

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

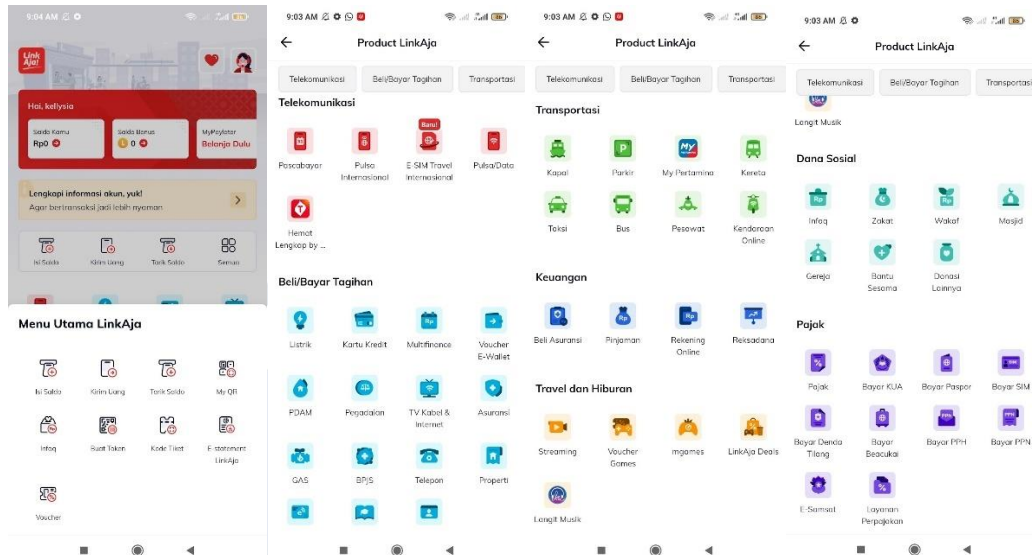


Gambar 3.1 Logo E-Wallet LinkAja

Sumber: LinkAja (2025)

LinkAja merupakan layanan keuangan digital dengan basis aplikasi di Indonesia, seperti beberapa e-wallet lainnya yaitu GoPay, Shopeepay, DANA, OVO, dan sebagainya. LinkAja menjadi dompet digital yang diluncurkan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) pada 21 Februari 2019 yang menggantikan aplikasi T-Cash setelah mendapatkan izin sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Keuangan Digital dari Bank Indonesia. LinkAja merupakan salah satu anak perusahaan yang didirikan oleh BUMN seperti Telkomsel, Bank Mandiri, BNI, BTN, BRI, dan Pertamina. LinkAja diluncurkan sebagai layanan yang berfungsi sebagai solusi dompet digital untuk memberikan fasilitas berbagai jenis transaksi kepada para pengguna seperti dapat melakukan transaksi non-tunai, pembayaran tagihan listrik, air, pulsa, pembelanjaan pada toko merchant, serta transaksi lainnya yang dapat mendukung pengguna keuangan oleh masyarakat di Indonesia. Dapat dilihat pada gambar 3.1 diatas merupakan logo aplikasi *e-wallet* LinkAja. Di dalam aplikasi tersebut, terdapat berbagai fitur qr code untuk melakukan

transaksi di toko, merchant, para pelaku UMKM, dan layanan lainnya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para penggunanya.



Gambar 3.2 Produk-produk Aplikasi E-Wallet LinkAja

Sumber: (Aplikasi E-Wallet LinkAja, 2025)

Dapat dilihat pada gambar 3.2 diatas menampilkan *interface* dari aplikasi *e-wallet* LinkAja, pada aplikasi LinkAja terdapat berbagai produk dan layanan yang dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para penggunanya. Pada halaman pertama terdapat beberapa menu utama LinkAja diantaranya pengisian saldo, kirim uang, tarik saldo, My QR, infaq, buat token, kode tiket, e-statement LinkAja, dan voucher. Produk dan layanan yang ditawarkan pada aplikasi *e-wallet* LinkAja dibagi menjadi 7 kategori, pada kategori pertama yaitu telekomunikasi, pengguna dapat melakukan pembayaran pascabayar, pulsa internasional, e-sim travel internasional, pulsa/data, dan hemat lengkap by Telkomsel. Pada kategori kedua yaitu beli/bayar tagihan, pengguna dapat melakukan pembayaran listrik, kartu kredit, multifinance, voucher *e-wallet*, PDAM, pegadaian, TV kabel dan internet, asuransi, gas, BPJS, telepon, properti, kartu uang elektronik, pendidikan, dan rekening virtual. Pada kategori ketiga yaitu transportasi, pengguna dapat melakukan pembayaran kapal, parkir, my pertamina, kereta, taksi, bus, pesawat, dan kendaraan *online*.

