

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan-temuan dari analisis data penelitian yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik-teknik yang dibahas dalam Bagian 3. Dijelaskan dalam bab ini adalah mekanisme pengumpulan data responden dan menganalisisnya menggunakan pemodelan persamaan struktural.

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Anggota generasi muda yang memanfaatkan layanan dompet elektronik merupakan populasi penelitian. Responden diambil dari demografi yang lebih muda dari pengguna layanan dompet elektronik; khususnya, mereka yang berusia antara 16 dan 30 tahun. Disadari atau tidak, pengguna di bawah usia 30 tahun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan perusahaan selama transformasi digital (trimagnus, 2019). Sebanyak 192 peserta menjawab pertanyaan survei untuk analisis ini. Dalam penelitian ini, kami menggunakan teknik random sampling. Strategi analitik tidak mempedulikan adanya variasi potensial dalam fitur antara elemen individu atau elemen populasi, oleh karena itu pendekatan ini diadopsi. Peneliti dapat menggunakan pengambilan sampel acak sederhana jika perbedaan antara kelompok yang mereka pelajari tidak penting untuk menafsirkan temuan. Dengan menggunakan kuesioner dan tanggapan dari 192 orang, kita dapat mempelajari tentang demografi pengguna dompet elektronik dalam hal jenis kelamin, jenis dompet, uang yang dialokasikan untuk dompet, penggunaan dompet harian, dan transaksi dompet umum.

1. Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	78	40,6
Perempuan	114	59,4
Total	192	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Tabel 4.1 mengungkapkan bahwa 78 (atau 40,6%) responden diidentifikasi sebagai laki-laki. Ada 114 responden (59,4%) yang berjenis kelamin perempuan. Menurut temuan, perempuan merupakan mayoritas responden (59,4%).

2. Aplikasi Dompot Elektronik yang Digunakan

Dalam survei ini, kami menunjukkan program dompet elektronik paling populer, seperti yang dipilih oleh tanggapan dari 192 peserta.

Tabel 4.2 Aplikasi Dompot Elektronik yang Digunakan

Aplikasi <i>E-wallet</i>	Frekuensi	Persentase (%)
Ovo	145	75,5
Dana	80	41,7
Go-Pay	151	78,6
Shopeepay	37	19,3
LinkAja	12	6,3
Sakuku	11	5,7
Jenius	2	1

Sumber: Data primer diolah (2020)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari total 192 responden, 145 (75,5%) menggunakan aplikasi Ovo, 80 (41,7%) menggunakan aplikasi Dana, dan 151 (87,1%) menggunakan aplikasi Go-Pay. 37 responden (19,3%) menggunakan aplikasi Shopee-Pay, 12 menggunakan LinkAja (6,3%), 11 menggunakan aplikasi Sakuku (5,7%), dan 2 menggunakan aplikasi Jenius (1%) untuk pembelian harian. Statistik di atas mengungkapkan bahwa Go-Pay, Ovo, dan Dana adalah tiga sistem pembayaran seluler paling populer. App Annie dan

grup iprice mensurvei aplikasi dompet elektronik sektor keuangan dan menemukan yang berikut ini. Menurut data, Gojek, Ovo, dan Dana memiliki pengguna aktif bulanan terbanyak di antara aplikasi Indonesia yang berfungsi sebagai dompet elektronik pada kuartal kedua tahun 2019.

3. Alokasi Dana untuk Dompet Elektronik

Sebanyak 192 peserta memberikan kontribusi informasi keuangan untuk penelitian ini, memungkinkan kami untuk mempresentasikan:

Tabel 4.3 Alokasi Dana untuk E-wallet

Alokasi dana untuk <i>e-wallet</i>	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp 1.000.000	137	71,4
Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000	43	22,4
Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000	7	3,6
Rp. 5.000.001 – Rp. 7.000.000	0	0
> Rp 7.000.000	5	2,6
Total	192	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3, dari 192 responden, 137 (71,4%) telah menganggarkan kurang dari satu juta rupiah untuk dompet elektronik, 42 (22,4%) telah menganggarkan antara satu hingga tiga juta rupiah, dan 7 (3%) telah menganggarkan antara tiga dan lima juta rupiah. Juga terlihat dari statistik tidak ada yang menjawab menghabiskan antara 5 dan 7 juta rupiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghabiskan kurang dari satu juta rupiah.

4. Frekuensi Penggunaan Dompet Elektronik dalam Sehari

Dari data yang terkumpul, kami dapat menunjukkan seberapa sering 192 peserta dalam penelitian ini menggunakan dompet elektronik:

Tabel 4.4 Frekuensi Penggunaan E-wallet dalam Sehari

Frekuensi menggunakan <i>e-wallet</i> dalam sehari	Frekuensi	Presentase (%)
--	-----------	----------------

< 5 kali	154	80,2
6-10 kali	26	13,5
> 10 kali	12	6,3

Sumber: Data primer diolah (2020)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (154, 80,2%) menggunakan e-wallet kurang dari lima kali per hari, sementara hanya 13,5% yang menggunakannya antara enam dan sepuluh kali per hari, dan hanya 6,3% yang menggunakannya lebih dari sepuluh kali per hari. Seperti yang dapat dilihat dari statistik di atas, mayoritas responden menggunakan dompet elektronik kurang dari lima kali per hari, sehingga sulit untuk mengidentifikasi strategi untuk meningkatkan penggunaan sehari-hari mereka.

