

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *TRUST*, *ENJOYMENT*  
DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *INTENTION TO USE E-WALLET* PADA  
KONSUMEN UKM DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen  
Universitas Negeri Padang*



**FADIRA ZENA AMANDA**

**NIM:18059180**

**JURUSAN MANAJEMEN DUAL DEGREE**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGRI PADANG**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, ENJOYMENT* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *INTENTION TO USE E-WALLET* PADA KONSUMEN UKM DI KOTA PADANG**

NAMA : Fadira Zena Amanda

NIM/TM : 18059180/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

KEAHLIAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, 21 November 2022

**Disetujui Oleh :**

**Mengetahui,**

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing,



Perengki Sasanto, S.E., M.Sc., Ph.D.  
NIP. 198104042005011002



Perengki Sasanto, S.E., M.Sc., Ph.D.  
NIP. 198104042005011002

**HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *TRUST*, *ENJOYMENT*  
DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *INTENTION TO USE E-WALLET* PADA  
KONSUMEN UKM DI KOTA PADANG**

NAMA : Fadira Zena Amanda

NIM/TM : 18059180/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

KEAHLIAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, 21 November 2022

Tanda Tangan

Tim Penguji

1. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D (Ketua)

2. Rahmiati, SE, M.Sc. (Penguji)

3. Gesit Thabrani SE, MT. (Penguji)

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadira Zena Amanda  
NIM/TahunMasuk : 18059180/2018  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/20 November 2000  
Program Studi : Manajemen Dual Degree  
Keahlian : ManajemenPemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : JL. Delima raya no.01 belimbing, Padang  
No. HP/Telp : 08988176631  
JudulSkripsi : Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment dan Perceived Security Terhadap Intention to Use E-Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 21 November 2022

Saya yang Menyatakan



Fadira Zena Amanda  
18059180/2018

## ABSTRAK

**Fadira Zena Amanda (2018/18059180) : Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment dan Perceived Security Terhadap Intention to Use E-Wallet pada pelanggan UKM di Kota Padang.**

**Dosen Pembimbing : Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment dan Perceived Security Terhadap Intention to Use E-Wallet pada pelanggan UKM di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan UKM di Kota Padang. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 260 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran online kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to use pada E-wallet. (2) Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use pada E-wallet. (3) Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness. (4) Enjoyment berpengaruh positif terhadap Intention to Use. (5) Enjoyment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Trust. (6) Trust berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use. (7) Perceived Security berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Intention to Use. (8) Perceived Security berpengaruh positif terhadap Trust.

**Kata Kunci: Intention to Use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Enjoyment, Trust, and Perceived Security**

## ABSTRAK

**Fadira Zena Amanda (2018/18059180) :** **The effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment and Perceived Security on Intention to Use E-Wallet on SME customers in Padang City**

**Dosen Pembimbing :** **Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D**

This study aims to analyze the effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment and Perceived Security on Intention to Use E-Wallet on SME customers in Padang City. The population in this study are SME customers in the city of Padang. The number of samples in this study were 260 respondents. The data in this study were collected through online questionnaires and data processing was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software. The results of this study indicate that (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Intention to use on E-wallet. (2) Perceived Ease of Use has a positive and insignificant effect on Intention to Use on E-wallet. (3) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Perceived Usefulness. (4) Enjoyment has a positive effect on Intention to Use. (5) Enjoyment has a positive and significant effect on Trust. (6) Trust has a positive and insignificant effect on Intention to Use. (7) Perceived Security has a positive and insignificant effect on Intention to Use. (8) Perceived Security has a positive effect on Trust.

**Keyword: Intention to Use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Enjoyment, Trust, and Perceived Security**

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Enjoyment dan Perceived Security Terhadap Intention to Use E-Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang.”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku penguji I yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Idris M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

5. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md. selaku staf administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang selalu sabar menghadapi dan membantu penulis selama menyelesaikan skripsi ini dan Bapak dan Ibu, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta kepada karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi.
7. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua tercinta Papa, Mama dan 2 adik tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Dual Degree Angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat selama masa perkuliahan.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah Subhanahu Wata'ala, Aamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari isi skripsi ini dimasa yang akan datang

Padang, 11 November 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
1. Akademis .....	10
2. Penulis .....	11
<b>BAB II KERANGKAN TEORI ATAU TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori.....	12
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2. <i>E-Wallet</i> .....	13
3. <i>Intention to Use</i> .....	13
4. <i>Perceived Usefulness</i> .....	16
5. <i>Perceived Ease of Use</i> .....	17
6. <i>Trust</i> .....	19
7. <i>Enjoyment</i> .....	20
8. <i>Perceived Security</i> .....	22
B. Hubungan antar Variable .....	23
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	23
2. Pengaruh <i>Perceived ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> .	24
3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	25

4.	Pengaruh <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Intention to use</i> .....	25
5.	Pengaruh <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Trust</i> .....	26
6.	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to use</i> .....	27
7.	Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Intention to use</i> .....	28
8.	Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Trust</i> .....	28
C.	Penelitian Terdahulu .....	29
D.	Kerangka Konseptual.....	31
E.	Hipotesis.....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A.	Jenis Penelitian .....	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
C.	Populasi dan Sampel .....	34
1.	Populasi .....	34
2.	Sampel.....	35
D.	Jenis dan Sumber Data.....	36
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	36
F.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	36
G.	Instrumen Penelitian .....	40
H.	Teknik Analisis Data.....	40
1.	Analisis Deskriptif .....	40
2.	<i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
1.	Sejarah perkembangan E-Wallet.....	50
2.	Cara Kerja E-Wallet .....	51
3.	Keuntungan Menggunakan E-Wallet .....	51
B.	Hasil Penelitian.....	53
1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
2.	Deskripsi Frekuensi Variabel .....	56
C.	Analisis Data .....	61
1)	Analisis Pengukuran Model (Model Measurement) .....	61