Pada kategori keempat yaitu keuangan, pengguna dapat melakukan pembayaran beli asuransi, pinjaman, rekening online, dan reksadana. Pada kategori kelima, pengguna dapat melakukan pembayaran streaming, voucher games, mgames, LinkAja deals, dan langit musik. Pada kategori keenam yaitu dana sosial, pengguna dapat melakukan pembayaran infaq, zakat, wakaf, masjid, gereja, bantu sesama, dan donasi lainnya. Serta pada kategori terakhir yaitu terdapat pajak, yang dimana pengguna dapat melakukan pembayaran pajak, bayar KUA, bayar paspor, bayar SIM, bayar denda tilang, bayar bea cukai, bayar PPH, bayar PPN, e-samsat, dan layanan perpajakan.

3.2 Pendekatan Penelitian

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua klasifikasi metode pendekatan penelitian yang digunakan, diantaranya:

A. Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian eksploratif yang tidak terstruktur, pada metode ini didasarkan dengan sampel kecil dengan bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman mengenai permasalahan yang sedang diteliti, alasan, serta motivasi yang mendasari penelitian. Analisis data yang dilakukan pada metode ini disebut sebagai data non statistik.

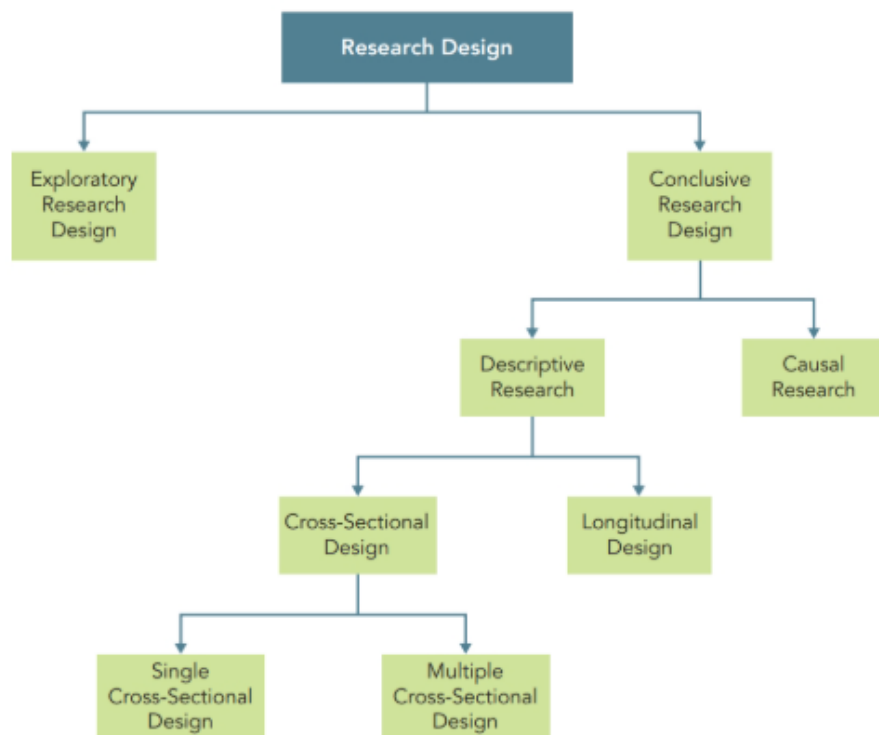
B. Metode Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian terstruktur, pada metode ini bertujuan untuk mengukur data dan menggeneralisasikan hasil dari sampel ke populasi yang diminati sehingga berfokus untuk menghasilkan rekomendasi akhir. Analisis data yang digunakan pada metode ini disebut dengan data statistik.

Berdasarkan dari penjelasan metode pendekatan penelitian diatas, peneliti menggunakan metode penelitian *quantitative* dengan menyebarkan kuesioner / survei daring dan mengumpulkan data secara digital dengan menggunakan skala likert 7 poin, peneliti mengumpulkan data numerik dari 42 responden untuk dilakukan pretest dan mendapatkan hasil data yang valid setelah diolah menggunakan *software* olah data IBM SPSS Statistics 22, dan akan terus dilanjutkan pengumpulan data dari responden untuk mengolah data besar.

3.3 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020), definisi dari desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melakukan analisis dan riset data. Desain penelitian memiliki rincian prosedur yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti guna untuk menyusun dan menyelesaikan suatu masalah riset.



Gambar 3.3 Desain Penelitian

Sumber: (Malhotra, 2020)

Dapat dilihat pada gambar 3.3 diatas, secara umum desain penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu eksploratif dan konklusif.

1. Exploratory Research Design

Exploratory Research Design merupakan desain yang digunakan untuk memberikan wawasan dan pemahaman awal terhadap suatu permasalahan pada riset, karakteristiknya meliputi informasi yang dibutuhkan masih belum jelas, proses penelitiannya yang lebih fleksibel dan tidak terstruktur, sampel yang lebih kecil dan tidak representatif, serta analisis data yang bersifat lebih terbuka untuk menemukan masalah. Hasilnya bersifat tentatif dan biasanya diikuti dengan penelitian eksploratori lanjutan atau penelitian konklusif (Malhotra, 2020).

