--> PE	7,946	-,014
e37 <--> e38	7,217	,014
e36 <--> PS	4,112	-,012
e36 <--> FC	5,448	,016
e36 <--> e39	10,316	-,023
e36 <--> e38	7,368	-,016
e36 <--> e37	4,275	,012
e35 <--> PS	22,625	-,039
e35 <--> DIS	14,140	,043
e35 <--> FC	24,183	,045
e35 <--> EE	11,470	-,037
e35 <--> PE	5,634	,019
e35 <--> e38	17,296	-,035
e35 <--> e37	6,381	-,020
e35 <--> e36	4,146	,019
e34 <--> FC	4,076	,023

	M.I.	Par Change
e34 <--> EE	4,985	,031
e34 <--> PE	5,998	-,025
e34 <--> e35	4,527	-,035
e33 <--> DIS	4,734	-,025
e33 <--> SI	5,863	-,031
e33 <--> EE	15,307	,044
e33 <--> PE	7,430	,023
e32 <--> DIS	5,729	,021
e32 <--> EE	10,868	-,028
e32 <--> z1	4,039	-,015
e32 <--> e38	7,378	,018
e32 <--> e35	7,353	,028
e31 <--> DIS	6,189	,025
e31 <--> SI	4,974	-,025
e31 <--> EE	5,909	-,024
e31 <--> e44	21,014	-,067
e31 <--> e43	13,652	,044
e31 <--> e37	4,206	-,015
e31 <--> e35	7,785	,033
e31 <--> e32	13,826	,032
e30 <--> INE	15,437	,060
e30 <--> DIS	11,705	-,037
e30 <--> SI	18,242	,052
e30 <--> EE	6,596	,027
e30 <--> z1	4,456	,019
e30 <--> e44	5,348	,036
e30 <--> e43	4,346	,027

	M.I.	Par Change
e30 <--> e38	4,459	-,017
e29 <--> EE	6,398	,018
e29 <--> e43	9,681	-,027
e29 <--> e36	4,313	,013
e29 <--> e32	8,501	-,020
e28 <--> INE	11,576	-,037
e28 <--> PE	12,193	,020
e28 <--> z1	11,170	-,021
e28 <--> z2	14,458	,024
e28 <--> e42	4,704	-,014
e28 <--> e41	6,259	,016
e28 <--> e40	9,529	-,024
e27 <--> SI	4,707	,019
e27 <--> e33	8,478	-,028
e27 <--> e28	16,609	-,025
e26 <--> SI	4,827	,019
e26 <--> z1	8,536	,018
e26 <--> z2	8,389	-,018
e26 <--> e43	5,110	,021
e26 <--> e40	10,613	-,026
e26 <--> e36	8,788	-,020
e26 <--> e35	7,101	,024
e26 <--> e27	39,028	,039
e25 <--> z2	9,683	-,021
e25 <--> e41	5,415	,016
e25 <--> e40	5,728	-,020
e25 <--> e35	4,187	,020

	M.I.	Par Change
e25 <--> e27	4,319	-,014
e24 <--> DIS	4,676	,017
e24 <--> z2	7,909	-,017
e24 <--> e43	6,335	-,023
e24 <--> e40	5,980	,019
e24 <--> e33	4,904	,020
e24 <--> e29	5,342	,014
e23 <--> SI	12,958	,040
e23 <--> z2	6,851	,021
e23 <--> e43	4,970	,026
e23 <--> e32	4,682	,020
e23 <--> e31	11,171	-,035
e23 <--> e29	4,956	-,017
e22 <--> PS	4,607	-,014
e22 <--> EE	7,125	,023
e22 <--> e25	4,233	-,015
e22 <--> e24	5,318	-,016
e22 <--> e23	12,899	,031
e21 <--> e40	5,771	-,024
e21 <--> e28	4,513	,017
e21 <--> e22	9,486	,027
e20 <--> DIS	8,914	-,025
e20 <--> e43	7,793	-,026
e20 <--> e42	4,369	,014
e20 <--> e39	5,504	-,017
e20 <--> e38	6,185	,015
e20 <--> e30	4,794	-,020

