

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Profil responden

Karakteristik responden pada penelitian ini yang utama adalah pernah ataupun belum pernah menggunakan layanan transportasi online dengan menggunakan aplikasi *e-wallet*. Sedangkan untuk karakteristik yang lainnya meliputi jenis kelamin, usia, frekuensi penggunaan, layanan dan *e-wallet* yang digunakan responden, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	108	56,8	56,8	56,8
	Perempuan	82	43,2	43,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.1. diketahui bahwa responden pada penelitian yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 108 responden (56,8%) dan jenis kelamin perempuan berjumlah 82 responden (43,2%).

**Tabel 4.2 Usia Responden**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 30 tahun	60	31,6	31,6	31,6
	≤ 20 tahun	25	13,2	13,2	44,7
	≤ 21 – 30 tahun	105	55,3	55,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berusia lebih dari 30 tahun berjumlah 60 responden (31,6%), berusia  $\leq 20$  tahun berjumlah 25 responden (13,2%), dan yang berusia 21 tahun – 30 tahun berjumlah 105 responden (55,3%). Artinya mayoritas orang yang menggunakan layanan transportasi online dengan menggunakan metode pembayaran dengan e-wallet adalah yang berusia diantara 21 tahun sampai dengan 30 tahun.

**Tabel 4.3**

**Pernah dan Belum Pernah Menjadi Pengguna Layanan Transpotasi Online  
Dengan Menggunakan Aplikasi E-Wallet**

		Pernah_Menggunakan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Pernah	52	27,4	27,4	27,4
	Pernah	138	72,6	72,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.3. diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan pernah menjadi pengguna layanan transportasi online dengan menggunakan aplikasi e-wallet yaitu sebanyak 138 responden (72,6%) dan sisanya 52 responden (27,4%) belum pernah menjadi pengguna layanan transportasi online dengan menggunakan aplikasi e-wallet.

**Tabel 4.4**

**Frekuensi Penggunaan e-wallet Untuk Layanan Transportasi Online Dalam Satu Bulan**

Frekuensi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1x	82	43,2	43,2	43,2
	> 1x	108	56,8	56,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa mayoritas responden menggunakan e-wallet untuk layanan transportasi online dalam satu bulan yaitu sejumlah 108 responden (56,8%) dan sisanya 82 responden (43,2%) tidak menggunakan e-wallet untuk layanan transportasi online dalam waktu satu bulan.

**Tabel 4.5**

**Layanan e-wallet yang digunakan**

Layanan_ewallet					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	GoPay	111	58,4	58,4	58,4
	OVO	79	41,6	41,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.5. diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan GoPay untuk transaksi transportasi online yaitu sebanyak 111 responden (58,4%) dan sisanya 79 responden (41,6%) menggunakan OVO.

## 4.2. Hasil Penelitian

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini :

**Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness***

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PU1	0,577	0.148	Valid
PU2	0,767	0.148	Valid
PU3	0,777	0.148	Valid
PU4	0,676	0.148	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.6. diketahui bahwa nilai r hitung  $>$  r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel *Perceived Usefulness* ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel *Perceived Ease of Use*.

**Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use***

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PEU1	0,713	0,148	Valid
PEU2	0,815	0.148	Valid
PEU3	0,736	0.148	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.7. diketahui bahwa nilai r hitung  $>$  r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel *Perceived Ease of Use* ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel *Attitude Toward Using*.

**Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel *Attitude Toward Using***

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
ATU1	0,788	0.148	Valid
ATU2	0,782	0.148	Valid
ATU3	0,778	0.148	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.8. Diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel *Attitude Toward Using* ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel *Behavioral Intention to Use*.

**Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel *Behavioral Intention to Use***

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
BIU1	0,619	0.148	Valid
BIU2	0,669	0.148	Valid
BIU3	0,768	0.148	Valid
BIU4	0,389	0.148	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.9 Diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel *Behavioral Intention to Use* ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel *Actual Use*.

**Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel *Actual Use***

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
AU1	0,624	0.148	Valid
AU2	0,624	0.148	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.10 Diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel *Actual Use* ini dapat dikatakan valid.

Kemudian berikutnya adalah hasil uji reliabilitas.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	0.853	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.872	Reliabel
<i>Attitude Toward Using</i>	0.888	Reliabel
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.791	Reliabel
<i>Actual Use</i>	0.756	Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar daripada 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

#### 4.2.2 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

Rumus untuk menentukan rentang skala :

$\frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{3} = \frac{5-1}{3} = 1,33$
--

Jadi, nilai untuk rentang skala adalah 1,33.