2) Uji Reliabilitas .....	64
3) Pengujian Model Structural .....	64
4) Uji Hipotesis .....	66
D. Pembahasan .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Peringkat Aplikasi E-wallet pada Kuartal Kedua 2019 di Indonesia versi App Annie .....	4
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. Tabel Variabel dan Indikator .....	37
Tabel 4. Skala Likert.....	40
Tabel 5. Kriteria Interpretasi Skor .....	42
Tabel 6. Kriteria Penilaian PLS .....	43
Tabel 7. Evaluasi Model Pengukuran Refleksif .....	45
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	54
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan ketertarikan menggunakan E-Wallet.....	55
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan E-Wallet yang ingin Digunakan.....	55
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Perceived Usefulness (X1) .....	56
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel Perceived Ease of Use (X2).....	57
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Trust (X3).....	58
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel User Enjoyment (X4).....	59
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Perceived Security (X5) .....	59
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Intention To Use (Y).....	60
Tabel 18. Output Outer Loading Awal .....	61
Tabel 19. Output Outer Loading Akhir.....	62
Tabel 20. Output AVE .....	62
Tabel 21. Cross Loading Model .....	63
Tabel 22. Cronbach Alpha .....	64
Tabel 23. Nilai R Square .....	65
Tabel 24. Nilai Q Square.....	66
Tabel 25. Path Coefficient dan Indirect Effect .....	66

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 2. Model Akhir Output PLS.....	70

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kemajuan teknologi digital saat ini sangat tinggi. Penggunaan smartphone, tablet, dan perangkat elektronik portabel lainnya, serta layanan berbasis web, adalah akibat langsung dari berbagai kemajuan teknologi digital baru-baru ini. Jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa hingga akhir 2018/awal 2019, 64,8% dari seluruh penduduk Indonesia online; ini naik dari angka tahun 2017 sebanyak 143,29 juta pengguna, atau 54,68% dari total populasi. Kehidupan sehari-hari orang menjadi lebih mudah dengan penggunaan teknologi digital, yang telah merevolusi cara orang hidup karena mereka selalu terhubung ke perangkat mereka dan Internet. Salah satu sektor yang diuntungkan adalah Financial Technology (Fintech).

Fintech adalah sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru yang berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kinerja, keamanan, dan sistem pembayaran. Fintech juga dikenal sebagai industri "financial technology" (fintech) ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Sektor Pembayaran menyumbang 38% dari total nilai bisnis Fintech di Indonesia, sedangkan pinjaman menyumbang 31%, Personal Finance dan Wealth Management menyumbang 8%, dan sisanya dicakup oleh sektor lain ([www.Fintechnews.sg](http://www.Fintechnews.sg)). pembayaran elektronik, sering dikenal sebagai

pembayaran digital atau pembayaran elektronik, adalah salah satu dari sedikit jenis pembayaran yang diterima saat ini. Yang dimaksud dengan "pembayaran digital" adalah suatu bentuk pembayaran yang menghilangkan kebutuhan akan mata uang dengan melakukan transaksi melalui penggunaan metode digital dan berbagai bentuk media elektronik. (Krishna & Shanmugam, 2020).

Salah satu sistem pembayaran digital yang paling banyak digemari konsumen di Indonesia saat ini adalah E-wallet. E-wallet adalah layanan uang elektronik berbasis server yang dapat diakses melalui metode pembayaran Scan QR di smartphone (Wijayhanti, 2019). Selain itu, Patel (2016) mendefinisikan e-wallet sebagai "rekening elektronik pada ponsel yang dapat digunakan untuk menyimpan uang dan memiliki fungsi seperti dompet konvensional". Dengan kata lain, e-wallet melakukan aktivitas yang sama dengan dompet tradisional. Menurut data yang diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) pada Februari 2021, Ini mewakili tingkat pertumbuhan 26,4 persen year on year (Rakyat Merdeka, 2021) Penggunaan dompet elektronik di Indonesia telah mencapai nilai Rp. 19,2 triliun. Penggunaan dompet elektronik memang menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan yang tidak dapat diperoleh melalui pembayaran tunai atau melalui penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), namun hal ini disertai dengan kemungkinan terjadinya bahaya. Menurut Olsen et al. (2011), perkembangan E-wallet tidak terlepas dari meningkatnya jumlah pengguna perangkat pintar seperti smartphone yang merupakan salah satu infrastruktur utama yang mendukung

layanan E-wallet. Oleh karena itu, aplikasi E-wallet yang dapat digunakan melalui smartphone menjadi layanan yang ideal untuk penggunanya yang membutuhkan transaksi yang lebih sederhana, lebih cepat, dan lebih fleksibel.

E-wallet menjamin sistem pembayaran yang nyaman, aman, dan menguntungkan. Terkadang, ada promosi atau pengurangan harga pada setiap transaksi demi meningkatkan daya tarik untuk beralih ke sistem pembayaran ini. Setiap tahun, semakin banyak transaksi diselesaikan dengan menggunakan E-wallet. Menurut data statistik yang dilakukan pada tahun 2019, metode pembayaran e-commerce menggunakan e-wallet semakin populer dari tahun ke tahun. Penggunaan e-wallet untuk transaksi diperkirakan terus meningkat hingga tahun 2023 (Alessandrina, 2022).

Penggunaan E-wallet yang luas tidak hanya untuk transaksi online. Seperti yang diungkapkan Bima Laga, Ketua Ekonomi Digital Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), E-wallet juga sering digunakan di merchant offline, Hal ini tentunya harus menjadi pertimbangan bagi UKM untuk mengadopsi e-wallet dalam usahanya. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah UKM yang sudah menggunakan teknologi pembayaran digital (E-Wallet) mencapai 12 juta lebih (data Februari 2021). Jumlah ini melampaui target pemerintah yang mematok angka sebesar 10 juta pada akhir tahun 2020 lalu. Para pelaku ekonomi kecil itu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya .

Menurut iPrice, aplikasi *e-wallet* ini dapat memberikan kemudahan untuk bertransaksi baik *online* maupun *offline* yang diakses melalui satu

layanan yaitu dengan aplikasi *e-wallet*. Berikut peringkat E-Wallet yang paling banyak digunakan:

Tabel 1. Peringkat Aplikasi E-wallet pada Kuartal Kedua 2019 di Indonesia

<b>Rank</b>	<b>Nama Aplikasi E-wallet</b>	<b>Perusahaan Penerbit</b>
1.	GoPay	PT. Dompot Anak Bangsa
2.	OVO	PT. Visionet Internasional
3.	DANA	PT. Espay Debit IndonesiaKoe
4.	LinkAja	PT. Fintek Karya Nusantara
5.	Jenius	PT. Bank BTPN Tbk
6.	Go Mobile	PT. Bank CIMB Niaga Tbk
7.	Isaku	PT. Inti Dunia Sukses
8.	Sakuku	PT. Bank Central Asia Tbk
9.	Doku	PT. Nusa Satu Inti Artha
10	Paytren	PT. Veritra Sentosa Internasional

*Sumber: iprice.co.id (2019)*

Berdasarkan data survei yang diatas, aplikasi *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia tiga besarnya diduduki oleh Go-Pay, OVO, dan DANA. Perusahaan-perusahaan penyedia layanan aplikasi *e-wallet* tersebut memang tidak asing lagi bagi masyarakat, karena ketiganya selalu memberikan tawaran menarik yang menguntungkan penggunaanya dengan tujuan menarik minat konsumen untuk terus bertransaksi dengan layanan *e-wallet* mereka.

