

Adopsi E-Wallet: Utaut2 Diperluas Dengan Kepercayaan

Ronal Fernando¹⁾, Seprianti Eka Putri²⁾

¹ Universitas Bengkulu

email: ronalf806@gmail.com

² Universitas Bengkulu

Email korespondensi: seprianti.ep@unib.ac.id

Abstrak

Electronic money means the latest financial innovation for payment transactions in Indonesia. There are a variety of electronic wallets in Indonesia offered by banks and non-banks which make it easy for users to carry out transactions via smartphone. This research will review the ability to influence consumer behavioral intentions towards e-wallet services, with the aim of measuring, as well as increasing, acceptance of these systems and customer adoption. The model used for this analysis, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2), additional ideas are presented here to replace Social Influence factors with Trust factors to facilitate individual views regarding behavioral intentions in the consumer environment. This research uses a quantitative approach with Purposive Sampling techniques. Samples are collected using an online questionnaire with 262 respondents, data analysis using (PLS-SEM). The research results show that the intention to use e-wallet is influenced by Effort Expectancy, Performance Expectancy, Price Value, Habit, and Trust. On the other hand, Hedonic Motivation, Facilitating Conditions, and Habit have no effect.

Keywords : E-Wallet, PLS-SEM, Trust, UTAUT2

A. Latar Belakang Teoritis

E-Wallet merupakan inovasi finansial terkini untuk transaksi pembayaran di Indonesia, Pemerintah Indonesia sendiri telah merancang usaha guna mengenakan alat pembayaran non-tunai sejak lama. E-Wallet bisa dipakai ataupun sah dikenakan saat memang terdapat suatu organisasi, badan ataupun pemerintah yang mengakui jenis alat pembayaran tersebut.

Tingkat penerapan layanan pembayaran seluler mempunyai basis aplikasi ternyata melampaui layanan pembayaran seluler tradisional untuk beberapa tahun terakhir. Memang benar, mayoritas pelayanan pembayaran seluler tradisional sudah bertransformasi menjadi layanan pembayaran seluler mempunyai basis aplikasi.

Pembayaran cerdas mengacu pada proses kolaboratif dan berulang dalam mengembangkan dan menerapkan solusi inovatif di bidang sistem pembayaran (Lok, 2015). Inovasi terbuka dalam pembayaran cerdas mendorong partisipasi berbagai pemangku kepentingan, termasuk lembaga keuangan, perusahaan teknologi, perusahaan rintisan, regulator, dan konsumen, untuk secara kolektif berkontribusi dalam merancang, pengembangan, dan penerapan solusi pembayaran baru (Leslie *et al.*, 2017).

Sejumlah penelitian telah meneliti inovasi dinamika terbuka dalam konteks sistem pembayaran cerdas. Misalnya, (Putra, Herawaty and Aisyah, no date) menyelidiki efektivitas penggunaan uang elektronik dalam sistem pembayaran transportasi pintar di Jakarta, menyoroti dampak positifnya terhadap efisiensi transaksi.

Namun, kemajuan paling signifikan dalam domain ini telah dimulai layanan pembayaran melalui telepon seluler, yang memungkinkan pelanggan melaksanakan transaksi keuangan besar seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan bahkan berbelanja langsung melalui telepon seluler mereka (de Luna *et al.*, 2019). Berkembangnya transaksi *online* yang makin pesat memberi akibat yang beragam pada teknologi baru pada aspek keuangan.

Pembayaran digital sekarang menjadi kebutuhan masyarakat beriringan pada perkembangan inovasi membayar dengan non tunai, Di Indonesia inovasi tersebut secara formal dilaksanakan Bank Indonesia dengan GNNT atau Gerakan Nasional Non Tunaidi tahun 2014 (Badri, 2020).

Penggunaan ponsel sebagai sistem pembayaran untuk mentransfer uang, membayar tagihan, dan bahkan pembelian telah mengalami revolusi, dan telah menjadi terobosan baru. Terdapat 38 pemain e-wallet yang sudah didaftarkan pada Bank Indonesia

tetapi terdapat lima pemain utama yang menguasai pasar besar seperti, Gopay, Dana, OVO, LinkAja, dan ShopeePay (Bank Indonesia, 2019).