Berikut adalah tabel yang menjelaskan statistik deskriptif penelitian :

**Tabel 4.12 Rentang Skala**

Rentang skala	Kategori
1-2.33	Rendah
2.34-3.66	Sedang
3.6-7-5	Tinggi

Sumber : Data yang diolah, 2021\

Untuk mengetahui statistik deskriptif tentang variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.13 Deskriptif Statistik Variabel *Perceived Usefulness***

Keterangan	Rata-rata	Kategori
Dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> dapat mempercepat proses kegiatan transaksi layanan transportasi online	4,49	Tinggi
Dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> dapat mempermudah proses kegiatan transaksi saya ketika menggunakan transaksi layanan transportasi online	4,51	Tinggi
Layanan <i>e-wallet</i> dapat meningkatkan efektivitas saya dalam kegiatan transaksi layanan transportasi online	4,44	Tinggi
Layanan <i>e-wallet</i> dapat meningkatkan efisiensi saya dalam memanfaatkan layanan transportasi online	4,36	Tinggi
Rata-rata:	4,45	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan pada table diatas dapat diketahui bahwa ternyata rata-rata responden untuk variabel kategori *Perceived Usefulness* sebesar 4,45 dan termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil deskriptif statistik dapat diketahui bahwa indikator dengan menggunakan layanan *e-wallet* dapat mempermudah proses kegiatan transaksi saya ketika menggunakan transaksi layanan transportasi online adalah yang mendapatkan nilai mean tertinggi. Hal

tersebut berarti responden setuju bahwa dengan menggunakan layanan *e-wallet* dapat mempermudah proses kegiatan transaksi ketika menggunakan transaksi layanan transportasi online.

**Tabel 4.14 Deskriptif Statistik Variabel *Perceived Ease of Use***

Keterangan	Rata-rata	Kategori
Saya merasakan kemudahan ketika saya belajar menggunakan <i>e-wallet</i> untuk kegiatan layanan transportasi online	4,35	Tinggi
Saya merasa layanan <i>e-wallet</i> mudah untuk dioperasikan kegiatan layanan transportasi online	4,37	Tinggi
Saya percaya bahwa layanan <i>e-wallet</i> mudah digunakan untuk layanan transportasi online	4,42	Tinggi
Rata-rata	4,38	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ternyata rata-rata responden untuk variabel *Perceived Ease of Use* sebesar 4,38 dan termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil deskriptif statistik dapat diketahui bahwa indikator saya percaya bahwa layanan *e-wallet* mudah digunakan untuk layanan transportasi online adalah yang mendapatkan nilai mean tertinggi. Hal tersebut berarti responden sependapat bahwa layanan *e-wallet* mudah digunakan untuk layanan transportasi online.

**Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel *Attitude Toward Using***

Keterangan	Rata-rata	Kategori
Keinginan saya dalam menggunakan layanan transportasi online <i>e-wallet</i> sangat besar	3,95	Tinggi
Penggunaan layanan transportasi online <i>e-wallet</i> sangat menguntungkan bagi saya	4,21	Tinggi



Saya senang melakukan transaksi layanan transportasi online menggunakan <i>e-wallet</i>	4,17	Tinggi
Rata-rata:	4,11	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ternyata rata-rata responden untuk variabel *Attitude Toward Using* sebesar 4,11 dan termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil deskriptif statistik dapat diketahui bahwa indikator penggunaan layanan transportasi online *e-wallet* sangat menguntungkan bagi saya adalah yang mendapatkan nilai mean tertinggi. Hal tersebut berarti responden sependapat bahwa penggunaan layanan transportasi online *e-wallet* sangat menguntungkan bagi konsumen.

**Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Variabel *Behavioral Intention to Use***

Keterangan	Rata-rata	Kategori
Saya memiliki ketertarikan dalam menggunakan layanan transportasi online <i>e-wallet</i>	4,05	Tinggi
Saya berencana untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> secara terus menerus pada server layanan transportasi online yang sama	3,83	Tinggi
Saya akan menyarankan orang lain untuk melakukan transaksi menggunakan layanan transportasi online <i>e-wallet</i>	3,80	Tinggi
Ketika terjadi kesalahan pada layanan <i>e-wallet</i> , maka saya bersedia untuk memberikan saran kepada pihak penyelenggaraan layanan transportasi online untuk melakukan perbaikan	4,03	Tinggi
Rata-rata:	3,93	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ternyata rata-rata responden untuk variabel *Behavioral Intention to Use* sebesar 3,93 dan termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil deskriptif statistik dapat diketahui bahwa

indikator saya memiliki ketertarikan dalam menggunakan layanan transportasi online *e-wallet* adalah yang mendapatkan nilai mean tertinggi. Hal tersebut berarti responden sependapat bahwa banyak responden yang tertarik untuk menggunakan layanan transportasi online *e-wallet*

**Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Variabel *Actual Use***

Keterangan	Rata-rata	Kategori
Saya bertransaksi menggunakan layanan transportasi online <i>e-wallet</i> hampir setiap hari	3,16	Sedang
Saya melakukan berbagai macam transaksi layanan transportasi online menggunakan layanan <i>e-wallet</i> (misalnya: transfer, pembayaran transportasi online)	3,93	Tinggi
Rata-rata:	3,54	Sedang

Sumber: Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ternyata rata-rata responden untuk variabel *Actual Use* sebesar 3,54 dan termasuk dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil deskriptif statistik dapat diketahui bahwa indikator Saya melakukan berbagai macam transaksi layanan transportasi online menggunakan layanan *e-wallet* (misalnya: transfer, pembayaran transportasi online) adalah yang mendapatkan nilai mean tertinggi. Hal tersebut berarti responden sependapat bahwa responden dapat melakukan berbagai macam transaksi layanan transportasi online menggunakan layanan *e-wallet* (misalnya: transfer, pembayaran transportasi online). Penggunaan transportasi *online* hanya sedang tidak tinggi, karena pada indikator menggunakan transportasi online hampir tiap hari tingkatnya sedang saja. Hal ini wajar apabila mengingat kondisi pandemi covid-19 yang membuat mobilitas masyarakat menurun. Jadi faktornya

bukan karena pilihan moda transaksinya online dan konvensional, melainkan karena mobilitas masyarakat yang memang turun.

**Tabel 4.18 Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Perceived_Usefulness</i>	190	5.00	20.00	17.7947	2.38491
<i>Perceived_Ease_Of_Use</i>	190	3.00	15.00	13.1421	1.79824
<i>Attitude_Toward_Using</i>	190	3.00	15.00	12.3316	2.06522
<i>Behavioral_Intention_to_Use</i>	190	4.00	20.00	15.7105	2.55840
<i>Actual_Use</i>	190	2.00	10.00	7.0895	1.73888
<i>Valid N (listwise)</i>	190				

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas dapat didapatkan *received use* memiliki nilai minimum 5, maksimum 20 dengan rata-rata 17,7947 dan standar deviasi 2,38491. *Perceived ease of use* memiliki nilai paling kecil 3 dan paling besar 15 dengan nilai rata-rata 13,1421 dan standar deviasi 1,79824. *Attitude toward using* memiliki nilai minimum 3, maksimum 15 dengan rata-rata 12,3316 dan standar deviasi 2,06522. *Behavior intention to use* memiliki nilai minimum 4, maksimum 20 dengan rata-rata 15,7105 dan standar deviasi 2,55840. Dan *actual use* memiliki nilai minimum 2, maksimum 10 dengan rata-rata 7,0895 dan standar deviasi 1,73888.

#### **4.2.3 Hasil Analisis AMOS**

##### **4.2.3.1 Analisis *Structural Equation Modeling***

Analisis selanjutnya setelah analisis konfirmatori adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) secara *Full Model*.