5. Frekuensi Penggunaan Dompet Elektronik dalam Sehari

Berdasarkan tanggapan dari 192 peserta dalam survei ini, kami memberikan penggunaan dompet elektronik yang paling umum

Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan E-wallet dalam Sehari

Jenis Transaksi	Frekuensi	Presentase (%)
Transfer uang	54	28,1
Belanja online	121	63
Belanja offline	80	41,7
Transportasi online	146	76
Beli makanan online	157	81,8
Beli pulsa/kuota	80	41,7
Beli voucher game	27	14,1
Membayar tagihan	60	31,3
Split bill	9	4,7
Transfer bank	2	1

Sumber: Data primer diolah (2020)

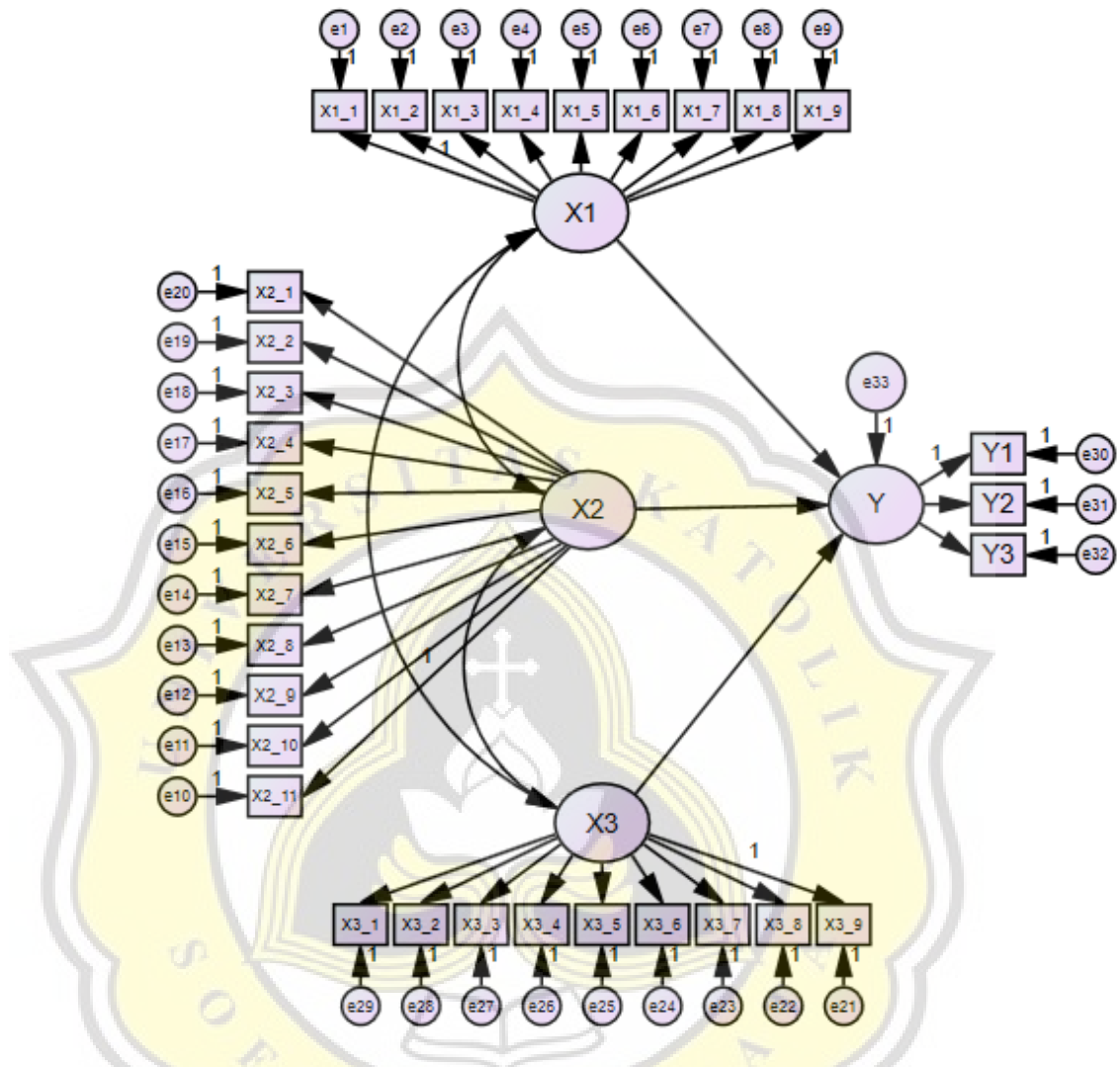
Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa dari 192 responden, jumlah responden yang melakukan transaksi menggunakan dompet elektronik untuk pengiriman uang adalah 54 responden (28,1%), jumlah responden yang melakukan transaksi menggunakan dompet elektronik untuk belanja masyarakat sebanyak 121 responden (63%), dan jumlah responden yang melakukan transaksi menggunakan dompet elektronik untuk berbelanja di tempat yang bekerjasama dengan perusahaan dompet elektronik sebanyak 80 responden (41,7%). 146 responden (76%), 157 responden (81,8%) yang melakukan transaksi dompet elektronik untuk membeli makanan secara online, 80 responden (41,7%) yang melakukan transaksi dompet elektronik untuk membeli pulsa atau kuota, 27 responden (14,1%) yang membuat dompet elektronik transaksi pembelian voucher game, 60 responden (31,3%) melakukan transaksi dompet elektronik untuk membayar tagihan, 9 responden (4,7%) melakukan transaksi dompet elektronik untuk pecahan tagihan, dan 2 responden melakukan transaksi dompet elektronik untuk pembelian voucher game