2. Conclusive Research Design

Conclusive Research Design merupakan desain penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis secara spesifik dan menguji hubungan antar variabel, karakteristiknya meliputi informasi yang dibutuhkan sudah terdefinisi dengan baik dan jelas, proses penelitiannya formal dan terstruktur, memiliki sampel yang besar dan representatif, serta analisis data yang bersifat lebih terstruktur untuk membuktikan sesuatu secara pasti. Hasilnya bersifat konklusif dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Malhotra, 2020). Pada desain penelitian konklusif terdiri dari:

A. Descriptive Research

Descriptive Research merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik atau fungsi pasar, karakteristiknya ditandai dengan perumusan hipotesis yang cukup spesifik sebelumnya, desain penelitian ini lebih terencana dan terstruktur, menggunakan data sekunder dengan analisis kuantitatif dengan metode survei, observasi, dan data lainnya. Terdapat dua jenis *descriptive design*, diantaranya:

- a. Cross-Sectional Design**, yang merupakan jenis desain yang dilakukan dengan pengumpulan informasi dari sampel populasi

yang hanya dilakukan satu kali, desain yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran atau disebut juga dengan *sample survey research design*. Terdapat dua jenis *cross-sectional design* diantaranya: 1.) *Single cross-sectional*, memiliki satu sampel responden yang diambil dari populasi target, dan 2.) *Multiple cross-sectional*, memiliki dua atau lebih sampel responden, informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda dalam jangka yang panjang.

- b. Longitudinal Design**, yang merupakan jenis desain penelitian yang dilakukan dengan mengukur sampel dengan berulang kali pada variabel yang sama, serta memberikan gambaran yang mendalam mengenai situasi dan perubahan yang sedang terjadi.

B. Causal Research

Causal Research merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan sebab akibat antar variabel, memiliki karakteristik seperti memanipulasi satu atau lebih variabel independen, mengukur efek pada variabel dependen, mengontrol variabel penengah atau mediasi lainnya, dan pada penelitian ini menggunakan metode eksperimen. Causal Research memiliki fungsi yaitu untuk memahami variabel apa yang menjadi penyebab (variabel independen) dan variabel apa yang akan menjadi efek (variabel dependen) dari suatu fenomena atau permasalahan pada suatu riset.

Berdasarkan penjelasan diatas, pada penelitian ini peneliti menggunakan model penelitian *descriptive design* dan jenis yang digunakan adalah metode *cross-sectional design*, karena pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data responden pada periode tertentu (Oktober 2025 - November 2025). Penulis menggunakan survey online dengan dibantu metode kuesioner melalui Google Form, penulis melakukan penyebaran survey online tersebut melalui media sosial dan aplikasi kirim pesan, pengumpulan data responden hanya dilakukan satu kali dan tidak berulang untuk mendapatkan data pada populasi tertentu selama masa penelitian berlangsung.

3.2.1 Research Data

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua tipe data penelitian yaitu data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya.

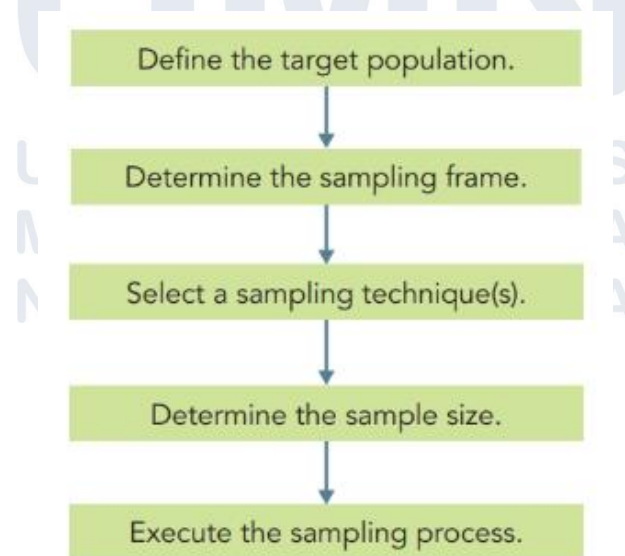
1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dengan tujuan khusus untuk mengatasi permasalahan yang sedang diteliti. Dalam pengumpulan data primer memiliki biaya yang mahal dan memakan banyak waktu. Data primer dapat diperoleh oleh peneliti dengan melalui survei dan wawancara.

2. Data Sekunder

Sementara, data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan untuk selain memecahkan permasalahan penelitian. Data sekunder dapat dikumpulkan dengan biaya yang murah dan tidak memakan banyak waktu. Selain itu, data ini juga merupakan data yang sudah tersedia dan dapat diakses. Biasanya data ini dapat ditemukan oleh peneliti melalui jurnal dan literatur pada penelitian sebelumnya.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian



Gambar 3.4 Sampling Design Process

(Malhotra, 2020)

Menurut Malhotra (2020), proses sampling design terdapat lima langkah berurutan yang dapat dilihat pada gambar 3.4 diatas. Kelima langkah ini memiliki hubungan yang sangat erat satu sama lain dan berkaitan secara relevan dengan semua aspek pada seluruh riset pemasaran, dimulai dari definisi permasalahan hingga penyajian hasil penelitian. Oleh karena itu, perancangan sampel harus diputuskan dengan terintegrasi dengan semua keputusan lain yang akan diambil pada proyek riset ini, dimulai dari menentukan populasi target, menentukan kerangka sampel, memilih teknik pengambilan sampel, menentukan ukuran sampel, dan hingga melakukan proses pengambilan sampel itu sendiri.

