

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Profil Perusahaan Link Aja

LinkAja adalah layanan dompet digital (*e-wallet*) terkemuka di Indonesia yang dioperasikan oleh LinkAja (*Fintech*), sebuah perusahaan fintech yang dibentuk melalui kolaborasi beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN) besar. Ide di balik LinkAja muncul dari sinergi antar-BUMN seperti Telkomsel, Bank Mandiri, BRI, BNI, BTN, Pertamina, Jiwasraya, dan Danareksa. Tujuannya adalah untuk mengkonsolidasikan layanan keuangan digital masing-masing BUMN ke dalam satu ekosistem yang kokoh.

Sejarah LinkAja berawal dari T-Cash, dompet digital yang sebelumnya dikelola oleh Telkomsel. Transformasi resmi T-Cash menjadi LinkAja terjadi pada tahun 2019, dan LinkAja (*Fintech*), memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia sebagai penerbit uang elektronik pada 21 Februari 2019.

Peluncuran publik LinkAja kemudian dilakukan dengan semangat mendukung inklusi keuangan nasional dan memperkuat gerakan masyarakat non-tunai.



Gambar 3. 1 Logo aplikasi e-wallet LinkAja

Dari segi kepemilikan, LinkAja adalah perusahaan *fintech* milik negara yang dimiliki bersama oleh beberapa badan usaha milik negara. Telkomsel memegang saham yang signifikan, dan bank-bank milik negara seperti Mandiri, BNI, dan BRI, serta Pertamina dan Jiwasraya, juga merupakan pemegang saham utama. Struktur kepemilikan ini memberikan LinkAja keuntungan strategis, karena dapat memanfaatkan jaringan infrastruktur perusahaan milik negara tersebut untuk memperluas layanan keuangan digitalnya secara ekstensif.

Visi bisnis LinkAja semakin diperjelas melalui strategi korporatnya: sejak Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) LinkAja pada tahun 2022, perusahaan telah menekankan fokusnya pada model bisnis dua sisi, melayani konsumen ritel sekaligus menyediakan solusi digital yang komprehensif bagi rantai pasok perusahaan milik negara tersebut. Di segmen *B2C*, LinkAja terus mengandalkan layanan pembayaran, setor/tarik tunai, dan pembelian digital, sementara di segmen *B2B*, LinkAja menargetkan kemitraan komprehensif di seluruh rantai nilai tradisional dan digital.

Sejak diluncurkan, LinkAja telah berkembang pesat. Per Juni 2023, LinkAja melaporkan 90 juta pengguna terdaftar, dengan

strategi akuisisi pengguna dan peningkatan interaksi melalui fitur-fitur yang menyederhanakan transaksi harian. Selain itu, LinkAja juga memiliki jaringan titik layanan yang luas, dilaporkan mengoperasikan lebih dari 1,4 juta titik untuk transaksi tarik tunai di seluruh Indonesia. Dari segi demografi, mayoritas pengguna LinkAja adalah generasi milenial (usia 25–34 tahun), dan menurut data internal LinkAja, sekitar 60% penggunanya adalah laki-laki.

Namun, LinkAja juga menghadapi tantangan operasional dan strategis. Salah satunya adalah persaingan dari dompet digital swasta seperti GoPay, OVO, dan DANA. Lebih lanjut, untuk memperkuat pertumbuhan jangka panjang, manajemen LinkAja menilai perlunya diversifikasi pendapatan melalui penetrasi yang lebih dalam ke segmen B2B dan potensi ekspansi ke penyaluran usaha mikro, kecil, dan menengah (KUR), terutama dengan memanfaatkan ekosistem Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga mendorong transformasi LinkAja dari layanan pembayaran digital menjadi penyedia layanan keuangan digital yang lebih luas, termasuk penyaluran kredit kepada ekosistem BUMN dan UMKM. Model bisnis baru ini, jika berhasil diimplementasikan, dapat meningkatkan kontribusi LinkAja terhadap inklusi keuangan nasional, karena tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pembayaran tetapi juga sebagai platform keuangan terintegrasi bagi pelaku bisnis dan individu. Strategi ini sejalan dengan misi BUMN untuk mendukung digitalisasi ekonomi nasional dan memperluas akses keuangan digital bagi seluruh lapisan masyarakat.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menekankan pengolahan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme, menggunakan instrumen terstruktur, dan bertujuan untuk mengkaji hubungan antar variabel secara objektif.