Di Provinsi Sumatera Barat, khususnya kota Padang merupakan salah satu kota yang menjadi rumah bagi sejumlah besar usaha kecil dan menengah. Pada tahun 2021, jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Padang diperkirakan mencapai 30.702 oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang (2021). Fakta adanya usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Padang terus menjadi kekuatan ekonomi utama.

Keberadaan teknologi akan sangat membantu para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Padang dalam menghadapi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Salah satunya dengan menggunakan E-Wallet sebagai alat pembayaran. Penggunaan e-wallet di kota Padang mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun. Dibanding awal tahun 2021, Koperasi mencatat bahwa pertumbuhan penggunaan e-wallet meningkat lebih dari 300 persen. Pada November 2021, hampir setengah dari UKM pun sudah menyediakan alat pembayaran e-wallet khusus untuk menerima pembayaran. Hal ini membantu UKM dalam meningkatkan pendapatan dan permodalan usaha.

Manfaat sistem yang ditawarkan oleh layanan dompet digital tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan (*intention to use*) aplikasi E-wallet di Indonesia yang merupakan akibat langsung dari evolusi teknologi E-wallet. Menurut Venkatesh et al. (2003), seseorang akan merasakan manfaat atau fungsi dari layanan e-wallet jika sistem tersebut memberikan manfaat yang meningkatkan kinerjanya dan memberikan manfaat tambahan dari sebelumnya. Aplikasi e-wallet sekarang tersedia di Indonesia untuk memenuhi permintaan dan minat pelanggan mereka termasuk pembayaran untuk pembelian online dan di dalam toko, pembayaran tagihan, pembelian tiket transportasi dan hiburan, transfer dana, dan masih banyak lagi. Akibatnya, konsumen tertarik untuk mengadopsi dan mengembangkan penggunaan e-wallet untuk transaksi (Guhr et al., 2013) karena banyak manfaat yang dirasakan dari mengakses

berbagai jenis pembayaran yang dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

Namun, di balik kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, tentu ada risiko yang bisa ditimbulkan dari penggunaan dompet digital ini, karena menyangkut pembayaran. Terlepas dari risiko seperti kebocoran data pengguna dan bentuk risiko lainnya, sebagian besar pengguna masih mempercayai dan terus menggunakan layanan dompet digital ini (Priyono, 2017). Akibatnya, perusahaan yang mendirikan aplikasi e-wallet perlu meningkatkan keamanan transaksi dan data pengguna mereka untuk meyakinkan pengguna dan menarik minat mereka untuk terus menggunakan pembayaran apapun dengan e-wallet.

Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi, salah satunya adalah *perceived usefulness*. Menurut Davis (1989), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan konsumen bahwa sistem dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja, memungkinkan pengguna untuk meminimalkan waktu kerja dan memastikan akurasi dan kegunaan teknologi dalam meningkatkan kinerja. (Lee et al., 2012). Pengguna akan tertarik menggunakan e-wallet jika dapat membantu meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi pembayaran apapun dengan mudah.

Selain *perceived usefulness*, pengguna layanan e-wallet juga akan mempertimbangkan *perceived ease of use* dalam faktor kegunaannya.

perceived ease of use adalah suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan (Davis, 1989). Menurut Wibowo (2006), perceived ease of use suatu teknologi yang mana seorang individu percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan. Hal ini cukup berguna untuk menumbuhkan penggunaan program pembayaran melalui e-wallet yang seringkali dianggap berat, padahal peminatnya cukup banyak.

Selain itu ada juga faktor yang mempengaruhi niat pelanggan menggunakan layanan E-wallet yaitu Enjoyment. Enjoyment adalah persepsi konsumen terhadap kesenangan dan kesenangan itu sendiri berasal dari penggunaan sistem itu (Sigar (2016). Enjoyment digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengguna menemukan layanan yang menyenangkan dan nyaman ketika sedang digunakan. Faktor lain yang juga menjadi pertimbangan konsumen selanjutnya adalah trust. Moorman et al. (1993) mendefinisikan trust sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Dalam penggunaan sistem digital payment, trust menjadi faktor utama dan sejauh ini telah sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, dikarenakan sistem mobile payment yang lebih sedikit terjadinya interaksi langsung (Bourreau dan Valletti, 2015).

Berikutnya faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan E-wallet adalah Perceived Security. Sistem pembayaran harus mempunyai keamanan yang baik karena itu akan membuat pengguna tidak perlu khawatir data pribadinya akan dimanipulasi, disimpan,

ataupun dilihat pihak lain (Flavián & Guinalú, 2006) dan aman saat melakukan transaksi di *e-commerce* (Eid, 2011).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud untuk meneliti bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kesenangan (*enjoyment*), kepercayaan (*trust*) dan persepsi keamanan (*perceived security*) terhadap minat menggunakan (*intention to use*) *e-wallet* pada pelanggan UKM di kota Padang. Oleh sebab itu penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Enjoyment, Trust* dan *Perceived Security* terhadap *Intention to Use E-Wallet* pada konsumen UKM di kota Padang”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada yaitu :

1. Adanya peningkatan penggunaan E-wallet oleh konsumen UKM
2. Kurangnya pengetahuan tentang manfaat yang disediakan oleh *E-wallet* menjadi salah satu faktor belum maksimalnya penggunaan E-wallet dalam bertransaksi oleh konsumen.
3. Kurangnya pengetahuan tentang kesenangan dalam menggunakan E-Wallet
4. Banyak isu miring terkait kurangnya keamanan data pengguna *E-wallet* yang beredar menyebabkan kurangnya kepercayaan terhadap layanan E-wallet.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan dan identifikasi masalah maka penelitian ini difokuskan pada masalah *E-wallet* dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *E-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang. Faktor-faktor tersebut dibatasi pada *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *enjoyment*, *trust* dan *perceived security*.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang?
2. Apakah pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang?
3. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*?
4. Apakah *Enjoyment* berpengaruh terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang?
5. Apakah *Enjoyment* berpengaruh terhadap *Trust*?
6. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang?
7. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang?

8. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Trust*?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Enjoyment* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Enjoyment* terhadap *Trust*.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang.
7. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use e-wallet* pada konsumen UKM di kota Padang.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Trust*.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Enjoyment*, *Trust* dan *Perceived Security* terhadap *Intention To Use E-*

Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa referensi peneliti-peneliti lain dimasa mendatang dalam mengkaji pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Enjoyment, Trust dan Perceived Security terhadap Intention To Use E-Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang.

## **2. Penulis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan penulis mengenai pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Enjoyment, Trust dan Perceived Security terhadap Intention To Use E-Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang.

## BAB II

### KERANGKAN TEORI ATAU TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali dicetuskan oleh Davis et al. (1989) dan merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penyebaran teknologi yang diterima. TAM telah muncul sebagai model teoritis untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi informasi oleh pengguna (Legris et al., 2003).

TAM mendefinisikan pengaruh sebab-akibat antara kepercayaan sistem informasi seperti manfaat dan kemudahan penggunaan, perilaku, kebutuhan, dan pengguna sistem. Dalam TAM, dua variabel utama mempengaruhi penerimaan pengguna sistem informasi yaitu *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* (Venkatesh & Davis, 2000).

Sebagai faktor penting dari akseptabilitas pengguna sistem informasi, TAM mengusulkan dua konstruksi teoritis, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Adanya faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* akan meningkatkan intention to use dan dipengaruhi oleh keuntungan dan kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna pada suatu sistem teknologi.

## 2. E-Wallet

Dompot Elektronik atau Electronic Wallet adalah layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data alat pembayaran termasuk alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang juga dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran dijelaskan berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 angka 7.

Menurut Olsen et al. (2011), e-wallet hadir sebagai pelengkap uang tunai dalam bentuk pembayaran bukan untuk menggantikan uang tunai. Karena uang tunai masih merupakan bentuk pembayaran yang paling umum dan utama, Dikarena banyak individu masih memilih untuk bertransaksi dengan uang tunai daripada uang elektronik. Dengan berkembangnya e-wallet di Indonesia terbukti oleh munculnya Go Pay, OVO, Dana, Just Link, Doku, dan masih banyak e-wallet lainnya yang muncul setiap tahun. Semuanya berlomba-lomba untuk menawarkan penawaran yang paling menarik bagi pelanggan mereka. Berkembangnya minat penggunaan E-wallet juga bertepatan dengan meningkatnya jumlah pengguna smartphone dan perangkat elektronik lainnya, menjadikannya tempat pembayaran yang mudah dan aman untuk transaksi smartphone non-tunai (Olsen et al., 2011).

## 3. *Intention to Use*

### a. *Pengertian Intention to Use*

*Intention to use* didefinisikan sebagai keinginan atau niat

seseorang untuk memanfaatkan layanan uang elektronik sebagai alat pembayaran (Novitasari & Fitriasari, 2014). Seseorang yang tertarik menggunakan layanan e-wallet akan sering memanfaatkan layanan tersebut. Penggunaan layanan secara terus menerus menunjukkan bahwa pengguna senang dengan keuntungan yang ditawarkan oleh layanan e-wallet. Menurut Davis et al. (1989), mengemukakan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna sistem informasi akan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan sistem informasi.

Salah satu komponen jiwa manusia yang mungkin berfungsi untuk memotivasi individu menuju pencapaian tujuan mereka adalah minat. Seseorang yang memiliki minat pada sesuatu biasanya akan lebih memperhatikan, atau memperoleh lebih banyak kesenangan dari, sesuatu itu. (Kusuma & Susilowati, 2007). Layanan yang bermanfaat bagi seorang individu akan membangkitkan minat individu tersebut untuk menggunakan layanan tersebut dan menimbulkan kepuasan dalam menggunakan layanan tersebut.

**b. Faktor yang mempengaruhi *Intention to Use***

Perkembangan teknologi menuntut perubahan gaya hidup, dari konvensional ke modern. Pada saat ini semua juga serba cepat dan praktis. Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk menerapkan teknologi keuangan. Teknologi finansial merupakan penggunaan teknologi pada system keuangan yang kemudian menghasilkan model bisnis baru yang menyediakan layanan,

produk dan juga stabilitas moneter, sistem keuangan, termasuk keberlangsungan, keamanan, serta keandalan dari sistem pembayaran yang ada (Bank Indonesia 2017). Teknologi finansial memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan melalui perangkat teknologi masing-masing. Hal itulah yang menjadi salah satu faktor penentu niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru.

Menurut Yadav dan Pathak (2016) Intention To Use merupakan ukuran keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Davis (1989) juga menjelaskan bahwa keinginan untuk menggunakan teknologi baru akan muncul apabila seseorang menganggap hal tersebut dinilai tepat. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa niat untuk menggunakan mengacu pada keinginan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi baru untuk pertama kalinya atau untuk menggunakannya kembali. Menurut (Al-Smadi, M. O., & Al-Wabel, S. A., 2011) mengemukakan pendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang menimbulkan niat seseorang, yaitu:

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Faktor tersebut dinyatakan dalam bentuk kebutuhan kepribadian dan fisik.
2. Faktor sosial. Faktor ini menunjukkan bahwa niat seseorang dapat dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan sosial.
3. Faktor emosional. Faktor ini digunakan untuk mengetahui

tingkat konsentrasi seseorang ketika fokus pada suatu aktivitas atau item tertentu.

**c. Indikator *Intention to Use***

Menurut Venkatesh et al. (2003) intention to use memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Saya ingin melakukan transaksi menggunakan E-Wallet dalam waktu dekat.
2. Kemungkinan besar saya akan menggunakan smartphone saya untuk membayar di tempat penjualan.
3. Saya akan sering menggunakan E-Wallet di masa mendatang.
4. Saya bermaksud merekomendasikan orang lain untuk menggunakan E-Wallet.

**4. *Perceived Usefulness***

**a. Pengertian *Perceived Usefulness***

Perceived usefulness dipercaya menjadi faktor yang menentukan penerimaan penggunaan suatu teknologi. perceived usefulness diartikan sebagai suatu keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya (Davis et al., 1989). Pengguna akan percaya terhadap manfaat suatu produk teknologi terbaru apabila teknologi tersebut dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik (Candraditya & Idris, 2013). Di lain sisi, pengguna akan mengembangkan sikap dan minat

yang positif terhadap sistem pembayaran mobile karena lebih unggul dibandingkan dengan metode sejenis lainnya seperti pembayaran tunai ataupun menggunakan kartu (Nguyen & Huynh, 2018).