	M.I.	Par Change
e20 <--> e27	8,854	-,020
e20 <--> e26	8,523	,019
e20 <--> e25	8,941	,021
e19 <--> SI	4,825	-,020
e19 <--> e37	4,932	-,013
e19 <--> e29	10,426	,020
e19 <--> e26	7,357	-,018
e19 <--> e23	9,008	-,025
e18 <--> DIS	11,471	,041
e18 <--> FC	14,040	-,036
e18 <--> SI	14,703	,051
e18 <--> e40	4,232	,025
e18 <--> e35	5,390	,032
e18 <--> e30	7,209	,036
e18 <--> e25	10,903	-,034
e18 <--> e23	5,772	,029
e18 <--> e20	16,456	-,040
e17 <--> PE	4,782	-,015
e17 <--> e36	5,650	,019
e17 <--> e27	5,538	,018
e17 <--> e26	6,426	-,019
e17 <--> e22	5,148	-,019
e16 <--> FC	5,695	,018
e16 <--> PE	5,372	-,016
e16 <--> e35	6,106	,027
e16 <--> e29	11,801	-,025
e16 <--> e27	4,326	,016

	M.I.	Par Change
e16 <--> e25	7,347	,022
e16 <--> e17	4,356	,019
e15 <--> FC	4,892	,026
e15 <--> z2	5,356	,027
e15 <--> e43	10,687	-,056
e15 <--> e40	8,868	,044
e15 <--> e20	5,598	-,029
e14 <--> e31	7,540	-,042
e14 <--> e30	6,672	,043
e14 <--> e22	4,205	-,027
e13 <--> INE	4,875	,046
e13 <--> DIS	4,515	,032
e13 <--> FC	7,495	-,033
e13 <--> PE	10,392	-,035
e13 <--> e43	10,357	,056
e13 <--> e27	5,612	,029
e12 <--> FC	8,451	,036
e12 <--> e40	5,042	-,035
e12 <--> e39	5,278	-,031
e12 <--> e28	7,404	,033
e12 <--> e18	4,521	,040
e12 <--> e15	4,580	-,049
e11 <--> PS	6,419	-,027
e11 <--> EE	9,857	,044
e11 <--> e44	7,544	,057
e11 <--> e28	5,720	-,027
e11 <--> e26	7,018	,031

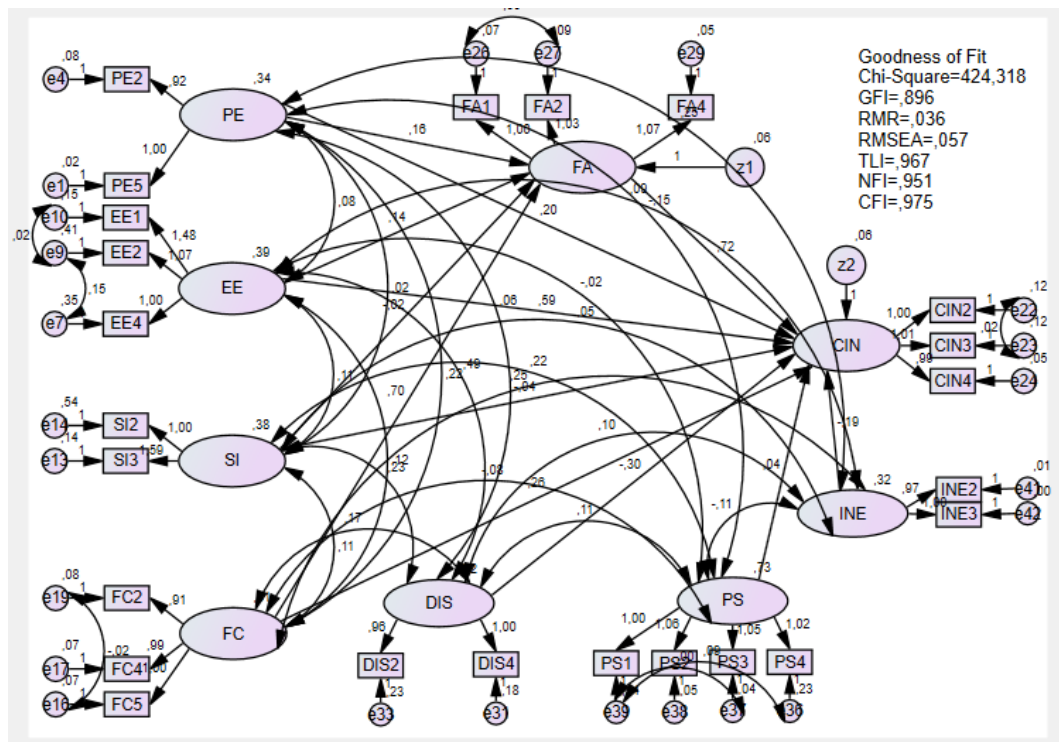
	M.I.	Par Change
e11 <--> e23	4,927	,033
e11 <--> e20	6,130	,030
e10 <--> INE	5,632	-,045
e10 <--> DIS	34,356	,076
e10 <--> FC	6,942	-,029
e10 <--> SI	10,414	-,048
e10 <--> EE	9,920	-,037
e10 <--> e43	5,796	,038
e10 <--> e39	9,762	,037
e10 <--> e33	14,855	,062
e10 <--> e31	22,270	,066
e10 <--> e26	4,297	-,023
e10 <--> e24	5,521	,025
e10 <--> e21	13,622	-,051
e10 <--> e14	7,706	-,056
e9 <--> INE	7,693	,054
e9 <--> DIS	14,281	-,052
e9 <--> EE	11,597	,044
e9 <--> e43	8,935	-,048
e9 <--> e41	8,974	,035
e9 <--> e37	4,015	,020
e9 <--> e34	5,853	,049
e9 <--> e31	12,663	-,051
e9 <--> e26	11,361	,038
e9 <--> e18	5,687	-,041
e8 <--> INE	8,656	,064
e8 <--> FC	8,742	,037