B. ANALISIS MENGGUNAKAN METODE SEM

Bagian ini merinci analisis penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan SEM yang telah dibahas pada Bab III:

1. Pembuatan Model Penelitian

Pada tahap ini dihasilkan model penelitian yang menggabungkan penelitian sebelumnya di bidang uang elektronik dan dompet elektronik. Pengembangan model ini didasarkan pada pembahasan yang terjadi pada Bab III. Model studi ini dibangun dengan bantuan AMOS. Variabel, faktor, dan hubungan antar variabel semuanya terwakili dalam model penelitian ini. Penelitian ini menggunakan diagram rute yang ditunjukkan pada grafik 4.1.



Gambar 4.1 Path diagram sebelum diproses

Variabel laten adalah variabel yang dipengaruhi oleh indikator komponennya tetapi tidak dinilai secara langsung (Statistik, 2018). Dalam penelitian ini variabel didefinisikan sebagai variabel laten adalah persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), pengaruh sosial (X3), dan minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y).

Variabel SEM bersifat eksogen atau endogen berdasarkan sebab-akibat. Variabel eksogen dan endogen merupakan variabel laten karena hanya mempengaruhi label inner model. Variabel laten eksogen adalah variabel kausal atau variabel dengan panah yang menunjuk ke variabel lain (Statistik,

2018). Dalam penelitian ini, variabel yang didefinisikan sebagai variabel laten eksogen adalah persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan pengaruh sosial (X3). Variabel laten endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel laten eksogen. Dalam penelitian ini, variabel yang didefinisikan sebagai variabel laten endogen adalah minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y). Empat variabel laten memiliki 32 variabel manifes. Setiap variabel laten dan variabel konstruk dapat dimodelkan menggunakan persamaan. Persamaan penelitian ini untuk semua variabel:

Tabel 4.6 Frekuensi Penggunaan E-wallet dalam Sehari

Konsep Eksogen (Model Pengukuran)	Konsep Endogen (Model Pengukuran)
$X1_1 = \lambda X1_1 + \square_1$	$Y1 = \lambda Y1 + \square_{30}$
$X1_2 = \lambda X1_2 + \square_2$	$Y2 = \lambda Y2 + \square_{31}$
$X1_3 = \lambda X1_3 + \square_3$	$Y3 = \lambda Y3 + \square_{32}$
$X1_4 = \lambda X1_4 + \square_4$	
$X1_5 = \lambda X1_5 + \square_5$	
$X1_6 = \lambda X1_6 + \square_6$	
$X1_7 = \lambda X1_7 + \square_7$	
$X1_8 = \lambda X1_8 + \square_8$	
$X1_9 = \lambda X1_9 + \square_9$	
$X2_1 = \lambda X2_1 + \square_{20}$	
$X2_2 = \lambda X2_2 + \square_{19}$	
$X2_3 = \lambda X2_3 + \square_{18}$	
$X2_4 = \lambda X2_4 + \square_{17}$	
$X2_5 = \lambda X2_5 + \square_{16}$	
$X2_6 = \lambda X2_6 + \square_{15}$	
$X2_7 = \lambda X2_7 + \square_{14}$	
$X2_8 = \lambda X2_8 + \square_{13}$	
$X2_9 = \lambda X2_9 + \square_{12}$	
$X2_10 = \lambda X2_10 + \square_{11}$	
$X2_11 = \lambda X2_11 + \square_{10}$	
$X3_1 = \lambda X3_1 + \square_{29}$	
$X3_2 = \lambda X3_2 + \square_{28}$	

Konsep Eksogen (Model Pengukuran)	Konsep Endogen (Model Pengukuran)
$X3_3 = \lambda X3_3 + \square_{27}$	
$X3_4 = \lambda X3_4 + \square_{26}$	
$X3_5 = \lambda X3_5 + \square_{25}$	
$X3_6 = \lambda X3_6 + \square_{24}$	
$X3_7 = \lambda X3_7 + \square_{23}$	
$X3_8 = \lambda X3_8 + \square_{22}$	
$X3_9 = \lambda X3_9 + \square_{21}$	

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2020)

2. Identifikasi Model Penelitian

Model yang disarankan harus diidentifikasi sebelum analisis SEM. Tujuannya adalah untuk menilai apakah model memiliki informasi yang cukup untuk menyelesaikan persamaan struktural (Fathi, 2014). Derajat kebebasan model studi menentukan identifikasinya. Model hanya dikenali jika derajat kebebasannya adalah 0. Jika derajat kebebasannya negatif, model tersebut kurang teridentifikasi. Tidak perlu menganalisis model karena tidak dapat menyelesaikannya. Derajat kebebasan positif sudah teridentifikasi. Dimungkinkan untuk menilai model ini. Dengan demikian, SEM dapat digunakan untuk menyelidiki model dengan derajat kebebasan positif.

Penelitian ini memiliki derajat kebebasan positif atau overidentified. Rumus dan perangkat lunak AMOS dapat menghitung derajat kebebasan. Dalam pekerjaan ini, perangkat lunak AMOS digunakan untuk menghitung derajat kebebasan. Perhitungan ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki 458 derajat kebebasan. Nilai derajat kebebasan positif penelitian ini menyiratkan bahwa hal itu dapat diselidiki lebih lanjut.