**b. Indikator *Perceived Usefulness***

Menurut Singh et al. (2020) dan Venkatesh et al. (2012) *perceived usefulness* memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Menggunakan E-Wallet membantu saya menyelesaikan tugas dengan lebih efisien.
2. Pekerjaan menjadi lebih mudah setelah menggunakan E-Wallet.
3. Menggunakan E-Wallet meningkatkan kualitas hidup saya.
4. Secara keseluruhan, menggunakan E-Wallet adalah berguna.

**5. *Perceived Ease of Use***

**a. Pengertian *Perceived Ease of Use***

Menurut Hartono (2007: 115), pengertian *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha. Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Berdasarkan definisinya, diketahui bahwa konstruk kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan

menggunakannya. Dan sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi ini tidak mudah digunakan, maka ia tidak akan menggunakannya.

Besarnya intensitas penggunaan sistem oleh pengguna dapat menunjukkan kemudahan penggunaan sistem tersebut (Davis et al., 1989). Hal ini dapat dilihat dimana sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih familiar dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Muntianah et al., 2012). Selain itu, pembayaran secara mobile mungkin akan dianggap rumit oleh penggunanya karena langkah penggunaannya yang sulit dimengerti oleh beberapa pengguna, seperti proses mendaftar akun dengan penyedia layanan, menginisialisasi dan memberi pengamanan otorisasi pada setiap transaksi (Phonthanukitithaworn, 2016).

**b. Indikator *Perceived Ease of Use***

Menurut Davish et al. (1989) dan Venkatesh et al. (2003) *perceived ease of use* memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Saya percaya navigasi langkah demi langkah aplikasi E-Wallet mudah dimengerti.
2. Saya percaya belajar menggunakan E-Wallet itu mudah.
3. Saya suka fakta bahwa pembayaran yang dilakukan melalui E-Wallet membutuhkan sedikit usaha.

4. Saya percaya mudah untuk mentransfer uang melalui E-Wallet karena diperlukan langkah-langkah minimum.
5. Secara keseluruhan saya pikir E-Wallet sangat mudah digunakan.

## **6. *Trust***

### **a. *Pengertian Trust***

Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Mayer, 1995) dalam Priyono (2017). Kepercayaan adalah faktor higienis. Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai hambatan untuk mengadopsi e-wallet (Seetharaman et al., 2017). Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi sebuah produk. Kepercayaan yang dimiliki mampu mengatasi adanya persepsi yang muncul. Meskipun mereka percaya akan adanya risiko, akan tetapi adanya kepercayaan tetap mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Dalam transaksi sosial dan ekonomi, di mana sering terjadi ambiguitas, kepercayaan digambarkan sebagai hal yang paling penting. Menurut penelitian sebelumnya, konsep kepercayaan dipandang sebagai item terpenting dalam interaksi komersial. Konsep kepercayaan mengacu pada keyakinan yang dimiliki satu

pihak kepada pihak lain untuk melaksanakan tawar-menawar atau pengaturan di pihak mereka dengan cara yang awalnya dibayangkan oleh pihak lain (Wong, 2017). Di antara banyak motivasi untuk mengadopsi teknologi baru, kepercayaan telah lama dianggap sebagai salah satu yang paling penting.

**b. Indikator *Trust***

Menurut Lee dan Turban (2001), Suh dan Han (2002) dan Belanche et al. (2012), *trust* memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Saya percaya transaksi terjadi melalui E-Wallet.Saya percaya belajar menggunakan E-Wallet itu mudah.
2. Saya percaya penyedia bisnis E-Wallet tidak akan membocorkan informasi saya kepada pihak ketiga.
3. Saya percaya E-Wallet menjaga minat pelanggan.
4. Saya percaya E-Wallet menepati janji dan komitmennya.
5. Saya percaya bahwa jika ada masalah apa pun, penyedia layanan akan memberi saya bantuan.
6. Saya percaya bahwa penyedia layanan E-Wallet mengikuti undang-undang konsumen.

**7. *Enjoyment***

**a. Pengertian *Enjoyment***

Menurut Septiani et al. (2017) *enjoyment* adalah sebuah

penghargaan teknologi yang telah dipelajari. Kesenangan digunakan untuk menanggapi dari dimensi hedonisme terhadap konsumsi pengguna dan untuk mengukur seberapa jauh pengguna dapat menemukan layanan yang menyenangkan, serta nyaman pada saat digunakan. Kemudian kesenangan yang dirasakan memainkan peran penting dalam mendefinisikan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru.

Menurut Rouibah et al. (2016) enjoyment yaitu mengacu pada sejauh mana penggunaan teknologi tertentu dianggap menyenangkan bagi setiap orang atau pengguna dan secara individu manfaat instrumental apa yang akan didapatkan atas penggunaan suatu system teknologi. Kesenangan atau kenikmatan merupakan sebagai tingkat kepuasan oleh konsumen (pengguna) selama menggunakan produk layanan jasa. (Venkatesh, 2000) dalam (Chin, L. P., & Ahmad, Z. A., 2015) mengungkapkan bahwa sejauh mana kenikmatan yang dirasakan selama menggunakan system tertentu dapat dianggap menyenangkan bagi pengguna, dan terlepas dari konsekuensi kinerja apa pun yang dihasilkan dari penggunaan system.

**b. Indikator *Enjoyment***

Menurut Venkatesh et al. (2012) dan (Alalwan, 2018) Enjoyment memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Proses penggunaan E-Wallet menyenangkan.

2. Saat melakukan transaksi saya dengan M-wallet, saya merasa senang.
3. Secara keseluruhan, menggunakan E-Wallet itu menyenangkan.

## **8. *Perceived Security***

### **a. *Pengertian Perceived Security***

Perceived Security merupakan persepsi pengguna terhadap keamanan ketika melakukan transaksi di e-commerce (Eid, 2011). Perceived Security diartikan juga sebagai kepercayaan subjektif yang mana pengguna percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dimanipulasi, disimpan, ataupun dilihat pihak lain (Flavián & Guinalú, 2006).

Penelitian yang telah dilakukan oleh Oliveira et al. (2016) membuktikan bahwa Perceived Technology Security mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi terbaru. Menurut Kinasih dan Albari (2012) apabila Perceived Security pengguna tinggi di dalam dirinya, maka itu akan berpengaruh pada kepercayaan pengguna. Penelitian yang dilakukan Chellappa dan Pavlou (2002) juga menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh Perceived Security

### **b. *Indikator Perceived Security***

Menurut Flavián dan Guinalú (2006) Perceived security memiliki beberapa indikator, diantaranya yaitu:

1. Saya akan percaya diri melakukan pembayaran melalui E-Wallet.

2. Saya percaya teknologi yang digunakan dalam E-Wallet sangat aman.
3. Saya yakin layanan ini berpotensi lebih aman daripada opsi pembayaran tradisional seperti kartu kredit dan uang tunai.
4. Saya percaya bahwa transaksi yang dilakukan melalui E-Wallet aman.
5. Saya yakin kemungkinan kehilangan uang yang disimpan di E-Wallet rendah.