	M.I.	Par Change
e8 <--> e44	9,936	,070
e8 <--> e31	5,476	-,038
e8 <--> e17	7,586	,041
e8 <--> e11	6,153	,056
e8 <--> e9	9,417	,066
e7 <--> PS	4,042	-,021
e7 <--> DIS	17,820	-,061
e7 <--> FC	5,750	,028
e7 <--> SI	16,595	,065
e7 <--> z2	12,687	,041
e7 <--> e35	10,316	-,053
e7 <--> e34	7,231	,056
e7 <--> e31	21,963	-,070
e7 <--> e23	6,529	,037
e7 <--> e21	4,258	,030
e7 <--> e11	10,399	,068
e7 <--> e10	13,306	-,070
e7 <--> e9	24,309	,099
e6 <--> e33	4,421	,038
e6 <--> e17	4,485	-,031
e5 <--> e29	4,861	-,015
e5 <--> e28	6,388	,018
e5 <--> e13	10,882	-,046
e4 <--> PS	11,022	-,019
e4 <--> FC	4,874	-,014
e4 <--> PE	15,356	,022
e4 <--> e44	6,375	,029

		M.I.	Par Change
e4	<--> e42	6,727	-,017
e4	<--> e26	4,365	-,013
e4	<--> e5	15,779	,028
e3	<--> PS	12,959	-,023
e3	<--> PE	17,896	,026
e3	<--> e39	4,300	-,016
e3	<--> e37	13,337	-,023
e3	<--> e34	5,962	-,030
e3	<--> e24	8,120	-,019
e3	<--> e10	5,256	,027
e3	<--> e4	44,901	,045
e2	<--> INE	5,048	-,032
e2	<--> FC	20,780	,038
e2	<--> PE	17,531	-,031
e2	<--> z1	20,620	,038
e2	<--> e43	4,840	,026
e2	<--> e41	9,168	-,026
e2	<--> e36	7,768	,024
e2	<--> e35	13,079	,043
e2	<--> e33	6,128	,030
e2	<--> e25	5,432	-,020
e2	<--> e24	9,345	,025
e2	<--> e20	7,673	-,024
e2	<--> e18	15,831	,050
e2	<--> e9	10,791	-,048
e2	<--> e5	8,472	-,027
e2	<--> e4	5,515	-,019

			M.I.	Par Change
e1	<-->	PS	54,503	,044
e1	<-->	DIS	14,812	-,032
e1	<-->	PE	48,448	-,040
e1	<-->	e44	14,409	-,044
e1	<-->	e43	16,195	-,038
e1	<-->	e41	4,464	,014
e1	<-->	e39	17,666	,030
e1	<-->	e32	4,210	-,015
e1	<-->	e20	11,882	,023
e1	<-->	e4	16,616	-,026
e1	<-->	e3	8,432	-,020

LAMPIRAN Uji STRUKTURAL MODIFIKASI



Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	88	424,318	212	,000	2,002
Saturated model	300	,000	0		
Independence model	24	8721,124	276	,000	31,598

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,036	,896	,853	,633
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,248	,172	,100	,158