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori, karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan mengkaji hubungan kausal melalui pengujian hipotesis. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatori digunakan untuk menentukan posisi setiap variabel dan sejauh mana pengaruh di antara variabel tersebut.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *skala Likert*, yang terdiri dari pernyataan-pernyataan dengan pilihan jawaban mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala *Likert* dipilih karena dapat mengukur sikap dan persepsi responden secara kuantitatif dan terukur (Sugiyono, 2018). Dan untuk mengukur data tersebut, penulis menggunakan *SmartPLS/SEM PLS Versi 4.1.1.4*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi LinkAja yang pernah bertransaksi menggunakan layanan tersebut. Sugiyono (2017) mendefinisikan populasi sebagai suatu area umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Merujuk pada definisi tersebut, populasi penelitian ini mencakup pengguna LinkAja yang memiliki pengalaman langsung menggunakan aplikasi, karena mereka dapat memberikan informasi yang relevan mengenai persepsi, kepuasan,

dan keberlanjutan layanan mereka. Populasi ini dipilih karena mewakili kelompok yang paling tepat untuk menilai kualitas layanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi dompet elektronik tersebut.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling, khususnya *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* digunakan apabila peneliti memiliki alasan atau tujuan tertentu dalam memilih responden yang dianggap paling berpengetahuan dan relevan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, kriteria sampelnya adalah:

1. Pengguna aktif aplikasi LinkAja.
2. Berusia minimal 17 tahun.
3. Telah melakukan transaksi menggunakan LinkAja dalam tiga bulan terakhir.

Kriteria ini ditentukan untuk memastikan responden memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai layanan tersebut.

Ukuran sampel ditentukan dengan mengacu pada pedoman ukuran sampel menurut Sugiyono (2017) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang tepat dalam penelitian kuantitatif berkisar antara 30 hingga 500 responden. Dalam penelitian ini menetapkan ukuran sampel minimal 110 responden, memastikan data yang cukup untuk mendukung analisis statistik dan pengujian hipotesis.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner dipilih karena sejalan dengan pendekatan kuantitatif, yang membutuhkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, dan teknik ini sangat efektif ketika jumlah responden besar.

Kuesioner dalam penelitian ini disusun menggunakan skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Skala ini digunakan karena dapat mengukur sikap, persepsi, dan penilaian responden terhadap variabel penelitian secara terstruktur. Kuesioner didistribusikan secara daring melalui formulir digital, sehingga memudahkan responden untuk mengisinya kapan saja dan di mana saja. Teknik ini dipilih karena responden merupakan pengguna layanan digital, sehingga distribusi kuesioner daring lebih efektif, cepat, dan ekonomis.

Instrumen kuesioner yang digunakan sebelumnya dikembangkan berdasarkan indikator untuk setiap variabel penelitian. Instrumen tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa instrumen tersebut mengukur variabel secara akurat dan konsisten. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data kuesioner daring ini diharapkan dapat menghasilkan data yang akurat dan mendukung proses analisis penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat 4 independent variable yaitu berupa *Ease of Use*, *Enjoyment*, *Rewards*, *Usefulness* serta 1 dependent variable yaitu *Intention to continue use*.

No.	Variabel	Definisi	Kode	Measurement (Indikator dalam Bahasa Inggris)	Measurement (Indikator dalam Bahasa Indonesia)	Jurnal Referensi	Skala
1	<i>Perceived ease of use</i>	Didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi calon pengguna terhadap produk yang ditargetkan agar mudah digunakan. Fitur-fitur produk seperti desain, fitur, dan atribut produk membuat produk mudah digunakan oleh seseorang. Dalam konteks <i>e-wallet</i> , hal ini berkaitan dengan kemudahan pengguna dalam melakukan transaksi, navigasi antarmuka, serta kecepatan proses pembayaran.	PEU2	I find <i>e-wallet</i> easy to use.	Menurut saya, dompet digital mudah digunakan.	Ajay Kumar, Piali Haldar, Sharad Chaturvedi. (2024)	Likert (1-5)
		Interaction with an <i>e-wallet</i> does not require a lot of mental effort.		Interaksi dengan dompet elektronik tidak memerlukan banyak usaha mental.			
		PEU4	My interaction with <i>e-wallet</i> is clear and understandable.	Interaksi saya dengan dompet elektronik jelas dan mudah dipahami.			