## **B. Hubungan antar Variable**

### **1. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness***

Niat pengguna untuk menerima dan perilaku mereka untuk menggunakan sistem atau teknologi informasi (TI) dapat dijelaskan oleh TAM (Bradley, 2012; Hussein, 2017). PEU dan PU adalah alasan utama pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi baru (Taherdoost, 2018; Schierz et al., 2010), baik secara langsung maupun tidak langsung (Hussein, 2017).

TAM menjelaskan bahwa persepsi pengguna tentang kegunaan terhadap teknologi baru terutama dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya. Uji empiris yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya (Chen et al., 2012; Hamid et al., 2016; Lemay et al., 2018; Leng et al., 2011; Tan et al., 2012) menunjukkan pengaruh signifikan yang konsisten dari PEU pada PU. Oleh karena itu, penulis berhipotesis bahwa dalam konteks mekanisme pembayaran e-wallet, semakin mudah

penggunaan sistem pembayaran e-wallet dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk menganggapnya berguna. Oleh karena itu, penulis membangun hipotesis sebagai berikut:

**H1: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.**

## **2. Pengaruh *Perceived ease of Use* terhadap *Intention to Use***

PEU mencerminkan penilaian atau persepsi pelanggan tentang sistem tertentu dalam hal kemudahan untuk mengoperasikan dan belajar (Gefen & Straub, 2000). Individu lebih bersedia untuk menggunakan dan mempelajari fitur sistem baru dan akhirnya menggunakannya jika sistem tersebut mudah digunakan (Hamid et al., 2016). Dalam konteks penelitian ini, seseorang akan memiliki INT yang kuat sebagai mode sistem pembayaran baru jika mudah digunakan dan dipelajari.

PEU secara positif mempengaruhi niat menggunakan (INT) dalam konteks pembelajaran berbasis web (Chiu & Wang, 2008). Tella & Olasina (2014) menemukan pengaruh tidak langsung PEU terhadap INT dalam konteks e-payment. Dalam konteks yang relatif sama, yaitu teknologi mobile, Tan et al. (2012) dan Kim et al. (2010) menemukan PEU terkait dengan niat untuk menggunakan teknologi seluler. Pengaruh signifikan lebih lanjut dari PEU pada niat (INT) juga ditemukan dalam konteks transaksi perdagangan elektronik (Fayad & Paper, 2015; Gefen, 2002), (Koufaris, 2002; Md Johar & Ahmad Awalluddin, 2011; Renko & Popovic, 2015; Yunus et al., 2015). Oleh karena itu, penulis berhipotesis

sebagai berikut:

**H2 : *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Intention to use***

### **3. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use***

TAM dan TAM2 menyarankan bahwa PU adalah anteseden langsung dari niat untuk menggunakan (Venkatesh & Davis, 2000). Ini didefinisikan sebagai keyakinan seseorang tentang tujuan teknologi baru dalam meningkatkan produktivitas atau kinerjanya (Davis et al., 1989).

Secara empiris, selain dalam konteks state-of-the art technology (Park et al., 2014; Pham & Ho, 2015), pengaruh positif juga ditemukan pada adopsi e-commerce (Gefen, 2002) dan konteks lainnya seperti e- teks, pesan instan, penyedia layanan seluler, layanan perjalanan online, pembelajaran elektronik dan blog dan penciptaan pengetahuan (Abbas & Hamdy, 2015; Baker-Eveleth & Stone, 2015; Chou et al., 2010; Li & Liu, 2014; Lin & Wang, 2012; Tang et al., 2014; Wang et al., 2012). Temuan tersebut mengarahkan penulis untuk merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3 : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to use*.**

### **4. Pengaruh *Enjoyment* terhadap *Intention to use***

Setiap konsumen dapat mengalami kesenangan secara langsung atau kesenangan dari menggunakan sistem tertentu, dan dapat merasakan keterlibatan secara aktif dalam menggunakan teknologi baru yang akan

menjadi menyenangkan dalam diri individu (Davis, 1989) (Igarria, 1994) dalam (Liao C. H., 2008).

Intention to Use merupakan aspek manusia yang selalu memberikan perhatian sehingga seseorang bisa merasa senang kepada obyek tersebut yang dapat mendorong tercapai tujuan (Kusumah, 2009). Faktor Perceived Enjoyment ditambahkan dalam TAM menurut Liao et al., (2008) dan (Cheema, 2013) penelitian ini menunjukkan bahwa enjoyment mempengaruhi minat menggunakan. Penelitian yang dilakukan oleh (Norazah dan Norbayah, 2009) membuktikan bahwa faktor-faktor yang ada pada perceived enjoyment berpengaruh positif terhadap intention to use.

#### **H4 : *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

### **5. Pengaruh *Enjoyment* terhadap *Trust***

Dari teori yang disampaikan oleh (Oktarini & Wardana, 2018) bahwa konsumen akan memiliki tingkat kepercayaan dan menghandalkan jasa tertentu untuk melayani aktivitas mereka dalam menunjang kenyamanan dan kegembiraan. Hal ini mempunyai makna bahwa jika suatu pengguna telah mendapatkan rasa nyaman pada saat menggunakan sebuah layanan perusahaan, maka akan secara otomatis muncul sikap percaya dan upaya pengguna untuk memprioritaskan jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil empiris yang telah dilakukan oleh (Kharismawan & Widiyanto, 2015) yang membuktikan bahwa enjoyment berpengaruh positif dan signifikan

terhadap trust. Peningkatan kenyamanan yang dirasakan pengguna mampu membentuk keyakinan pengguna terhadap layanan itu sendiri. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa :

**H5 : *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Trust***

#### **6. Pengaruh *Trust* terhadap *Intention to use***

Moorman et al. (1993) dalam mendefinisikan trust sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Pavlou (2003) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa trust adalah keyakinan yang membuat konsumen mudah mempercayai penjual online setelah mempelajari karakteristik mereka. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian Mondego (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan dalam rangka meningkatkan kepercayaan penggunaan mobile payment dengan cara membantu praktik penggunaannya. Hal tersebut juga merupakan hal yang fundamental bagi perusahaan untuk menyediakan keamanan informasi penggunanya serta memberi arahan tentang semua yang berkaitan dengan mobile payment (Pontee et al., 2015).