3. Estimasi dan Evaluasi Model Penelitian

Dengan menggunakan data, perkiraan modelnya. Data harus sesuai dengan model yang disarankan dan menjelaskan variabelnya. MLE (Maximum Likelihood Estimation) digunakan untuk mengevaluasi matriks

dan populasi. Sebelum melanjutkan analisis SEM, asumsi tertentu harus dipenuhi.

1. SEM membutuhkan beberapa sampel. Estimasi MLE mengambil 100-150 sampel (Fathi, 2014). 192 sampel tanpa data yang hilang memenuhi premis ini.
2. SEM membutuhkan data yang terdistribusi secara teratur. Menggunakan SPSS untuk menghitung Sig Shapiro-Wilk dengan residual tergantung lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan asumsi ini. Plot Q-Q dan nilai sig Shapiro-Wilk mendukung gagasan ini. Grafik Q-Q Lampiran 2 mengungkapkan distribusi data normal. Data ini dan rekomendasi normalitas menunjukkan distribusi normal. Nilai skewness dan kurtosis dari -1 hingga 1 dan -3 hingga 3 menunjukkan kenormalan data. Lampiran 2 berisi data normalitas penelitian ini. Penelitian ini tidak mencapai residual dependen 0,05 untuk Shapiro-Wilk sig. Namun plot Q-Q, skewness, dan kurtosis menunjukkan data yang normal. Sampel besar mungkin mendistorsi hasil. Sampel besar memiliki kesalahan standar yang rendah untuk pengujian skewness dan kurtosis (lebih dari 200). Zskewness dan Zkurtosis tinggi jika standar errornya kecil, menunjukkan data yang menyimpang. Ini aneh karena data yang lebih besar harus lebih dekat dengan biasanya. Tes Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk cenderung signifikan dan abnormal jika sampelnya besar. Sampel besar harus lebih normal daripada sampel kecil, namun kedua tes ini menunjukkan sebaliknya. Jadi, ketika menerapkan kolmogorov-smirnov dan shapiro-wilk pada data sampel pendek (<30) dan data sampel besar (>150), temuannya mungkin salah (Akhtar, 2019).
3. Lampiran 3 menggunakan Mahalanobis Distance untuk pengujian outlier. p-nilai di bawah 0,001 menunjukkan data outlier. Semua 192 data memiliki nilai p lebih besar dari 0,001, maka analisis ini menggunakan semua 192 data.
4. SPSS memeriksa multikolinearitas data. Nilai VIF pada Lampiran 4 tidak melebihi 10. Data tidak menunjukkan multikolinearitas.

Penilaian model di atas menunjukkan bahwa asumsi terpenuhi dan dapat beralih ke analisis SEM.

4. Hasil Uji *Goodness-of-fit-Model*

Tahapan pengujian SEM dilakukan. Jika model yang tepat (fit) tidak dapat diakses, model yang disarankan harus diubah. Masalah analisis perlu memodifikasi model SEM. Model mungkin gagal memberikan perkiraan yang unik. Jika analisis SEM memiliki masalah ini, penelitian tidak mendukung model struktural. Dengan demikian, mengembangkan ide-ide saat ini menjadi model baru diperlukan untuk memodifikasi model. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini:

a. *Chi-square statistik (X²)*

Nilai chi-kuadrat yang rendah menunjukkan model yang sangat baik. Semakin rendah nilai chi-kuadrat, semakin baik modelnya dan semakin berbasis probabilitas. Holland, dkk., 1996 (Wuryanto, 2007)

b. *CMIN/DF*

Derajat kebebasan dibagi dengan fungsi ketidaksesuaian sampel minimal adalah CMIN/DF. X² relatif adalah X² dibagi DF, dan CMIN/DF adalah statistik chi-kuadrat. Jika X² kurang dari 2,0, maka model cocok dengan data (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

c. *GFI (Goodness of fit index)*

GFI adalah metrik non-statistik yang membentang dari 0 hingga 1,0. (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

d. *RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)*

Indeks RMSEA dapat mengkompensasi statistik chi-kuadrat pada sampel besar. Kebaikan model estimasi populasi ditunjukkan oleh nilai RMSEA. Nilai RMSEA yang kurang dari atau sama dengan 0,08 menunjukkan penerimaan model dan kesesuaian yang ketat

berdasarkan derajat kebebasan (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

e. NFI (*Normed Fit Index*)

NFI membandingkan model fit dengan model null. Model nol menggambarkan bahwa variabel model yang diestimasi tidak berhubungan. Ini harus melebihi 0,90.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Ukuran kecocokan inkremental alternatif, TLI, membandingkan model yang diuji dengan model dasar. Skor penerimaan model mendekati 1 menunjukkan kecocokan yang sangat baik. Nilai yang disarankan adalah 0,95. (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