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2020), menyebutkan bahwa populasi merupakan kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi ataupun data yang dicari dan dibutuhkan oleh peneliti dan elemen tersebut tersedia untuk dipilih dalam proses pengambilan sampel pada tahap tertentu, elemen yang sudah dikumpulkan oleh peneliti akan dijadikan dasar untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari dilakukannya suatu riset permasalahan pada penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan populasi yang merupakan masyarakat di Indonesia yang mengetahui dan pernah atau sedang menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020), sampel merupakan suatu unit yang di dalamnya mengandung elemen dari populasi untuk dipilih pada tahap tertentu dan dijadikan sampel. Proses pengambilan sampel dilakukan setelah mengetahui populasi target yang sudah sesuai dengan kriteria dan dikumpulkan oleh peneliti. Unite sampel yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah Generasi Z dan Generasi Milenial (17-45 tahun) yang

dimana mereka mengetahui aplikasi *e-wallet* LinkAja, sedang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja sebagai metode pembayaran digital tetapi tidak pernah menggunakannya lagi.

3.3.3 Sampling Frame

Berdasarkan bukunya Malhotra (2020), menjelaskan bahwa sampling frame merupakan representasi dari elemen-elemen pada populasi target yang sudah terkumpul. Sampling frame juga terdiri dari serangkaian petunjuk dan arahan untuk peneliti dapat mengidentifikasi populasi target. Sampel yang akan digunakan pada penelitian merupakan sampel yang sudah memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti untuk keperluan penelitian.

3.3.4 Sampling Size

Menurut Malhotra (2020) dalam bukunya, sampling size merujuk pada jumlah elemen atau angka yang akan dimasukkan pada riset penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua ukuran sampel yang berbeda untuk uji coba awal dan uji coba utama, berikut penjelasannya.

1. Pre-test

Menurut Perneger et al. (2015), *pre-test* adalah proses pengembangan, adaptasi, atau instrumen psikometrik yang digunakan untuk memverifikasi bahwa responden pada populasi target memahami pertanyaan dan pilihan yang diberikan sesuai dengan maksud dan tujuan yang diinginkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel pertama sebanyak 42 responden untuk diuji coba pada tahap pretest. Dengan 42 responden tersebut, peneliti mengolah data menggunakan IBM SPSS Statistics 22 dan mendapatkan hasil yang valid dan sesuai dengan tujuan awal. Hal ini merupakan tahap awal yang baik untuk melanjutkan penelitian yang lebih kuat dan akurat, sehingga

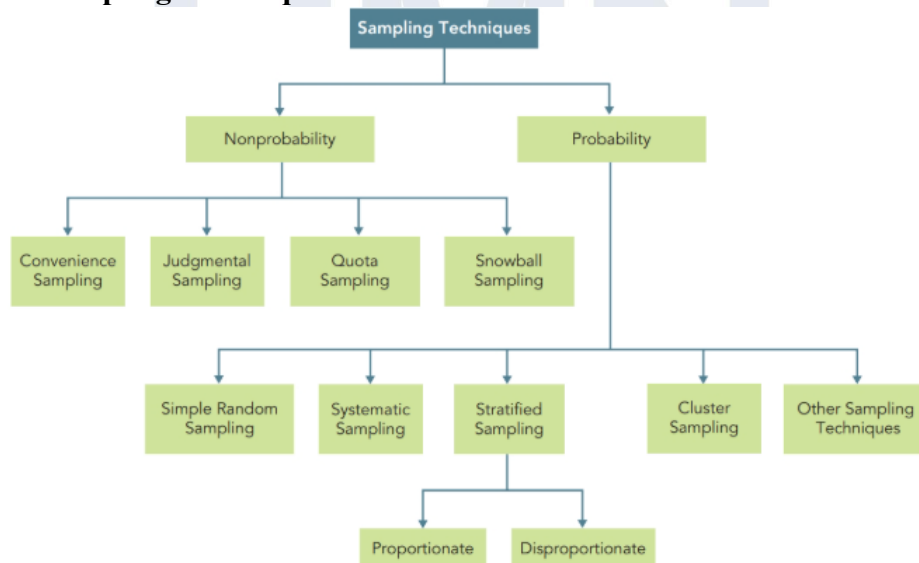
memberikan gambaran yang lebih jelas kepada peneliti mengenai manfaat dan fungsi dari penggunaan kuesioner pada penelitian ini.