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,951	,937	,975	,967	,975
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,057	,050	,065	,061
Independence model	,318	,312	,324	,000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
FA <--- PE	,156	,050	3,105	,002	
FA <--- EE	,137	,035	3,938	***	
FA <--- SI	-,019	,035	-,536	,592	
FA <--- FC	,698	,063	11,096	***	
CIN <--- FA	,718	,102	7,015	***	
CIN <--- DIS	-,305	,201	-1,512	,130	
CIN <--- PS	,043	,039	1,093	,274	
CIN <--- INE	-,190	,079	-2,418	,016	
CIN <--- PE	,204	,072	2,852	,004	
CIN <--- EE	,589	,258	2,286	,022	
CIN <--- SI	-,040	,054	-,733	,464	
CIN <--- FC	,256	,126	2,030	,042	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
FA <--- PE	,165
FA <--- EE	,156
FA <--- SI	-,021
FA <--- FC	,706
CIN <--- FA	,625
CIN <--- DIS	-,411
CIN <--- PS	,058
CIN <--- INE	-,172
CIN <--- PE	,188
CIN <--- EE	,583
CIN <--- SI	-,039
CIN <--- FC	,225
PE5 <--- PE	,977
PE2 <--- PE	,888
EE4 <--- EE	,726
EE2 <--- EE	,723
EE1 <--- EE	,924
SI3 <--- SI	,935
SI2 <--- SI	,646
FC5 <--- FC	,904
FC4 <--- FC	,904
FC2 <--- FC	,878
CIN2 <--- CIN	,880
CIN3 <--- CIN	,881

	Estimate
CIN4 <--- CIN	,937
FA1 <--- FA	,897
FA2 <--- FA	,884
FA4 <--- FA	,936
DIS4 <--- DIS	,893
DIS2 <--- DIS	,861
PS4 <--- PS	,878
PS3 <--- PS	,976
PS2 <--- PS	,970
PS1 <--- PS	,916
INE2 <--- INE	,986
INE3 <--- INE	,998

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
e39 <--> SI	6,962	,027
e38 <--> DIS	6,769	-,019
e37 <--> SI	6,008	-,021
e36 <--> PS	5,268	-,040
e36 <--> DIS	11,132	,036
e36 <--> EE	7,437	-,023
e33 <--> SI	6,900	-,045
e31 <--> SI	5,681	,038
e31 <--> e36	19,302	,055
e19 <--> INE	5,440	,013

	M.I.	Par Change
e19 <--> FC	9,863	-,017
e19 <--> PE	7,027	,018
e19 <--> z1	7,488	-,015
e17 <--> INE	7,807	-,014
e17 <--> FC	7,061	,014
e17 <--> z1	18,180	,022
e17 <--> e26	10,609	,012
e16 <--> PE	5,182	-,015
e16 <--> e27	9,249	,013
e16 <--> e26	6,193	-,010
e16 <--> e24	4,084	-,011
e14 <--> DIS	4,468	-,042
e14 <--> z2	4,016	,029
e14 <--> e39	6,674	,038
e14 <--> e38	4,282	-,026
e14 <--> e31	4,192	-,047
e14 <--> e23	4,025	,031
e13 <--> e37	6,442	-,030
e13 <--> e36	4,664	,039
e13 <--> e33	6,987	-,062
e13 <--> e31	10,777	,073
e13 <--> e24	4,126	-,026
e10 <--> FC	4,369	-,020
e10 <--> z1	4,161	-,019
e10 <--> e17	6,468	-,022

	M.I.	Par Change
e10 <--> e16	4,567	,020
e9 <--> PS	4,682	,053
e9 <--> e38	5,895	,023
e9 <--> e26	6,778	,020
e9 <--> e19	4,245	-,022
e9 <--> e17	8,522	,029
e7 <--> INE	4,428	-,020
e7 <--> FC	5,759	,024
e7 <--> z1	4,892	,022
e7 <--> e39	4,506	-,022
e4 <--> z1	5,842	-,013
e4 <--> e22	6,509	,015
e1 <--> z1	4,782	,010
e1 <--> e16	5,438	-,011