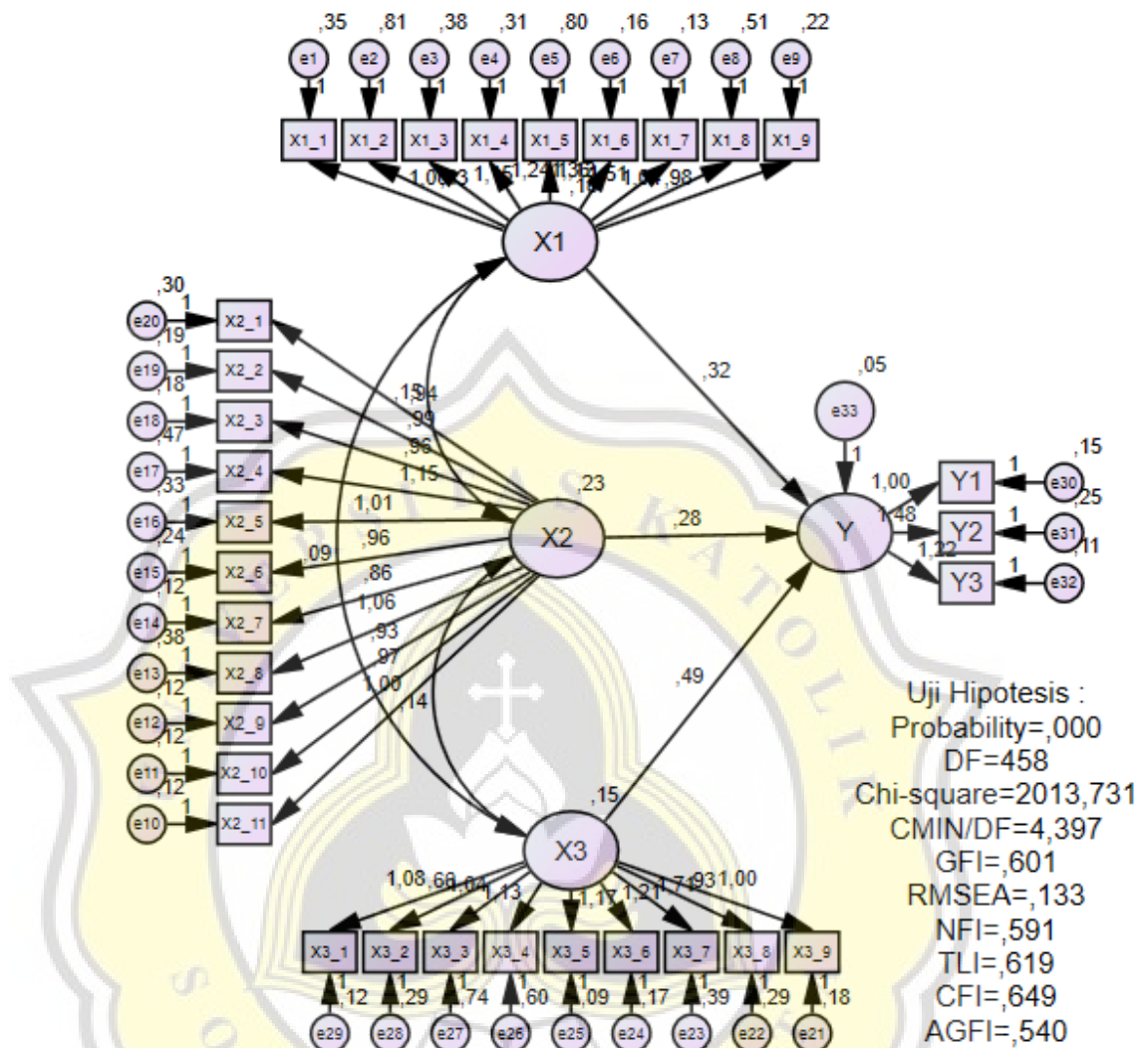
g. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI mendekati 1 menunjukkan paling cocok. CFI harus 0,95. (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

h. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

AGFI seperti R² dalam regresi berganda. Penerimaan model dapat dinilai dengan menyesuaikan Indeks Kesesuaian ini. Jika skor AGFI 0,90 atau lebih, maka tingkat penerimaan direkomendasikan (Ferdinand, A.T., 2000 dalam Wuryanto, 2007).

Hasil uji goodness-of-fit sebelum dimodifikasi ditunjukkan pada Bagan 4.2 dan Tabel 4.7. Uji kecocokan sebelum modifikasi menunjukkan bahwa model yang diusulkan tidak sesuai, sehingga teori yang ada harus diperbaiki untuk mengubah model dan membangun model baru. Perangkat lunak AMOS digunakan untuk memeriksa data indeks perubahan dan indeks modifikasi untuk membantu merancang model baru dalam penyelidikan ini. Peneliti kemudian memeriksa data M.I. pada tabel kovarians. Untuk mendapatkan hasil uji kesesuaian yang tepat, kovarians dengan M.I terbesar dihapus dari data.