2. Main Test

Pada tahap test utama, diperlukan pemahaman mengenai rasio observasi terhadap variabel penelitian. Menurut teori yang dikatakan oleh Hair et al. (2019), aturan umum dilakukannya suatu penelitian adalah dengan mengalikan 5 dengan jumlah indikator per variabel yang akan diteliti. Sehingga, untuk melakukan penelitian kita perlu mengalikan jumlah indikator dengan 5. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat total 8 variabel dengan jumlah 31 indikator atau pertanyaan. 31 indikator tersebut kemudian akan dikalikan dengan 5 yang akan menghasilkan 155 responden. Selain itu, peneliti juga menyiapkan data cadangan dengan menambahkan 50 responden pada penelitian ini, yang menghasilkan 205 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sampling Technique



Gambar 3.5 Klasifikasi Teknik Pengumpulan Sampel

Sumber: (Malhotra, 2020)

Berdasarkan buku Malhotra (2020), terdapat dua tipe teknik pengambilan sampel, yaitu probability dan nonprobability sampling yang dapat dilihat pada gambar 3.5 diatas, berikut penjelasan kedua teknik pengambilan sampel tersebut.

1. Probability Sampling

Pada teknik pengambilan sampel probabilitas, sampel dipilih secara acak atau berdasarkan peluang. Metode ini memberikan kemungkinan kepada peneliti untuk bisa menentukan setiap sampel yang berpotensi dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan keinginan peneliti pada ukuran tertentu yang diambil dari populasi target. Untuk menggunakan metode ini, diperlukan definisi yang tepat dan sesuai mengenai populasi target dan spesifikasi dari kerangka sampling.

2. Non Probability Sampling

Teknik pengambilan sampel probabilitas merupakan metode pengambilan sampel yang bukan mengandalkan peluang atau potensi dalam pemilihan elemen sampel, melainkan lebih mengandalkan kemudahan atau penilaian pribadi peneliti. Pada teknik ini tidak memiliki kerangka sampel dan tidak memungkinkan adanya evaluasi objektif terhadap kesesuaian hasil sampel karena tidak ada cara yang dimiliki untuk menentukan probabilitas elemen tertentu pada sampel, sehingga hasil penelitian yang diperoleh tidak dapat diproyeksikan secara statistik ke populasi.

Berdasarkan penjelasan dari kedua teknik pengambilan sampel diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non probabilitas. Dikarenakan tidak adanya kerangka sampel yang menjelaskan unit sampel yang digunakan pada penelitian ini. Peluang yang dimiliki sampel pada penelitian ini juga tidak dimiliki oleh semua orang. Oleh karena itu,

responden yang dibutuhkan pada penelitian ini merupakan responden yang dipilih sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Menurut Malhotra (2020), terdapat beberapa pengambilan sampel non probabilitas, penjelasannya sebagai berikut.

1. Convenience Sampling

Pengambilan sampel ini bertujuan untuk mendapatkan sampel dari berbagai elemen praktis. Pengambilan sampel praktis merupakan teknik pengambilan sampel yang paling murah dan tidak memakan waktu banyak. Unit pengambilan sampel ini sangat mudah diakses, mudah diukur, dan kooperatif.

2. Judgemental Sampling

Pengambilan sampel ini merupakan bentuk sampling praktis yang dimana elemen populasi dipilih menurut penilaian dari peneliti. Peneliti menggunakan keahlian dan penilaiannya untuk memilih elemen apa saja yang akan dimasukkan ke dalam sampel karena sudah merasa yakin bahwa elemen-elemen tersebut dapat mewakili populasi yang akan diteliti

3. Quota Sampling

Pengambilan sampel kuota merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan terbatas yang dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama yaitu dilakukannya pengembangan kategori kontrol, atau kuota untuk elemen populasi. Lalu, pada tahap kedua, elemen sampel dipilih berdasarkan pertimbangan praktis. Setelah kuota ditetapkan, akan terdapat kebebasan dalam pemilihan elemen yang akan dimasukkan ke dalam sampel.

4. Snowball Sampling

Pengambilan sampel bola salju (*snowball*) merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan pemilihan kelompok responden awal yang biasanya dilakukan secara acak. Setelah dilakukan wawancara, responden ini akan diminta untuk mengidentifikasi responden lainnya yang termasuk ke dalam populasi target yang diminati. Proses ini dilakukan secara bertahap dengan mendapatkan referensi dari responden sebelum-sebelumnya yang pada akhirnya menghasilkan efek yang disebut efek bola salju.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan convenience sampling dan snowball sampling. Kedua pengambilan sampel ini dipilih karena peneliti memiliki beberapa penilaian dan penyaringan sampel dari populasi target yang telah ditentukan. Sehingga, dari penilaian tersebut sampel yang akan terpilih adalah sampel yang masuk ke dalam kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, menggunakan 8 variabel yang terdiri dari variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *trust*, *perceived risk*, *personal innovativeness*, dan variabel dependen *behavioral intention*. Dari kedelapan variabel ini terdapat 31 indikator atau pertanyaan yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Skala yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan pengukuran adalah skala Likert 1-7, yang dimana angka 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” dan angka 7 menunjukkan “Sangat Setuju”. Berikut ini penjelasan lebih lanjut mengenai variabel independen dan dependen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

3.5.1 Variabel Independen

Menurut Malhotra (2020), variabel independen dapat didefinisikan sebagai variabel yang efek dan pengaruhnya harus diukur terlebih dahulu.