Semakin tinggi tingkat kepercayaan (trust) pengguna terhadap suatu mobile payment, maka pengguna pun akan berminat untuk melakukan transaksi menggunakan mobile payment. Oleh karena itu penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H6 : *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

## **7. Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to use***

Perceived security didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan pembayaran secara online adalah aman Chawla dan Joshi (2019). Keamanan telah terbukti sebagai penentu utama pada niat belanja secara online, dan berbagai studi penelitian telah menemukan pengaruh positifnya terhadap intention to use secara online (Yousafzai et al., 2003). Gefen et al. (2003) menemukan bahwa keamanan bisnis diinternet mempengaruhi konsumen untuk tidak membeli secara online, karena perceived security sangat mempengaruhi intention to use oleh konsumen melalui telepon seluler. Terjaminnya keamanan data pribadi saat bertransaksi menjadi hal penting yang diperhatikan oleh konsumen. Dari uraian tersebut, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

**H7: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

## **8. Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Trust***

Perceived security (PS) didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan online payment tertentu akan aman. Enck et al. (2009) mendefinisikan PS sebagai perasaan konsumen bahwa kredensial pribadinya tidak akan dilihat, disimpan, atau dimanipulasi oleh pengguna yang tidak berwenang saat melakukan transaksi online. Dalam studi e-commerce dan belanja online, keamanan

merupakan penentu kepercayaan yang signifikan (Carlos Roca et al., 2009), (Flavián & Guinalú, 2006), (Kim, M.-J. et al., 2011).

Menurut Shin (2009), penting untuk menetapkan ukuran PS dan hubungannya dengan kepercayaan dalam konteks seluler. Menurut Flavián dan Guinalú (2006), perkembangan kepercayaan sangat dipengaruhi oleh keamanan yang dirasakan oleh konsumen mengenai penanganan data pribadi mereka. Mukherjee dan Nath (2007) mengidentifikasi bahwa fitur privasi dan keamanan situs web bersama dengan nilai-nilai bersama adalah anteseden utama kepercayaan, yang, pada gilirannya, secara positif memengaruhi niat perilaku pelanggan. Kumar et al. (2018) dalam sebuah penelitian terbaru yang melibatkan penggunaan dompet-M di India menemukan bahwa PS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan. Berdasarkan penelitian terdahulu penulis dapat menyimpulkan bahwa hipotesis sebagai berikut:

**H8: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Trust***

### C. Penelitian Terdahulu

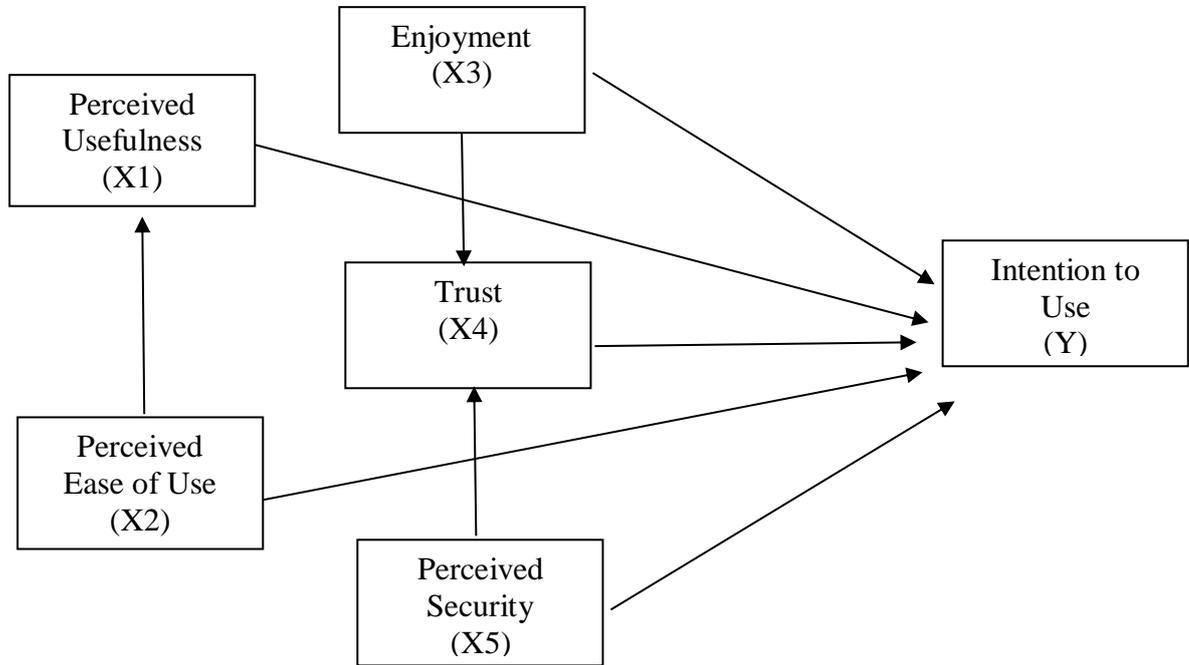
Untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan, maka diperlukan penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, agar dilihat dan diketahui penelitian ini berpengaruh dan mendukung atau tidaknya dengan penelitian sebelumnya. Rincian penelitian relevan dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

JUDUL	HASIL PENELITIAN
<i>Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness,</i>	Perceived ease of use, perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use

<i>stress to use and social influence</i> ( Singh,Sinha, Liebana Cabanillas, 2019)	
<i>The Roles of Perceived Risk and Trust on E–Payment Adoption</i> ( Nguyen & Huynh (2018)	Hasil positif terhadap pengaruh perceived ease of use, usefulness dan trust terhadap pengadopsian penggunaan alat pembayaran digital dan cashless
<i>The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payment.</i> (Pham dan Ho (2015)	Perceived Ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use
<i>Mobile banking adoption in an emerging economy: An empirical analysis of young Indian consumers. Benchmarking: An International Journal, 25(2), 743–762.</i> (Priya, R., Gandhi, A. V., & Shaikh, A. (2018)	Variabel perceived ease of use berpengaruh signifikan positif terhadap intention to use, Variabel perceived usefulness berpengaruh signifikan positif terhadap intention to use.
<i>Understanding Behavioral Intention To Use Mobile Wallets In Vietnam : Extending The Tam Model With Trust And Enjoyment</i> (Anh Tho To & Thi Hong Minh Trinh 2020)	Pada penelitian ini variabel Enjoyment berpengaruh positif terhadap Trust. Variabel Trust dan Enjoyment berpengaruh positif terhadap intention to use mobile wallet.
<i>A Study on User’s Intention of Using Mobile Payment Interational Journal of Services: Basic and Applied Research (IJSBAR) Vol. 24,No.6 Page 433-499</i> (Wang dan Iderstog (2015)	Pada penelitian ini variabel Perceived ease of use, perceived usefulness dan security berpengaruh secara signifikan terhadap intention to use.
<i>Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study International Journal of Bank Marketing</i> (Deepak Chawla and Himanshu Joshi (2019)	Pada penelitian ini variabel Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness. Dan juga Perceived Security berpengaruh positif pada Trust .