E-wallet berarti satu diantara jenis pembayaran seluler yang mengalami perkembangan beriringan dengan hadirnya marketplace beserta e-commerce di Indonesia. Dompot elektronik di Indonesia begitu bermacam penawarandari non-perbankan ataupun perbankan yang memberi kemudahan untuk penggunaanya guna melaksanakan transaksi mengenakan telepon pintar (Akhmadi and Martini, 2020).

Penelitian ini akan meninjau kemampuan untuk mempengaruhi niat perilaku konsumen menuju layanan e-wallet, dengan tujuan untuk mengukur, serta meningkatkan, mengadopsi dan penerimaan pelanggan terhadap sistem ini.

Model yang dipakai untuk analisis ini, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2). Teori UTAUT memberi perspektif yang lebih holistik dengan mempertimbangkan berbagai faktor dan parameter pengukuran. (Tak and Panwar, 2017) menunjukkan bahwa model UTAUT asli dikembangkan untuk menganalisis penggunaan teknologi oleh karyawan dan mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung pada teknologi konsumen. Untuk mengatasi keterbatasan ini, model UTAUT2 diperkenalkan.

Dimana model UTAUT2 dikembangkan untuk mencakup niat perilaku konsumen serta penerapan dan penggunaan secara keseluruhan, dibandingkan dengan UTAUT asli yang ditujukan kepada karyawan di organisasi. Lebih lanjut, seperti disebutkan sebelumnya, gagasan tambahan disajikan di sini untuk menggantikan faktor *Social Influence* dengan faktor *Trust*, untuk memfasilitasi pandangan individualistis tentang niat perilaku di kalangan konsumen. Kontribusi penelitian ini adalah penelitian ini mengkaji evolusi sistem pembayaran dari transaksi tradisional berbasis uang tunai ke metode pembayaran elektronik, khususnya layanan e-wallet.

Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para pembuat kebijakan dan Industri mengenai faktor-faktor penting yang perlu ditangani untuk meningkatkan penerapan dan penerimaan

layanan e-wallet di kalangan konsumen di Indonesia.

UTAUT2

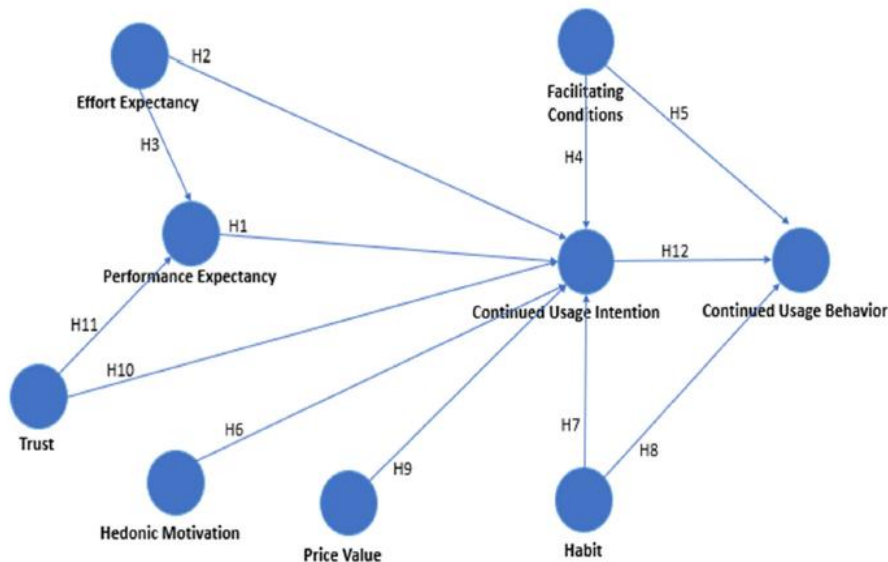
(Venkatesh, Thong and Xin Xu, 2012) mengusulkan perluasan model baru dari UTAUT sebelumnya, ke UTAUT2 yang diperbarui. Model baru ini tekanan tiga konstruksi baru, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, yang memungkinkan fokus teoritis baru pada konteks konsumen.