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
263	107,392	,000	,000
250	102,098	,000	,000
297	102,098	,000	,000
96	54,052	,000	,000
139	49,158	,002	,000
123	48,965	,002	,000
119	48,391	,002	,000
103	45,756	,005	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
50	45,180	,006	,000
34	44,764	,006	,000
148	44,480	,007	,000
227	44,390	,007	,000
274	44,390	,007	,000
46	43,542	,009	,000
60	43,406	,009	,000
220	42,860	,010	,000
49	42,599	,011	,000
261	41,832	,013	,000
32	41,610	,014	,000
203	40,931	,017	,000
81	40,813	,017	,000
85	40,792	,018	,000
84	40,736	,018	,000
232	40,705	,018	,000
279	40,705	,018	,000
35	40,551	,019	,000
59	40,509	,019	,000
249	39,753	,023	,000
296	39,753	,023	,000
164	38,765	,029	,000
256	38,764	,029	,000
303	38,764	,029	,000
171	38,421	,031	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
26	38,192	,033	,000
170	37,921	,035	,000
236	37,211	,042	,000
283	37,211	,042	,000
146	36,949	,044	,000
193	36,850	,045	,000
57	36,755	,046	,000
69	36,754	,046	,000
114	36,449	,050	,000
186	36,353	,051	,000
126	36,299	,051	,000
257	36,005	,055	,000
304	36,005	,055	,000
153	35,473	,062	,000
158	35,396	,063	,000
112	35,388	,063	,000
67	35,369	,063	,000
76	35,341	,064	,000
241	35,239	,065	,000
288	35,239	,065	,000
115	35,030	,068	,000
200	35,005	,068	,000
245	35,000	,068	,000
292	35,000	,068	,000
159	34,953	,069	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
124	34,873	,070	,000
244	34,823	,071	,000
291	34,823	,071	,000
82	34,728	,073	,000
172	34,545	,075	,000
147	34,245	,080	,000
48	33,712	,090	,000
141	33,595	,092	,000
168	33,426	,095	,000
102	33,040	,103	,000
180	32,823	,108	,000
259	32,518	,115	,000
212	32,395	,117	,000
77	32,313	,119	,000
205	32,201	,122	,000
188	31,944	,128	,000
198	31,929	,129	,000
87	31,568	,138	,000
70	31,100	,151	,000
143	30,849	,158	,000
230	30,753	,161	,000
277	30,753	,161	,000
177	30,613	,165	,000
21	30,552	,167	,000
29	30,274	,176	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
151	30,214	,178	,000
233	30,133	,180	,000
280	30,133	,180	,000
118	29,897	,188	,000
37	29,872	,189	,000
73	29,652	,197	,000
121	29,108	,216	,001
194	28,617	,235	,006
101	28,578	,236	,005
136	28,566	,237	,004
189	28,443	,242	,004
1	28,440	,242	,003
56	28,247	,250	,006
149	28,155	,254	,006
61	27,922	,263	,013
109	27,773	,270	,018
106	27,448	,284	,049

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
INE3	3,000	5,000	-,078	-,556	-,545	-1,938
INE2	3,000	5,000	-,048	-,344	-,574	-2,042
PS1	1,000	5,000	,629	4,477	,302	1,076
PS2	1,000	5,000	,385	2,739	,180	,640

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PS3	1,000	5,000	,470	3,345	,267	,952
PS4	1,000	5,000	,768	5,464	,341	1,212
DIS2	1,000	5,000	,273	1,941	-,291	-1,037
DIS4	1,000	5,000	,554	3,940	,084	,298
FA4	3,000	5,000	-,114	-,812	-,540	-1,924
FA2	3,000	5,000	-,043	-,307	-,561	-1,998
FA1	3,000	5,000	-,038	-,270	-,348	-1,239
CIN4	2,000	5,000	-,158	-1,124	-,548	-1,949
CIN3	2,000	5,000	,002	,014	-,948	-3,374
CIN2	2,000	5,000	-,171	-1,215	-,595	-2,119
FC2	3,000	5,000	-,025	-,177	-,265	-,942
FC4	3,000	5,000	-,060	-,425	-,359	-1,278
FC5	3,000	5,000	-,042	-,300	-,370	-1,316
SI2	1,000	5,000	-,474	-3,373	-,420	-1,493
SI3	1,000	5,000	,352	2,506	-,513	-1,827
EE1	1,000	5,000	,057	,404	-,750	-2,670
EE2	1,000	5,000	-,108	-,769	-,293	-1,042
EE4	1,000	5,000	-,196	-1,398	-,332	-1,181
PE2	3,000	5,000	-,476	-3,389	-,655	-2,331
PE5	3,000	5,000	-,527	-3,753	-,639	-2,273
Multivariate					137,098	33,832