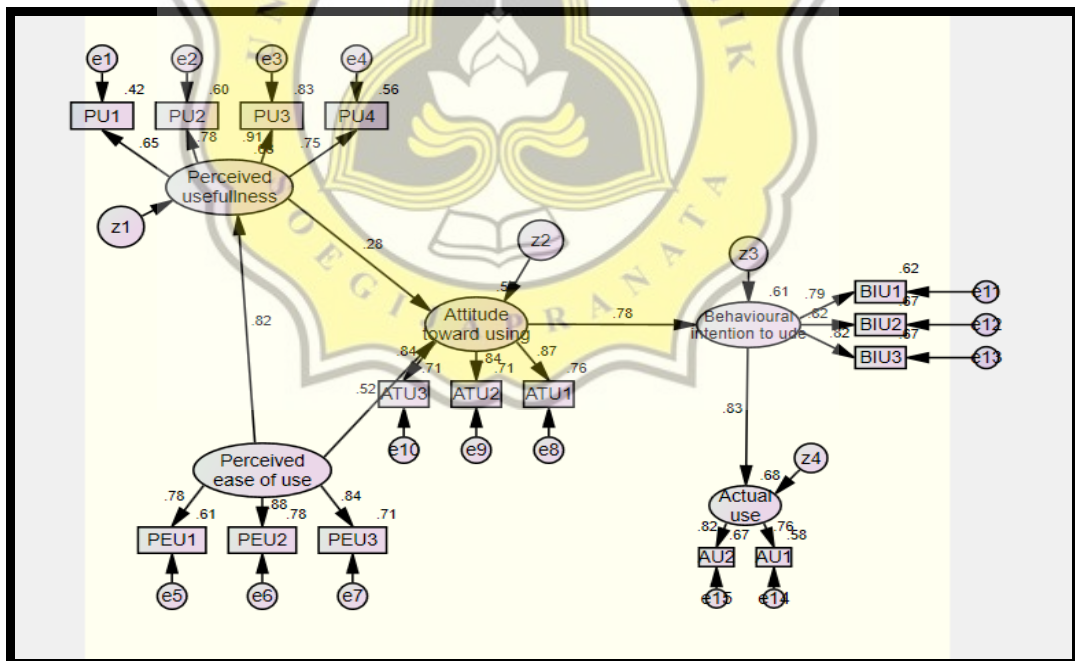
**Tabel 4.19 Goodness of Fit Indeks untuk Full Model**

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<b>Kriteria</b>	<b>Hasil Analisis</b>	<b>Evaluasi Model</b>
AGFI	$\geq 0.90$	0,932	Baik
GFI	$\geq 0.90$	0,974	Baik
NFI	$\geq 0.90$	0,911	Baik
CFI	$\geq 0.90$	0,961	Baik
CMIN/DF	$\leq 3.00$	1,686	Baik
RMSEA	$\leq 0.080$	0,071	Baik

Sumber: Hasil Analisis data (2021)

Hasil pengolahan data untuk analisis SEM full model tahap pertama terlihat seperti pada Gambar 3.1 :

**Gambar 3.1**  
**Analisis SEM Full Model**



### 4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis penelitian seperti yang diajukan pada Bab II. Pengujian hipotesis didasarkan atas pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SEM, dengan cara menganalisis nilai

regresi seperti yang ditampilkan pada Tabel di atas. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menganalisis nilai C.R (*Critical Ratio*) dan nilai P (*Probability*) pada hasil olah data *Regression Weights*, dibandingkan dengan batasan statistik yang disyaratkan, yaitu nilai CR (*Critical Ratio*) di atas 2.00, dan nilai P (*Probability*) di bawah 0.05. Apabila hasilnya menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Ada 7 hipotesis yang diajukan. Tabel pengujian hipotesis dalam analisis AMOS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Estimasi Parameter *Regression Weights***

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Perceived_usefulness	<---	Perceived_ease of use	.728	.087	8.409	***	par_10
Attitude_toward using	<---	Perceived_usefulness	.375	.178	2.109	.035	par_11
Attitude_toward using	<---	Perceived_ease of use	.622	.158	3.936	***	par_13
Behavioural_intention to ude	<---	Attitude_toward using	.677	.072	9.459	***	par_12
Actual_use	<---	Behavioural_intention to ude	1.136	.134	8.463	***	par_15

### Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* seperti terlihat pada tabel 4.17 adalah sebesar 8,409 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, karena diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai

P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 penelitian ini diterima.

### **Uji Hipotesis 2**

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward* seperti terlihat pada tabel 4.17 adalah sebesar 2.109 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.035. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 penelitian ini dapat diterima.

### **Uji Hipotesis 3**

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* seperti terlihat pada tabel 4.17 adalah sebesar 3.936 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 penelitian ini dapat diterima.

### **Uji Hipotesis 4**

Hipotesis 4 pada penelitian ini adalah *Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* seperti terlihat pada tabel 4.17 adalah sebesar 9.459 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 penelitian ini dapat diterima.

#### **Uji Hipotesis 5**

Hipotesis 5 pada penelitian ini adalah *Behavioral Intention to Use* berpengaruh terhadap *Actual Use e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang. Dari pengolahan data diketahui bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual Use e-wallet* seperti terlihat pada tabel 4.17 adalah sebesar 8.463 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 5 penelitian ini diterima.