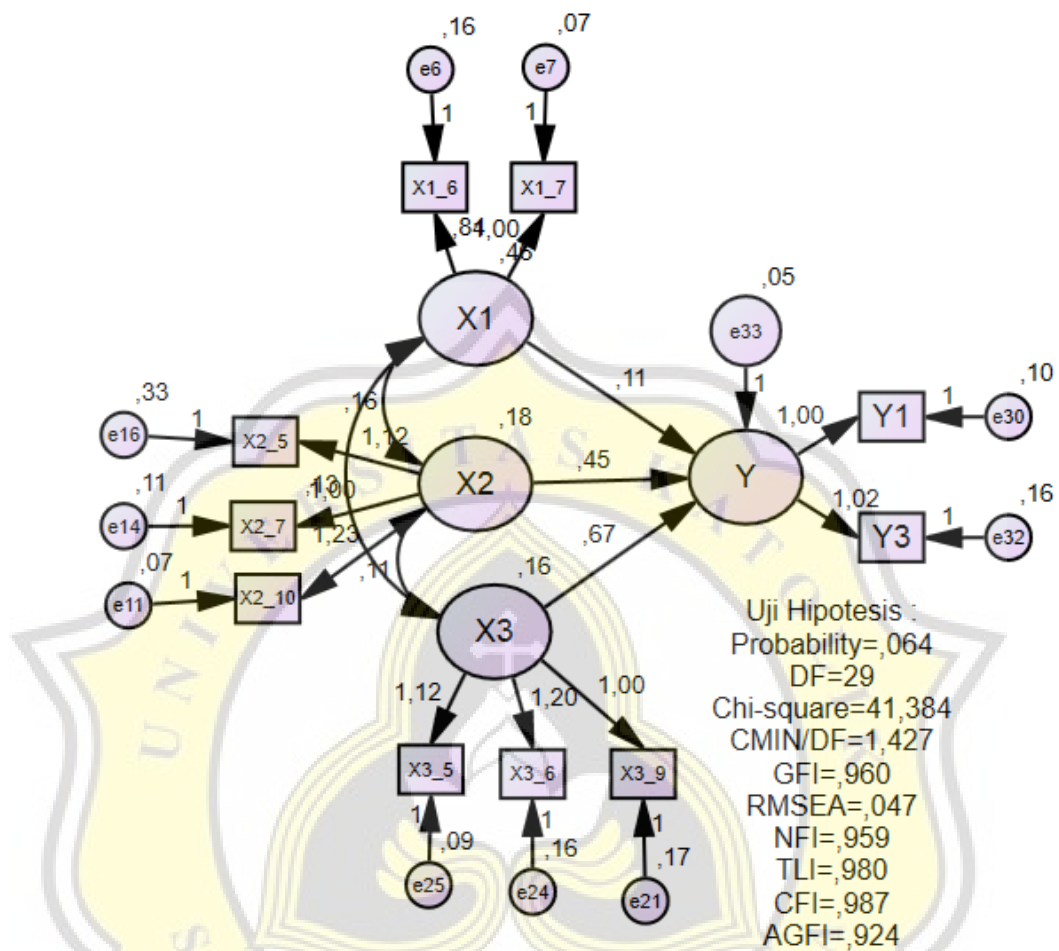
Gambar 4.2 Path diagram sebelum dimodifikasi

Tabel 4.7 Hasil Uji Goodness of Fit model sebelum dimodifikasi

Kriteria	Standar	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
<i>Normed chi-square</i> (χ^2/df)	< 2	2013,731	Buruk
CMIN/DF	< 2	4,397	Buruk
GFI	$\geq 0,9$	0,601	Buruk
RMSEA	$\leq 0,08$	0,133	Buruk
NFI	$\geq 0,9$	0,591	Buruk
TLI	$\geq 0,95$	0,619	Buruk

CFI	$\geq 0,9$	0,649	Buruk
AGFI	$\geq 0,9$	0,540	Buruk

Hasil dari uji goodness-of-fit yang direvisi ditunjukkan pada gambar 4.3 dan 4.8. Sebuah model dianggap layak jika melewati setidaknya satu dari banyak jenis uji kelayakan model yang berbeda (Hair et al, 1998 dalam Widanti & Alfansi, 2014). Namun, terserah pada kebijaksanaan masing-masing peneliti individu untuk menentukan apakah semua kriteria kecocokan telah dipenuhi atau tidak dalam studi empiris. Dalam analisis ini, Chi-Square adalah 41.384. Untuk beberapa alasan, termasuk kepekaannya terhadap perubahan ukuran sampel, chi-square tidak dapat digunakan sebagai ukuran kecocokan model yang berdiri sendiri, seperti yang dinyatakan oleh Joreskog dan Sobron dalam Widanti dan Alfansi (2014). Ada hubungan linier antara ukuran sampel dan nilai chi-kuadrat, oleh karena itu jika perbedaan antara sampel dan matriks kovarians model kecil, model akan tetap ditolak seiring dengan bertambahnya ukuran sampel. Nilai chi kuadrat juga dapat dipengaruhi oleh derajat kebebasan, oleh karena itu memperluas yang terakhir dapat meningkatkan yang pertama. Nilai chi square dipengaruhi oleh luasnya derajat kebebasan dalam penelitian yakni 29. Dari hasil output model untuk kriteria uji kesesuaian model dapat dilihat bahwa semua kriteria selain nilai chi square sudah sesuai atau sudah good fit.



Gambar 4.3 Path diagram setelah dimodifikasi

Tabel 4.8 Hasil Uji Goodness of Fit model setelah dimodifikasi

Kriteria	Standar	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
<i>Normed chi-square</i> (χ^2/df)	< 2	207,596	Buruk
CMIN/DF	< 2	1,427	Good fit
GFI	$\geq 0,9$	0,960	Good fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,047	Good fit
NFI	$\geq 0,9$	0,959	Good fit
TLI	$\geq 0,95$	0,98	Goodfit
CFI	$\geq 0,9$	0,987	Good fit

AGFI	$\geq 0,9$	0,924	Good fit
------	------------	-------	----------

Setelah uji goodness of fit dilakukan, selanjutnya dilakukan pengujian struktural dengan melihat nilai t-value dan koefisien determinasi (R²). Nilai t-value yang lebih dari 1,96 mempunyai makna bahwa variabel tersebut memiliki hubungan kausal yang signifikan