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen dan biasa disebut sebagai variabel eksogen. Pada penelitian ini, yang termasuk ke dalam variabel independen adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *trust*, *perceived risk*, dan *personal innovativeness*.

3.5.2 Variabel Dependen

Menurut Malhotra (2020), variabel dependen dapat didefinisikan sebagai variabel yang digunakan untuk mengukur efek dan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang sedang diteliti. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen dan biasa disebut sebagai variabel endogen. Pada penelitian ini yang merupakan variabel dependen adalah *behavioral intention*.

Tabel 3.1 dibawah ini, merupakan tabel operasionalisasi yang berisi definisi dan indikator dari variabel yang digunakan oleh peneliti untuk melaksanakan penelitiannya.

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
1.	Performance Expectancy (PE)	<i>Performance expectancy</i> adalah keyakinan dan kepercayaan konsumen bahwa suatu sistem teknologi bermanfaat dan memberikan	1. I find mobile banking app useful in my daily life.	1. Saya merasa aplikasi e-wallet LinkAja berguna dalam kehidupan sehari-hari.	(Rahman et al., 2024)	Likert 1-7
			2. Mobile banking app	2. Aplikasi e-wallet LinkAja		

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
		keuntungan dari penggunaannya. (Thusi & Maduku, 2020)	allows completing transactions faster.	memungkinkan penyelesaian transaksi lebih cepat.		
			3. Using mobile banking app increases my productivity.	3. Menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja meningkatkan produktivitas saya.		
			4. Using mobile banking app would improve my work performance.	4. Menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja akan meningkatkan kinerja saya.		
2.	Effort Expectancy (EE)	Effort Expectancy adalah tingkat kemudahan yang memiliki kaitan dengan	1. Learning how to use mobile banking app is easy for me.	1. Mudah bagi saya untuk belajar menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja.	(Rahman et al., 2024)	Likert 1-7

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
		penggunaan suatu sistem. (Venkatesh et al., 2003)	2. I find mobile banking app easy to use.	2. Menurut saya aplikasi E-Wallet LinkAja mudah untuk digunakan.		
			3. Friendly and clear interface makes me want to use mobile banking app.	3. Menurut saya interface / tampilan dari aplikasi E-Wallet LinkAja mudah untuk dipahami.		
			4. It is easy for me to become skillful at using mobile banking app.	4. Menurut saya mudah bagi saya untuk dapat mahir / ahli dalam menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja		
3.	Social Influence (SI)	<i>Social influence</i> adalah keyakinan dan kepercayaan individu terhadap	1. I've heard from people I trust that I should try E-	1. Orang-orang yang saya percaya (keluarga/teman	(Belmon te et al., 2024)	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
		saran yang diberikan oleh orang lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sistem baru atau tidak. (Venkatesh et al., 2003)	Wallet-Gcash.	/kerabat) merekomendasikan saya untuk menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja.		
			2. People who have an impact on my decisions believe that I should utilize E-Wallet-Gcash.	2. Orang-orang yang berpengaruh terhadap keputusan saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja		
			3. It's preferred by those whose opinions I value for me that I use E-Wallet-Gcash.	3. Orang-orang yang pendapatnya penting bagi saya menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja.		

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
4.	Facilitating Conditions (FC)	<i>Facilitating conditions</i> merupakan tingkat kepercayaan seorang individu bahwa keberadaan suatu organisasi dan sarana dapat mendukung penggunaan sistem teknologi. (Venkatesh et al., 2003)	1. In my opinion, there is enough information available about mobile banking app.	1. Menurut saya, saya sudah cukup mendapatkan informasi mengenai aplikasi e-wallet LinkAja.	M. Rahman et al., 2024	Likert 1-7
			2. I feel that when needed, I will get enough guidance from the bank related to mobile banking app.	2. Saya mendapatkan panduan yang cukup mengenai aplikasi e-wallet LinkAja ketika saya memerlukannya.		
			3. I think that I am aware about the benefits of mobile banking app.	3. Saya mengetahui manfaat dari aplikasi e-wallet LinkAja.		