UTAUT2 menjelaskan tujuh puluh empat persen varian niat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu teknologi, dan lima puluh dua persen varian penggunaan teknologi konsumen. Namun, satu variabel yang tidak disebutkan dalam model UTAUT yaitu *Trust*, telah dimasukkan dan diuji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berperilaku pelanggan.

Sejumlah penelitian membahas pengaruh atribut inovasi dan kepercayaan berbasis pengetahuan terhadap adopsi seluler perbankan (Lin, 2011)(Alalwan, Dwivedi and Rana, 2017)(Gharaibeh, Arshad and Gharaibh, 2018)(Merhi, Hone and Tarhini, 2019). Studi-studi ini menyimpulkan bahwa kepercayaan berbasis pengetahuan, bersama dengan inovasi, mempunyai pengaruh yang luar biasa terhadap sikap dalam mengadopsi layanan mobile banking, dan juga pengalaman nasabah dengan mobile banking.

Model UTAUT2 dalam penelitian ini diperluas dengan memasukkan faktor *Trust*. Namun, digunakan dalam penelitian ini sebagai pengganti faktor *Social Influence* sebelumnya, untuk menekankan faktor pengaruh internal dalam niat berperilaku dan mengukur dampaknya terhadap adopsi e-wallet pada khususnya.

Oleh karena itu, untuk lebih fokus pada aspek-aspek mengenai niat berperilaku pelanggan maka analisisnya melalui UTAUT2, mengukur dan menguji setiap variabel yang termasuk dalam teori ini, berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap kegunaan produk atau jasa, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Price Value* beserta *Hedonic Motivation*. Sambil mengecualikan *Social Influence* dan menggantinya dengan *Trust*.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis:

- H1: *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap CUI dalam adopsi e-wallet.
- H2: *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap CUI dalam mengadopsi e-wallet.
- H3 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Performance Expectancy* e-wallet.
- H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap CUI dalam mengadopsi e-wallet.
- H5: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif pada CUB dalam mengadopsi e-wallet.
- H6: *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap CUI dalam mengadopsi e-wallet.
- H7: *Habit* berpengaruh positif terhadap CUI dalam mengadopsi e-wallet.
- H8: *Habit* berpengaruh positif terhadap CUB dalam mengadopsi e-wallet.
- H9: *Price Value* berpengaruh positif terhadap CUI dalam adopsi e-wallet.
- H10: *Trust* berpengaruh positif terhadap CUI untuk mengadopsi e-wallet.
- H11: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Effort Expectancy* e-wallet.
- H12: *Continue Usage Intention* berpengaruh positif terhadap *Continue Usage Behavior* e-wallet.

B. Metode Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono and Lestari, 2021) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif berarti metode dilandaskan atas filsafat positivisme, berguna untuk melakukan penelitian pada sampel ataupun populasi tertentu, mengumpulkan data dengan alat penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif dan statistik guna menguji hipotesis yang sudah dibuat. Karenanya metode kuantitatif sangat tepat dikenakan pada penelitian yang dilaksanakan.