3	Perceived Enjoyment	Mengacu pada sejauh mana suatu tindakan dianggap menyenangkan atau menghibur. Ini mencakup kesenangan, kegembiraan, kenikmatan, atau hiburan. Dalam <i>e-wallet</i> , kesenangan bisa muncul dari antarmuka yang menarik, animasi transaksi yang interaktif, atau kemudahan yang menimbulkan	PEJ1	I find using <i>e-wallet</i> to be enjoyable.	Saya merasa menggunakan dompet elektronik itu menyenangkan .	Ajay Kumar, Piali Haldar, Sharad Chaturvedi. (2024)	Likert (1-5)

		rasa puas secara emosional.	PEJ3	I have fun while using an <i>e-wallet</i> .	Saya bersenang-senang saat menggunakan dompet elektronik.		
2	Reward	Program rewards dalam pemasaran meliputi insentif uang, hadiah gratis, kupon, poin imbalan, dan cashback.	RW1	I think that special offers/rewards provided by <i>e-wallet</i> are important to me.	Saya pikir penawaran/hadiah khusus yang disediakan oleh dompet elektronik penting bagi saya.	Ajay Kumar, Piali Haldar, Sharad Chaturvedi. (2024)	Likert (1-5)
		Aydin dan Burnaz (2016) menyimpulkan bahwa imbalan memiliki peran penting dalam meningkatkan niat menggunakan <i>e-wallet</i> .	RW2	I think that the availability to e-coupons' redemption by <i>e-wallet</i> is important to me.	Saya pikir ketersediaan penukaran kupon elektronik melalui dompet elektronik penting bagi saya.		
			RW3	I would like to gain benefit from any	Saya ingin mendapatkan keuntungan		

					promotions offered by the <i>e-wallet</i> .	dari promosi apa pun yang ditawarkan oleh dompet elektronik.		
			RW4		I would like to continue to use <i>e-wallet</i> as long as promotions are being offered.	Saya ingin terus menggunakan dompet elektronik selama ada promosi yang ditawarkan.		
4	Perceived Usefulnes s	Merupakan ukuran keyakinan individu bahwa sistem tertentu akan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas. Dalam konteks <i>e-wallet</i> , PU tercermin pada seberapa besar pengguna merasa bahwa aplikasi membantu mereka melakukan	PU1		<i>E-wallet</i> enables me to accomplish payments/trans actions more quickly.	Dompet elektronik memungkinkan saya menyelesaikan pembayaran/transactions lebih cepat.	Ajay Kumar, Piali Haldar, Sharad Chaturvedi. (2024)	Likert (1-5)

		transaksi lebih cepat, aman, dan praktis dibandingkan metode tradisional.	PU3	<i>E-wallet</i> increases my productivity.	Dompet elektronik meningkatkan produktivitas saya.		
			PU4	<i>E-wallet</i> increases my efficiency/tran saction payment speed.	Dompet elektronik meningkatkan efisiensi/kecepatan pembayaran transaksi saya.		
5	Intention to Continue Use of <i>E-wallet</i>	Niat untuk melanjutkan penggunaan mengacu pada niat individu untuk menggunakan atau	ICU1	I intend to continue using an <i>e-wallet</i> in the future.	Saya bermaksud untuk terus menggunakan dompet elektronik di masa mendatang.	Ajay Kumar, Piali Haldar, Sharad Chaturvedi. (2024)	Likert (1-5)
			ICU2	I will strongly recommend <i>e-wallet</i> for others to use.	Saya akan sangat merekomendasikan <i>e-wallet</i> agar orang lain menggunakan ya.		

		menggunakan kembali sistem tertentu secara terus-menerus.	ICU3	I will keep using e-wallet as regularly as I do now.	Saya akan tetap menggunakan dompet elektronik secara rutin seperti yang saya lakukan sekarang.		
--	--	---	------	--	--	--	--

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

Sumber : Berbagai Olahan (2025)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Pre-Test

Pre-test dilakukan sebagai langkah awal untuk memastikan instrumen kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebelum didistribusikan kepada responden aktual. Pra-ujicoba dilakukan terhadap sejumlah kecil responden dengan karakteristik yang serupa dengan populasi penelitian sebanyak 30 responden. Tujuan utama pra-ujicoba adalah untuk mengidentifikasi kesalahan kata, ambiguitas dalam pernyataan, dan potensi bias dalam pemahaman responden terhadap butir-butir kuesioner.

Melalui *pre-test*, peneliti dapat menentukan apakah setiap indikator dalam kuesioner dapat diinterpretasikan secara konsisten sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, hasil pra-ujicoba dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas awal. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan telah mengukur konstruk yang dimaksud secara memadai, sementara uji reliabilitas menilai konsistensi respons responden di seluruh butir dalam suatu variabel.