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
			4. I think that I have received enough information about mobile banking app.	4. Saya menerima cukup banyak informasi mengenai aplikasi e-wallet LinkAja.		
5.	Trust (TR)	<i>Trust</i> merupakan keyakinan seseorang terhadap integritas, kebajikan, kompetensi, keterampilan, dan kemampuan terhadap orang lain. (Zhang et al., 2018)	1. I believe that mobile banking app is trustworthy. 2. I believe that mobile banking app seems secure 3. I believe that mobile banking app keeps its promise.	1. Menurut saya aplikasi E-Wallet LinkAja dapat dipercaya 2. Menurut saya aplikasi E-Wallet LinkAja aman digunakan. 3. Menurut saya aplikasi e-wallet LinkAja dapat memenuhi janjinya kepada penggunaanya.	(Rahman et al., 2024)	Likert 1-7

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
			4. I feel assured that legal and technological structures adequately protect me from problems on mobile banking app.	4. Menurut saya aplikasi E-Wallet LinkAja memiliki aspek legal dan struktur teknologi yang dapat melindungi saya dalam penggunaan aplikasinya.		
6.	Perceived Risk (PR)	<i>perceived risk</i> dapat didefinisikan sebagai pandangan dari sisi konsumen mengenai kerugian dan dampak negatif subjektif yang tidak sesuai dengan keadaan yang akan	1. I think my money could be stolen easily if I use mobile banking app. 2. I worry about hacker invasion in my mobile device when I use	1. Saya khawatir uang saya dapat dicuri / hilang dengan mudah jika menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja. 2. Saya khawatir akan serangan hacker pada perangkat mobile saya saat	(Rahman et al., 2024)	Likert 1-7

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
		dialami oleh konsumen. (Rewah et al., 2022)	mobile banking app.	menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja.		
			3. I am more likely to make mistake while using mobile banking app for my banking transactions.	3. Saya khawatir lebih rentan melakukan kesalahan saat menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja untuk melakukan transaksi digital.		
			4. While using mobile banking app, it is likely that I may make mistakes in tapping out the correct pin codes.	4. Kemungkinan besar saya akan melakukan kesalahan saat memasukkan kode PIN ketika menggunakan aplikasi E-Wallet LinkAja.		
7.		<i>Personal innovativeness</i> merupakan	1. If I heard about a new information	1. Jika saya mendengar informasi		Likert 1-7

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
	Personal Innovativeness (PI)	keinginan yang dimiliki konsumen untuk mencari dan mencoba hal baru yang dapat mengembangkan dan meningkatkan kelemahan yang ada pada suatu produk atau sistem. (Marwata & Alam, 2016)	technology, I would look for ways to gain experience with it.	terbaru mengenai teknologi sistem pembayaran, saya akan mencari cara untuk mendapatkan pengalaman menggunakan teknologi tersebut.	(Rahman et al., 2024)	
			2. Among my peers, I am usually the first to try out new information technologies.	2. Di antara teman sebaya saya, saya biasanya yang memiliki inisiatif pertama kali untuk mencoba teknologi sistem pembayaran terbaru.		
			3. I like to experiment	3. Saya suka bereksperimen		

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
			with new information technologies.	dengan teknologi sistem pembayaran terbaru.		
			4. I like to keep up with technological advances.	4. Saya suka dan tertarik untuk mengikuti perkembangan teknologi sistem pembayaran terbaru.		
8.	Behavioral Intention (BI)	<i>Behavioral intention</i> merupakan kesiapan para pengguna untuk menggunakan suatu produk dan layanan. (Venkatesh et al., 2003)	1. I intend to use mobile banking app in the future. 2. I plan to continue to use mobile banking app frequently.	1. Saya berencana untuk menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja di masa depan. 2. Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja secara rutin.	(Rahman et al., 2024)	Likert 1-7

No	Variabel	Definisi	English original	Indikator	Sumber	Skala
			3. I will always try to use mobile banking app in my daily life.	3. Saya akan selalu berusaha menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja dalam kehidupan sehari-hari.		
			4. I will recommend others to use mobile banking app.	4. Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan aplikasi e-wallet LinkAja.		

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Pre-test

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics 22 untuk mengolah data uji validitas dan reliabilitas. Uji pre-test dilakukan sebelum peneliti melakukan uji main test. Berikut ini adalah penjelasan mengenai uji pre-test dan uji main test. Berikut ini merupakan penjelasan dari uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Kimberlin & Winterstein (2008), validitas merupakan sejauh mana interpretasi dari hasil suatu tes dapat diukur dan dipertanggungjawabkan sesuai dengan tujuannya, atau dengan kata lain validitas dapat diartikan sebagai bagaimana alat ukur tersebut mengukur instrumen yang harus diukur. Suatu alat ukur dapat konsisten atau reliabel tetapi tidak valid. Menurut Malhotra (2020) validitas merupakan sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sebenarnya di antara objek pada karakteristik yang diukur.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Kimberlin & Winterstein (2008), reliabilitas adalah suatu tingkat konsistensi dari suatu alat ukur dalam proses hasil pengukurannya. Menurut teori tes klasik, reliabilitas merupakan setiap skor yang diperoleh dari suatu alat ukur. Skor ini diperoleh dari alat ukur yang terdiri dari skor sebenarnya yang tidak diketahui dan kesalahan dalam pengukuran, reliabilitas mengukur seberapa stabil dan konsisten hasil dari pengukuran tersebut. Semakin tinggi reliabilitas, maka akan semakin sedikit kesalahan pengukuran yang terjadi. Menurut Malhotra (2020) reliabilitas merupakan sejauh mana suatu skala menghasilkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran berulang kali.