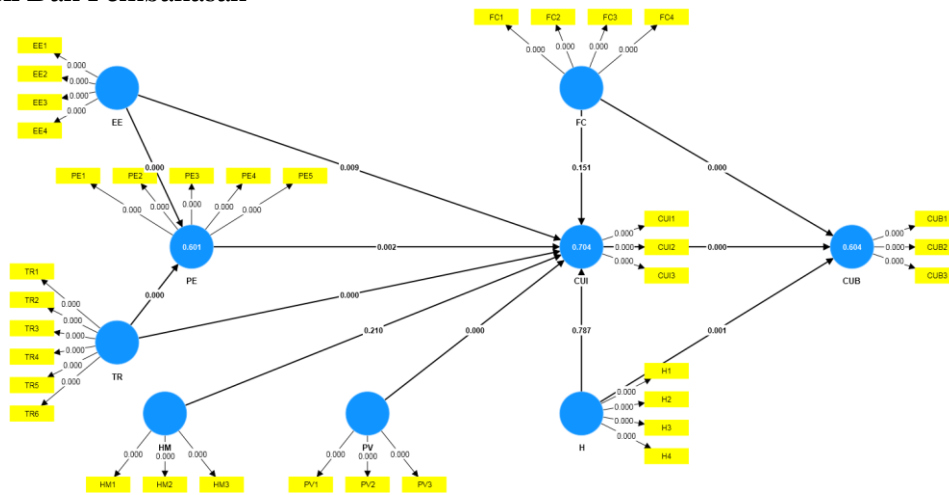
Populasi pada penelitian yang dilaksanakan yakni pengguna yang memiliki pengalaman menggunakan dompet elektronik di Indonesia. Selain itu, metode non-probability sampling juga digunakan sebagai metode sampling yang paling tepat untuk penelitian ini. Penelitian menggunakan teknik Purposive Sampling berarti satuan sampling yang dipilih dilandaskan atas pertimbangan tertentu dengan maksud guna menghasilkan satuan sampling yang mempunyai karakteristik yang diinginkan, sampel yang diambil terdiri atas 262 orang yang menggunakan e-wallet. Untuk mengukur tanggapan responden terhadap indikator, konstruk digunakan skala

5 likert mulai sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Penelitian yang dilaksanakan mengenakan kuesioner *online* yang dikelola sendiri untuk mengumpulkan data, dengan partisipasi bersifat sukarela. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui berbagai saluran media sosial dan platform digital kepada pengguna dompet elektronik di Indonesia.

Peneliti menggunakan Smart PLS 4.0 untuk melakukan PLS-SEM guna meningkatkan efisiensi waktu dan penyederhanaan dalam penghitungan. PLS-SEM memungkinkan peneliti mengolah model yang memiliki konstruk, indikator, dan jalur (Hair *et al.*, 2018) Oleh karena itu, memberikan solusi pada penelitian ini dalam mengolah data dalam bentuk skala likert untuk setiap konstruk.

C. Hasil Dan Pembahasan



Gambar 2. PLS Algoritma
 Sumber: output data primer diolah tahun 2023

Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengevaluasi model pengukuran, penting juga untuk mengukur reliabilitas dan validitas konstruksi penelitian. Nilai reliabilitas alfa dan komposit Cronbach mencerminkan reliabilitas dan konsistensi internal setiap konstruk. Nilai validitas konvergen yaitu outer loading > 0,7, beserta Average Variance Extracted (AVE) > 0,5 (Abdillah and Hartono, 2015).

Untuk menguji hipotesis penelitian, analisis SEM menggunakan software Smart-PLS digunakan untuk mengestimasi model pengukuran; validitas konvergen beserta diskriminan. Secara khusus, ukuran "Average Variance Extracted" (AVE) dipakai guna menilai validitas konvergen. Mengenai validitas diskriminan dinilai dengan mengenakan dua metode yaitu tes Fornell-Larcker dan tes Hetero trait–Monotrait (Henseler, Ringle and Sarstedt, 2015)

Dalam uji reliabilitas, ada 2 item uji yang dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi indikator dari konstruk laten yakni Cronbach's Alpha beserta Composite reliability. Nilai Cronbach's Alpha beserta Composite reliability wajib > 0,7 walaupun nilai 0,6 masih bisa diterima (Hair, Ringle and Sarstedt, 2011).