#### D. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

E-Wallet merupakan metode pembayaran dan penyimpanan uang yang dikembangkan dan memudahkan penggunaannya untuk melakukan transaksi.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan Pay Later antara lain: Perceived Usefulness yang mana pengguna percaya bahwa E-Wallet memiliki banyak manfaat.

Berikutnya Perceived Ease Of Use mempengaruhi niat penggunaan karena pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran E-Wallet tidak butuh usaha yang besar. Perceived Ease Of Use juga dipengaruhi oleh Perceived Usefulness karena apabila pengguna merasa bahwa E-Wallet mudah digunakan dan memiliki banyak kegunaan akan menambah keyakinan mereka untuk menggunakan Pay later dan membawa banyak manfaat untuk digunakan.

Selanjutnya Enjoyment mempengaruhi niat menggunakan E-Wallet. Karena jika pengguna merasa senang menggunakan E-Wallet maka semakin besar niat menggunakan E-Wallet untuk transaksi atau menyimpan uang enjoyment juga dipengaruhi oleh Trust. Jika pengguna senang menggunakan E-Wallet maka otomatis tingkat kepercayaannya meningkat.

Berikutnya Trust apabila trust pengguna meningkat maka akan mempengaruhi minat menggunakan E-Wallet.

Terakhir Perceived Security, yaitu apabila Perceived Security pengguna tinggi, maka itu akan berpengaruh pada niat pengguna terhadap sistem pembayaran E-Wallet. Salah satu hal yang mempengaruhinya adalah Trust. Jika tingkat keamanan E-Wallet tinggi maka semakin percaya pengguna untuk memakai E-Wallet.

#### **E. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to use***

**H2: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Intention to use***

**H3: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.**

**H4: *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

**H5 : *Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Trust***

**H6 : *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

**H7: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Intention To Use***

**H8 : *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Trust***

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *perceived security* berpengaruh terhadap *trust*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya keamanan yang diberikan oleh penyedia E-wallet maka semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dalam menggunakan E-wallet sebagai alat pembayaran. Hal ini sejalan dengan penelitian Carlos Roca et al. (2009), bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Apabila konsumen merasa bahwa penyedia jasa memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi maka konsumen akan merasa percaya untuk menggunakan jasanya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Enjoyment*, *Trust* dan *Perceived Security* terhadap *Intention To Use* pada konsumen UKM di Kota Padang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention TO Use*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin baik *Perceived Usefulness* yang dibentuk oleh E-Wallet maka akan semakin

baik *Intention To Use* pada konsumen UKM yang ditimbulkan oleh E-Wallet.

2. *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention TO Use*. Berarti bahwa banyak atau sedikitnya kemudahan yang diberikan E-Wallet pun tidak dapat memengaruhi konsumen UKM minat menggunakan E-Wallet tersebut .
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel ini sering beriringan yang artinya semakin baik *Perceived Ease Of Use* maka akan semakin baik pula *Perceived Usefulness* yang dirasakan oleh konsumen UKM yang menggunakan E-Wallet.
4. *Enjoyment* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention To Use*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa dalam hal ini pelanggan UKM senang menggunakan E-wallet karena tertarik dengan tawaran diskon yang diberikan oleh E-Wallet tersebut.
5. *Enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat efisiensi dan fleksibilitas yang menunjang kenyamanan yang dirasakan pelanggan UKM di Kota Padang akan membentuk keyakinan pengguna terhadap layanan yang dianggap mampu untuk memberikan manfaat dan kesenangan pelanggan UKM.
6. *Trust* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Intention To Use*. Dalam hal ini penting bagi perusahaan e-wallet untuk lebih mengembangkan lagi teknologinya agar sistem keamanannya menjadi

lebih aman sehingga tidak rentan terhadap pembobolan data. Selain itu, diharapkan agar perusahaan e-wallet untuk lebih tanggap terhadap keluhan pelanggan sehingga dengan baiknya pelayanan yang diberikan maka akan lebih meningkatkan kepercayaan dalam menggunakan E-Wallet

7. *Perceived Security* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Intention To Use*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *Perceived Security* mengalami kenaikan ataupun penurunan, maka hal tersebut tidak akan mempengaruhi *Intention To Use* E-Wallet pada konsumen UKM di Kota Padang.
8. *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Yang berarti bila keamanan yang diberikan teknologi makin meningkat maka konsumen makin mempercayai untuk memakai layana dari E-wallet tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian maka untuk meningkatkan *Intention To Use* E-wallet pada konsumen UKM di Kota Padang, Disarankan kepada E-Wallet untuk mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Pihak penyedia fitur E-wallet harus meningkatkan *Perceived Ease of Use*, *Trust* dan *Perceived Security* agar dapat meningkatkan *Intention To Use E-wallet*, penyedia *E-wallet* dapat melakukan sosialisasi tentang keuntungan penggunaan *E-wallet*. Karena apabila dalam satu pelanggan tersebut telah menggunakan *E-wallet*

akan mendorong konsumen yang lain untuk juga menggunakan fitur tersebut. Pihak penyedia *E-wallet* harus lebih menambah informasi terkait *E-wallet* dilaman masing masing penyedia fitur tersebut agar orang-orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi terbaru.

2. Menambah *merchant* atau rekan usaha yang menawarkan pembayaran via *E-wallet*, agar penggunaan *E-wallet* dapat terus berkembang dan tersebar hingga ke setiap wilayah, terutama di wilayah Padang dan sekitarnya
3. Konsumen UKM yang menggunakan *E-wallet* harus lebih teliti ketika memilih layanan yang akan digunakan karena pada saat sekarang sedang maraknya peretasan informasi yang dilakukan oleh pihak tidak bertanggung jawab.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian terhadap variabel eksternal TAM.