C. ANALISIS *DIRECT EFFECT*, *INDIRECT EFFECT*, dan *TOTAL EFFECT*

Pengaruh langsung dari model penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.9. Berdasarkan hasil pengukuran, variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y) adalah pengaruh sosial (X3), yaitu sebesar 0,521. Hasil pengukuran juga menunjukkan bahwa keinginan menggunakan dompet elektronik (Y1) merupakan indikator yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y) yaitu sebesar 0,849, penyusutan usaha yang didapatkan dari penggunaan dompet elektronik (X1_7) merupakan indikator yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap persepsi kemanfaatan (X1) yaitu sebesar 0,928, kenyamanan dalam penggunaan dompet elektronik (X2_10) merupakan indikator yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap persepsi kemudahan (X2) yaitu sebesar 0,894, dan izin keluarga dalam penggunaan dompet elektronik (X3_5) merupakan indikator yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap pengaruh sosial (X3) yaitu sebesar 0,633.

Tabel 4.9 Standardized Dirrect Effect

	X3	X2	X1	Y
Y	,521	,368	,150	,000
Y3	,000	,000	,000	,791
Y1	,000	,000	,000	,849
X3_5	,825	,000	,000	,000
X3_6	,764	,000	,000	,000
X3_9	,695	,000	,000	,000
X2_5	,000	,633	,000	,000
X2_7	,000	,787	,000	,000
X2_10	,000	,894	,000	,000
X1_7	,000	,000	,928	,000
X1_6	,000	,000	,815	,000

Pengaruh langsung dari model penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.10. Dari hasil pengukuran, ditemukan bahwa pengaruh sosial (X3) memiliki pengaruh tidak langsung terbesar baik terhadap keinginan menggunakan dompet elektronik (Y1) dan keinginan untuk terus menggunakan dompet elektronik (Y3).

Tabel 4.10 Standarized Indirrect Effect

	X3	X2	X1	Y
Y	,000	,000	,000	,000
Y3	,412	,291	,118	,000
Y1	,442	,313	,127	,000
X3_5	,000	,000	,000	,000
X3_6	,000	,000	,000	,000
X3_9	,000	,000	,000	,000
X2_5	,000	,000	,000	,000
X2_7	,000	,000	,000	,000
X2_10	,000	,000	,000	,000
X1_7	,000	,000	,000	,000
X1_6	,000	,000	,000	,000

Dalam model penelitian ini terdapat pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel, sehingga perlu dilakukan pengukuran pengaruh secara keseluruhan. Tabel 4.11 menunjukkan hasil pengukuran pengaruh keseluruhan antar variabel. Berdasarkan pengukuran yang dilakukan, diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh total terbesar pada minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y) adalah pengaruh sosial (X3), yaitu sebesar 0,521. Hasil pengukuran juga menunjukkan bahwa keinginan menggunakan dompet elektronik (Y1) merupakan indikator yang memiliki pengaruh total terbesar terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y) yaitu sebesar 0,849, penyusutan usaha yang didapatkan dari penggunaan dompet elektronik (X1_7) merupakan indikator yang memiliki pengaruh total terbesar terhadap persepsi kemanfaatan (X1) yaitu sebesar 0,928, kenyamanan dalam penggunaan dompet elektronik (X2_10) merupakan indikator yang memiliki pengaruh total terbesar terhadap persepsi kemudahan (X2) yaitu sebesar 0,894, dan izin keluarga dalam penggunaan dompet elektronik (X3_5) merupakan indikator yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap pengaruh sosial (X3) yaitu sebesar 0,825.

Tabel 4.11 Standarized Total Effect

	X3	X2	X1	Y
Y	,521	,368	,150	,000
Y3	,412	,291	,118	,791
Y1	,442	,313	,127	,849
X3_5	,825	,000	,000	,000
X3_6	,764	,000	,000	,000
X3_9	,695	,000	,000	,000
X2_5	,000	,633	,000	,000
X2_7	,000	,787	,000	,000
X2_10	,000	,894	,000	,000
X1_7	,000	,000	,928	,000
X1_6	,000	,000	,815	,000

D. PENGUJIAN HIPOTESIS

Ketika semua anggapan benar, hipotesis diuji. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai Critical Ratio (CR) hubungan sebab akibat dari hasil pengolahan SEM, seperti terlihat pada tabel 4.12 berikut ini

Tabel 4.12 RegressionWeight

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y	<--- X2	,450	,113	3,991	***	
Y	<--- X1	,113	,055	2,038	,042	
Y	<--- X3	,670	,123	5,458	***	

1. Pengujian Hipotesis 1

Ha1: Persepsi kemanfaatan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y).

Ho1: Persepsi kemanfaatan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y).

Memperkirakan pengaruh persepsi utilitas (X1) pada perilaku penggunaan dompet elektronik (Y) menghasilkan nilai CR sebesar 2,038 dan probabilitas kurang dari 0,042. Nilai CR sebesar 2,038, lebih tinggi dari nilai minimum yang dapat diterima yaitu 1,96, dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, sehingga kedua nilai tersebut dapat diterima untuk Ha1. Seseorang dapat menarik kesimpulan bahwa X1 (utilitas yang dirasakan dari dompet elektronik) secara signifikan mempengaruhi niat individu untuk menggunakan metode pembayaran ini (Y).