Tabel 1. Outer Loading, Conbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE

Variabel	Item Pengukur	Outer loading	Conbach's alpa	Composite reliability	AVE
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.823	0.916	0.937	0.748
	PE2	0.884			
	PE3	0.894			
	PE4	0.879			
	PE5	0.843			
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.797	0.893	0.926	0.759
	EE2	0.876			
	EE3	0.909			
	EE4	0.897			
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.882	0.903	0.932	0.775
	FC2	0.903			
	FC3	0.849			
	FC4	0.886			
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0.908	0.848	0.908	0.768
	HM2	0.918			
	HM3	0.798			
<i>Habit</i>	H1	0.811	0.832	0.888	0.665
	H2	0.801			
	H3	0.853			
	H4	0.797			
<i>Price Value</i>	PV1	0.855	0.837	0.902	0.753
	PV2	0.873			
	PV3	0.876			
<i>Trust</i>	TR1	0.843	0.924	0.941	0.727
	TR2	0.717			
	TR3	0.883			
	TR4	0.898			
	TR5	0.891			
	TR6	0.870			
<i>Continue Usage Intension</i>	CUI1	0.864	0.859	0.913	0.779
	CUI2	0.877			
	CUI3	0.906			
<i>Continue Usage Behaviour</i>	CUB1	0.891	0.820	0.894	0.738
	CUB2	0.898			
	CUB3	0.783			

Sumber: output data primer diolah tahun 2023

Tabel 2. Discriminan Validity: Fornell-Larcker's

Construct	CUB	CUI	EE	FC	H	HM	PE	PV	TR
CUB	0.859								
CUI	0.708	0.883							
EE	0.513	0.334	0.871						
FC	0.543	0.402	0.615	0.881					
H	0.536	0.456	0.436	0.457	0.816				
HM	0.520	0.475	0.453	0.447	0.651	0.876			
PE	0.580	0.383	0.739	0.796	0.491	0.454	0.865		
PV	0.752	0.722	0.370	0.482	0.492	0.513	0.518	0.868	
TR	0.707	0.803	0.291	0.406	0.469	0.449	0.439	0.731	0.853

Sumber: output data primer diolah tahun 2023

Tabel 3. Discriminan Validity: Heterotrait – Monotrait (HTMT)

Construct	CUB	CUI	EE	FC	H	HM	PE	PV
CUI	0.836							
EE	0.593	0.379						
FC	0.622	0.450	0.686					
H	0.645	0.534	0.505	0.525				
HM	0.625	0.555	0.516	0.507	0.775			
PE	0.661	0.427	0.812	0.874	0.562	0.512		
PV	0.899	0.838	0.421	0.544	0.587	0.609	0.584	
TR	0.810	0.892	0.322	0.442	0.534	0.509	0.480	0.827

Sumber: output data primer diolah tahun 2023

Validitas diskriminan dinilai dengan menggunakan dua metode yaitu tes Fornell-Larcker dan tes Hetero trait–Monotrait (HTMT) (Henseler, Ringle and Sarstedt, 2015) Seperti ditunjukkan pada tabel 2, asumsi Fornell-Larcker terpenuhi karena akar AVE tiap konstruk lebih tinggi dibandingkan keterkaitan lainnya

mengenakan konstruk sehingga hasil tersebut memiliki discriminant validity yang baik. nilai HTMT kurang dari 0,90 menunjukkan adanya validitas diskriminan, seperti yang diilustrasikan pada Tabel 3.

Tabel 4. Uji R-Square

Variabel	R-Square
Continue Usage Behavior	0.604
Continue Usage Intention	0.704
Performance Expectancy	0.601

Sumber: output data primer diolah tahun 2023

R-Square merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh eksogen. R2 dimulai dari nilai substansial, sedang, dan lemah yang masing-masing bernilai 0,75, 0,50, atau 0,25.

Model pada penelitian ini menunjukkan rata-rata tingkat akurasi, dimana nilai R2 *Continue Usage Behavior* sebesar 0.604, *Continue Usage Intention* sebesar 0.704, dan *Performance Expectancy* sebesar 0.601

Tabel 5. Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Tstatistics (O/STD EV)	P values	Keterangan
H1	PE -> CUI	-0.232	-0.231	0.073	3.171	0.002	Signifikan
H2	EE -> CUI	0.141	0.142	0.054	2.626	0.009	Signifikan
H3	EE -> PE	0.667	0.667	0.044	15.054	0.000	Signifikan
H4	FC -> CUI	0.094	0.089	0.066	1.435	0.151	Tidak Signifikan
H5	FC -> CUB	0.248	0.251	0.050	4.934	0.000	Signifikan
H6	HM -> CUI	0.057	0.056	0.046	1.253	0.210	Tidak Signifikan
H7	H -> CUI	0.015	0.019	0.057	0.270	0.787	Tidak Signifikan
H8	H -> CUB	0.183	0.184	0.053	3.441	0.001	Signifikan
H9	PV -> CUI	0.276	0.278	0.070	3.942	0.000	Signifikan