## 4.4 Pembahasan

### 4.4.1 Pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Us*) *e-wallet* terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) *e-wallet* dalam penggunaan transaksi layanan transportasi online di kota Semarang

Nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* adalah sebesar 8,409 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, karena diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 penelitian ini diterima.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of us*) dapat diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi akan bebas dari usaha (Juhri dan Dewi, 2017). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan jika seseorang menggunakan sistem teknologi informasi maka sistem tersebut didasari dengan adanya kemudahan dan dengan adanya sistem teknologi tersebut dibuat untuk memudahkan seseorang dalam bekerja bukan untuk mempersulit penggunaanya, jadi pekerjaan lebih mudah daripada dikerjakan secara manual. Artinya semakin tinggi *Perceived Ease of use* maka akan meningkatkan *Perceived Usefulness e-wallet* dalam penggunaan transaksi layanan transportasi online di kota Semarang

Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*. Artinya apabila aplikasi makin mudah digunakan akan meningkatkan manfaat atau kegunaannya.



#### **4.4.2 Pengaruh persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) e-wallet terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) e-wallet dalam penggunaan transaksi layanan transportasi Online di kota Semarang**

Nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward* adalah sebesar 2.109 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.035. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 penelitian ini dapat diterima.

*Perceived usefulness* atau persepsi kegunaan adalah keyakinan bahwa sebuah sistem dapat memberikan kebermanfaatan dalam meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas. Apabila kita yakin bahwa *perceived usefulness* makin tinggi maka seseorang akan percaya dalam menggunakan sistem teknologi informasi tersebut dapat melancarkan pekerjaannya. Maka kepercayaan tersebut dapat membentuk sikap seseorang akan menyukai teknologi informasi ataupun sebaliknya.

Hasil ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusumawati (2016), Hidayat dan Junianto (2017) dan Indarsin dan Ali (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*). Artinya apabila aplikasi online makin berguna maka akan meningkatkan sikap penggunaan makin tinggi.

#### **4.4.3 Pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) e-wallet terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) e-wallet dalam penggunaan transaksi layanan transportasi online di kota Semarang**

Nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* adalah sebesar 3.936 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 penelitian ini dapat diterima.

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) dapat diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Juhri dan Dewi, 2017). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jika seseorang menggunakan sistem teknologi informasi akan didasari dengan rasa percaya. Namun sistem teknologi informasi tersebut dibuat untuk memudahkan seseorang bukan untuk mempersulit, jadi pekerjaan akan lebih mudah dibandingkan dengan melakukan pekerjaan secara manual.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat dan Junianto (2017), Indarsin dan Ali (2017) dan Juhri dan Dewi (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*). Jadi apabila persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* meningkat maka akan meningkatkan sikap penggunaan atau *attitude toward using*.

#### **4.4.4 Pengaruh sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) *e-wallet* terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet* dalam penggunaan transaksi layanan transportasi online di kota Semarang**

Nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* adalah sebesar 9.459 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 penelitian ini dapat diterima.

Sikap terhadap penggunaan adalah juga sering disebut dengan istilah lain seperti niat untuk mengadopsi, niat adopsi, atau adopsi teknologi (Indarsin dan Ali, 2017). Istilah-istilah tersebut menggambarkan sikap seseorang dalam menerima kehadiran sistem teknologi informasi.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hanggono dan Handayani (2015), Juhri dan Dewi (2017) dan Juhri dan Dewi (2017) yang menyatakan bahwa sikap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat penggunaan (*behavioral intention to use*). Jadi semakin baik sikap penggunaan (*attitude toward using*) maka akan meningkatkan niat penggunaan (*behavioral intention to use*).

#### **4.4.5 Pengaruh niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) e-wallet terhadap persepsi penggunaan sistem (*Actual Use*) e-wallet dalam penggunaan transaksi layanan transportasi online di kota Semarang**

Nilai CR (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual Use e-wallet* adalah sebesar 8.463 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0.000. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 2.00 untuk CR (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 5 penelitian ini diterima.

Niat penggunaan (*Behavioral intention to use*) merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Maka dapat dikatakan bahwa niat penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang mendorong keinginan untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suyanto dan Kurniawan (2019), Budiman (2016) dan Nazilah (2017) yang menyatakan bahwa niat penggunaan (*behavioral intention to use*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan sistem (*actual use*). Semakin tinggi intensi menggunakan maka akan meningkatkan *actual use*.