2. Pengujian Hipotesis 2

Ha2: Persepsi kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y).

Ho2: Persepsi kemudahan penggunaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik (Y).

Untuk menentukan apakah persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan (X2) mempengaruhi penggunaan dompet elektronik (Y) yang sebenarnya, parameter estimasi memiliki nilai CR sebesar 3,991 dan probabilitas kurang dari 0,001. Nilai CR sebesar 3,991 lebih besar dari nilai threshold sebesar 1,96, dan nilai probabilitas kurang dari 0,05 diperlukan untuk penerimaan Ha2. Kami dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dompet elektronik (X2) secara signifikan mempengaruhi keinginan perilaku dalam melakukannya (Y).

3. Pengujian Hipotesis 3

Ha3: Pengaruh sosial (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik

Ho3: Pengaruh sosial (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan dompet elektronik.

Ada kemungkinan kurang dari 0,001 persen bahwa dampak sosial (X3) tidak berpengaruh pada kecenderungan masyarakat untuk menggunakan

dompet digital (Y), menurut estimasi parameter. Kedua angka ini dapat diterima untuk H_3 : nilai CR adalah 2,038, yang lebih dari 1,96, dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, masuk akal untuk menyimpulkan bahwa X_3 (dampak sosial) secara signifikan mempengaruhi kecenderungan individu untuk menunjukkan antusiasme untuk menggunakan dompet digital (Y).

E. STRATEGI BISNIS PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK

Dompet elektronik memiliki berbagai manfaat bisnis:

1. Mempercepat proses pembayaran dan pelayanan

Salah satu fungsi terpenting yang dapat dilakukan oleh aktivitas pendukung bisnis adalah penanganan pembayaran dan layanan. Metode penerimaan pembayaran tradisional (seperti meraba-raba dompet, mencari mata uang yang tepat, membuat perubahan, dll.) dapat secara signifikan memperlambat penyampaian layanan, menyebabkan waktu tunggu yang lebih lama, dan menghasilkan lebih banyak keluhan dan ketidakpuasan pelanggan. Penggunaan layanan dompet elektronik memungkinkan pengurangan waktu dan tenaga (Luthfa, 2021). Untuk memberikan satu contoh saja, pelanggan saat ini jarang perlu merogoh saku mereka untuk mencari dompet karena mereka selalu membawa ponsel mereka. Dalam nada yang sama, toko dan pelanggan tidak lagi harus mencari uang receh atau tagihan yang tepat. Karena dompet elektronik secara otomatis memotong jumlah pengeluaran yang tepat, pelanggan tidak hanya menghemat waktu tetapi juga uang dengan menghindari kebutuhan untuk mengumpulkan jumlah total pembelian mereka, praktik umum saat menggunakan uang tunai atau metode pembayaran lainnya (mis. Rp 450 dibulatkan jadi Rp.500).

2. Lebih aman

Sekalipun ada banyak pengamanan, penipuan (dalam hal ini, pencurian dan penyelewengan uang tunai) masih terjadi di bisnis tertentu (misalnya dengan menggunakan CCTV). Jika Anda memilih untuk tidak berurusan dengan mata uang nyata, menggunakan dompet elektronik mungkin

merupakan pilihan yang lebih aman (uang tunai). Ini karena, berbeda dengan dompet fisik, semua transaksi dompet elektronik langsung dicatat dan disetorkan ke rekening bank perusahaan, sehingga menghilangkan kemungkinan penipuan (Xendit, 2021). Mekanisme keamanan dompet digital juga berlapis-lapis. Dompet digital dapat dilindungi dari pencurian dan penarikan yang tidak sah berkat penggunaan kode verifikasi (Athallah, 2021).

3. Memberikan promosi

Bisnis dapat menjalankan promosi dengan sedikit pengeluaran jika mereka menerima dompet elektronik sebagai bentuk pembayaran (xendit, 2021). Penyedia jasa dompet elektronik juga sering memberikan promosi berupa diskon atau cashback, sehingga pemilik perusahaan pun tidak perlu khawatir dengan diskon atau cashback. Layanan dompet elektronik menarik pelanggan yang ingin memanfaatkan diskon dan promosi tanpa melewatkan penawaran lainnya. Istilah "modis" sering digunakan oleh pencari barang murah karena merupakan singkatan dari "modal diskon" (Athallah 2021).

4. Aplikasi dompet elektronik dapat membantu Anda mendapatkan lebih banyak perhatian.

Fitur "dekat saya" yang ditawarkan oleh sistem dompet elektronik adalah sesuatu yang dapat digunakan oleh bisnis. Kehadiran struktur semacam itu dapat berfungsi sebagai semacam iklan tidak langsung bagi perusahaan dengan meningkatkan frekuensi pelanggan terpapar merek dan dapat melakukan pembelian darinya (Friska, 2021).

5. Memiliki laporan penjualan yang terintegrasi

Setiap pembayaran yang dilakukan menggunakan dompet digital akan dilacak secara real-time, diperinci, dan dimasukkan ke dalam program itu sendiri. Akses instan ke saldo akun, riwayat transaksi, dan layanan pelaporan moneter seperti ringkasan arus kas masuk dan keluar harian dan bulanan hanyalah beberapa manfaat yang diberikan dompet elektronik untuk bisnis. Tentunya hal ini akan memudahkan rekap dan analisis hasil penjualan bagi pelaku bisnis profesional (Athallah, 2021).