H10	TR -> CUI	0.591	0.590	0.068	8.742	0.000	Signifikan
H11	TR -> PE	0.245	0.247	0.045	5.419	0.000	Signifikan
H12	CUI -> CUB	0.525	0.524	0.049	10.710	0.000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

PEMBAHASAN

Sebelum melakukan interpretasi pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwasannya ketika taraf signifikansi 5% ataupun 0,05 kemudian nilai T statistics 1,960. Jika nilai T statistics > 1,960 maka pengaruhnya signifikan. Pengujian hipotesis untuk masing-masing variabel dapat dijabarkan sebagaimana dibawah :

- 1) **H1 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik guna Variabel *Performance Expectancy* atas Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar 3,171 > 1,960 beserta pada nilai P value berkisar 0,002 < 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H1 diterima, berarti pada penelitian yang dilaksanakan *Performance Expectancy* mempunyai pengaruh signifikan atas *Continuace Usage Intension*.
- 2) **H2 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Effort Expectancy* terhadap Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar 2,626 > 1,960 beserta pada nilai P value berkisar 0,009 < 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H1 diterima, berarti pada penelitian yang dilaksanakan *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh signifikan atas *Continuace Usage Intension*.
- 3) **H3 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Effort Expectancy* atas Variabel *Performance Expectancy* yaitu berkisar 15,054 > 1,960 dan pada nilai P value berkisar 0,000 < 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H3 diterima, berarti pada penelitian yang dilaksanakan *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh signifikan atas *Performance Expectancy*.
- 4) **H4 ditolak**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Facilitating Conditions* atas Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar 1,435 < 1,960 dan pada nilai P value berkisar 0,151 > 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H4 ditolak, berarti pada penelitian yang dilaksanakan *Facilitating Conditions* tidak mempunyai pengaruh signifikan atas *Continuace Usage Intension*.
- 5) **H5 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Facilitating Conditions* atas Variabel *Continuace Usage Behaviour* yaitu berkisar 4,934 > 1,960 beserta pada nilai P value berkisar 0,000 < 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H5 diterima, berarti pada penelitian ini *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Behaviour*.
- 6) **H6 ditolak**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Hedonic Motivation* atas Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar 1,253 < 1,960 beserta pada nilai P value berkisar 0,210 < 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H6 ditolak, berarti pada penelitian ini *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Intension*.
- 7) **H7 ditolak**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Habitatas* Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar 0,270 < 1,960 beserta pada nilai P value berkisar 0,787 > 0,050. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H7 ditolak, berarti pada penelitian ini *Habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Intension*.

- 8) **H8 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Habitatas* Variabel *Continuace Usage Behaviour* yaitu berkisar $3,441 > 1,960$ beserta pada nilai P value berkisar $0,001 < 0,050$. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H8 diterima, berarti pada penelitian ini *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Behaviour*.
- 9) **H9 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Price Value* atas Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar $3,942 > 1,960$ beserta pada nilai P value berkisar $0,000 < 0,050$. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H9 diterima, berarti pada penelitian ini *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Intension*.
- 10) **H10 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Trustatas* Variabel *Continuace Usage Intension* yaitu berkisar $8,742 > 1,960$ beserta pada nilai P value berkisar $0,000 < 0,050$. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H10 diterima, berarti pada penelitian ini *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Intension*.
- 11) **H11 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Trustatas* Variabel *Performance Expectancy* yaitu berkisar $5,419 > 1,960$ beserta pada nilai P value berkisar $0,000 < 0,050$. Dengan ini bisa ditarik simpulan H11 diterima, berarti pada penelitian ini *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Performance Expectancy*.
- 12) **H12 diterima**, dilandaskan hasil pada tabel uji hipotesis direct effect t statistik untuk Variabel *Continuace Usage Intension* atas Variabel *Continuace Usage Behaviour* yaitu berkisar $10,710 > 1,960$ beserta pada nilai P value berkisar $0,000 < 0,050$. Dengan ini bisa ditarik simpulan bahwasannya H12 diterima, berarti pada penelitian ini *Continuace Usage Intension*

berpengaruh signifikan terhadap *Continuace Usage Behaviour*.