3.6.2 Main Test

Setelah melakukan uji pretest, hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah uji *main test*. Sebelum melakukan uji *main test*, perlu diingat bahwa beberapa uji yang sudah dilakukan sebelumnya seperti uji validitas dan reliabilitas harus terpenuhi seluruh kriteria dan persyaratannya. Untuk melakukan uji *main test*, peneliti menggunakan IMB SPSS Statistics 22. Uji yang dilakukan akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1.1 Uji Normalitas

Menurut Hair et al. (2019) uji normalitas adalah uji yang menilai apakah distribusi data sampel yang di uji mengikuti distribusi normal, yang merupakan asumsi penting dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan histogram dan Normal P-Plot. Dari histogram yang ditunjukkan, data akan disebut normal jika menunjukkan pola distribusi secara normal. Dan untuk normal P-Plot, data akan disebut normal jika nilai-nilai pada data yang di uji berada pada garis diagonal secara urut dan sistematis membuat garis. Pada uji normalitas juga akan dilakukan penelitian lain yaitu uji Kolmogorov-Smirnov dan One Sample KS. Pada uji ini, data akan disebut normal jika nilai sig menunjukkan $\geq 0,05$.

3.6.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hair et al. (2019) uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk memeriksa apakah nilai varians residual konstan di seluruh level variabel independen dalam satu model regresi. Jika nilai residual data berada pada posisi menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang sistematis, maka nilai residual dapat dikatakan terdistribusi secara normal.

3.6.2.1.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Hair et al. (2019) uji multikolinearitas mengukur sejauh mana variabel independent berkorelasi satu sama lain dalam model regresi. Uji ini mengidentifikasi korelasi tinggi antar variabel independen yang mempersulit interpretasi efek

individual setiap variabel. Untuk itu, suatu model regresi akan dianggap baik jika tidak terjadi multikolinearitas. Pada penelitian, untuk menentukan ada atau tidaknya suatu multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF dan tolerance, suatu model regresi dikatakan multikolinearitas jika nilai $VIF \geq 10$ dan nilai tolerance ≤ 0.10 .

3.6.2.2 Uji Koefisien Determinan

Menurut Hair et al. (2019) uji koefisien determinan (R^2) adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model regresi dalam menampilkan variasi variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 maka akan semakin menunjukkan bahwa adanya keterbatasan antara variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Namun, jika R^2 selalu naik setiap menambah variabel baru, maka dapat digunakan Adjusted R^2 yang lebih akurat dengan mempertimbangkan jumlah variabel dan ukuran sampel. Adjusted R^2 akan naik jika variabel baru yang ditambahkan benar-benar berguna bagi penelitian.

3.6.2.3 Uji Hipotesis

Menurut buku Hair et al. (2019) uji hipotesis merupakan pengujian yang melibatkan apakah adanya hubungan atau perbedaan yang ditemukan pada sampel benar ada di populasi atau hanya terjadi karena kebetulan. Uji ini melibatkan pengujian hipotesis nol (H_0 : tidak ada efek) vs (H_a : ada efek) dengan menetapkan Tingkat signifikansi alpha seperti (0,05 atau 0,01). Pada uji hipotesis terdapat dua uji yaitu uji T dan uji F, penjelasannya sebagai berikut.

3.6.2.3.1 Uji T

Menurut Hair et al. (2019) uji T merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel

independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menghitung rasio antara koefisien dengan standard errornya, jika nilai t besar ($p\text{-value} < 0,05$), maka variabel tersebut dapat dikatakan signifikan. Uji T merupakan uji yang penting untuk dilakukan dalam interpretasi hasil regresi karena dapat membantu peneliti untuk mengidentifikasi variabel apa saja yang berkontribusi dengan baik dalam model regresi dan variabel apa yang tidak berkontribusi.

3.6.2.3.2 Uji F

Menurut Hair et al. (2019) uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengevaluasi keseluruhan model dan untuk membandingkan varians antar kelompok pada analisis varians (ANOVA dan MANOVA). Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi ini secara keseluruhan memiliki relevansi dan signifikan atau tidak, serta untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara mean dari tiga atau lebih kelompok.

3.6.2.4 Persamaan Regresi

Persamaan regresi merupakan representasi dari hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (x). Persamaan regresi juga merupakan perluasan dari regresi sederhana yang hanya melibatkan satu variabel. Tujuannya adalah untuk memprediksi adanya perubahan pada variabel dependen sebagai respons dari adanya perubahan dalam variabel independent dengan menggunakan metode kuadrat

terkecil. Berikut ini adalah bentuk umum dari model regresi berganda yang dijelaskan dalam buku (Hair et al., 2019).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \epsilon$$

Deskripsi:

Y : variabel dependen,

β_0 : intercept (konstanta),

β : koefisien

X : variabel independen,

ϵ : error