D. Kesimpulan

Hasil temuan memperlihatkan bahwasannya *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Price Value*, *Habit*, beserta *Trust* mempunyai pengaruh signifikan atas *Continuace Usage Intension*. Sedangkan *Effort Expectancy* dan *Trust* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Performance Expectanc. Facilitating Conditions* dan *Habit* mempunyai pengaruh signifikan atas *Continuace Usage Behavior*. Disisi lain *Hedonic Motivation*, *Facilitating Conditions*, beserta *Habit* tidak berpengaruh signifikan atas *Continuace Usage Intension*.

E. Rekomendasi

Industri E-Wallet terus meningkatkan inovasi teknologi termasuk desain, fitur, dan keandalan. Ini dapat dicapai melalui evaluasi dalam membantu konsumen melakukan pembayaran dengan lebih praktis, cepat dan aman. Peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian. Cakupannya dapat diperluas dengan menambahkan lebih banyak variabel independen ke dalam kerangka penelitian atau mengganti dengan variabel independen lain di

F. Referensi

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150.
- Akhmadi, M. D. D. and Martini, E. (2020) 'Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo', *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), pp. 708–720. doi: 10.52160/ejmm.v4i5.385.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K. and Rana, N. P. (2017) 'Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust', *International Journal of Information Management*. Elsevier Ltd, 37(3), pp. 99–110. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002.
- Badri, M. (2020) 'Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru', *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), p. 120. doi: 10.35314/inovbiz.v8i1.1335.
- Gharaibeh, M. K., Arshad, M. R. M. and

- Gharaibh, N. K. (2018) 'Using the UTAUT2 model to determine factors affecting adoption of mobile banking services: A qualitative approach', *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12(4), pp. 123–134. doi: 10.3991/ijim.v12i4.8525.
- Hair, J. F. H. *et al.* (2018) 'The Results of PLS-SEM Article information', *European Business Review*, 31(1), pp. 2–24.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2011) 'PLS-SEM: Indeed a silver bullet', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), pp. 139–152. doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.
- Henseler, J., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2015) 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', pp. 115–135. doi: 10.1007/s11747-014-0403-8.
- Leslie, H. *et al.* (2017) 'Smart Integrated Payment System for Public Transportation in Jakarta', 6(3), pp. 241–249. doi: 10.11591/eei.v6i3.655.
- Lin, H. F. (2011) 'An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust', *International Journal of Information Management*. Elsevier Ltd, 31(3), pp. 252–260. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006.
- Lok, C. K. (2015) *Adoption of Smart Card-based E-payment System*.
- de Luna, I. R. *et al.* (2019) 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting and Social Change*. Elsevier, 146(August), pp. 931–944. doi: 10.1016/j.techfore.2018.09.018.
- Merhi, M., Hone, K. and Tarhini, A. (2019) 'A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust', *Technology in Society*. Elsevier Ltd, 59(June), p. 101151. doi: 10.1016/j.techsoc.2019.101151.
- Putra, A. S., Herawaty, M. T. and Aisyah, N. (no date) 'Kuantitatif Method', pp. 360–366.
- Sugiyono and Lestari, P. (2021) *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. ke 1. Bandung: ALFABETA, cv.
- Tak, P. and Panwar, S. (2017) 'Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: evidences from India', *Journal of Indian Business Research*, 9(3), pp. 248–264. doi: 10.1108/JIBR-11-2016-0132.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. and Xin Xu (2012) 'Consumer ACCEPTANCE DAN USE OF saya NFORMASI T echnology : EXTENDING THE UNIFIED THEORY', *MIS Quarterly*, 36(1), pp. 157–178.