Jika suatu butir ditemukan tidak valid atau tidak reliabel, peneliti merevisi atau menghapusnya untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan pada tahap pengumpulan data utama akan menghasilkan data yang akurat dan reliabel. Oleh karena itu, pra-pengujian merupakan langkah penting dalam menyempurnakan instrumen penelitian untuk memastikan kesesuaiannya untuk digunakan dalam studi kuantitatif ini.

3.6.2 Uji Instrumen Validitas Konvergen

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator yang mencerminkan suatu konstruk berkorelasi satu sama lain dan mampu menjelaskan variabel laten secara kolektif. Pengujian dilakukan menggunakan dua parameter utama: outer loading dan *Average Variance Extracted* (AVE).

Outer loading menggambarkan kekuatan hubungan antara indikator dengan konstruk laten yang diukurnya. Menurut Hair et al. (2019), nilai outer loading dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen apabila bernilai $\geq 0,70$ yang menunjukkan tingkat validitas yang sangat baik. Nilai outer loading antara 0,50–0,70 masih dapat diterima dengan catatan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) memenuhi kriteria. Sementara itu, indikator dengan nilai outer loading $< 0,50$ sebaiknya dieliminasi karena dianggap tidak mampu merepresentasikan konstruk secara memadai. Nilai outer loading yang tinggi menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan sebagian besar varians dari konstruk laten yang diukur.

Average Variance Extracted (AVE) merupakan ukuran yang menunjukkan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE $\geq 0,50$, yang berarti bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, seluruh indikator pada masing-masing variabel penelitian memiliki nilai outer loading di atas 0,70 serta nilai AVE yang melebihi 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara akurat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

3.6.3 Uji Instrumen Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model secara empiris berbeda dari konstruk lainnya. Uji ini dilakukan menggunakan dua pendekatan: nilai Rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) dan kriteria *Fornell-Larcker*.

Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT) $< 0,90$. Nilai HTMT yang berada di bawah ambang batas tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dan tidak terjadi tumpang tindih antar variabel penelitian.

Validitas diskriminan juga dapat dievaluasi menggunakan kriteria Fornell–Larcker, yaitu apabila nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasinya terhadap konstruk lain dalam model.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai HTMT dalam penelitian ini berada di bawah batas 0,90, serta nilai akar kuadrat AVE masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan

3.6.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi internal indikator dalam mengukur suatu konstruk. Parameter yang digunakan dalam pengujian reliabilitas pada penelitian ini adalah nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memenuhi kriteria nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ dan nilai *Composite Reliability* $\geq 0,70$.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang berada di atas ambang batas minimum 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria uji reliabilitas dan instrumen penelitian dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap analisis struktural selanjutnya.

3.6.5 Uji Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural (*inner model*) bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik hubungan antar konstruk atau variabel laten dalam model penelitian mampu menjelaskan varians pada konstruk endogen. Dalam analisis PLS-SEM, evaluasi model struktural dilakukan untuk menilai kemampuan prediktif serta kekuatan hubungan antar variabel yang diuji. Pada penelitian ini, pengujian model struktural menggunakan tiga ukuran utama, yaitu *R-square* (R^2), *F-square* (f^2) sebagai ukuran effect size, dan *Q-square* (Q^2) sebagai ukuran *predictive relevance*.

Nilai *R-square* menunjukkan besarnya varians konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model penelitian. *F-square* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, sedangkan *Q-square*

digunakan untuk menilai relevansi prediktif model melalui prosedur *blindfolding*. Nilai *Q-square* yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Dengan demikian, ketiga ukuran tersebut memberikan gambaran mengenai kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel, kekuatan pengaruh, serta relevansi prediktif model secara keseluruhan.

3.6.5.1 R-Square

R-Square, atau koefisien determinasi, adalah ukuran yang digunakan untuk menentukan seberapa besar varians variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam suatu model struktural. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai *R-Square*, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam analisis PLS-SEM, nilai *R-Square* digunakan sebagai indikator utama untuk menilai kekuatan suatu model struktural.

Menurut Hair dkk. (2017), nilai *R-Square* sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah. Nilai ini menunjukkan seberapa baik model mampu menjelaskan fenomena yang diteliti. Perhitungan *R-Square* dilakukan secara otomatis oleh perangkat lunak SmartPLS setelah proses estimasi algoritma dijalankan. Nilai *R-Square* diperoleh untuk setiap variabel endogen dalam model. Dalam penelitian ini, nilai *R-Square* digunakan untuk menentukan pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan, Imbalan, dan Kegunaan terhadap Niat untuk Terus Menggunakan. Semakin besar nilai *R-Square* yang diperoleh, semakin baik kemampuan model dalam

menjelaskan perilaku pengguna dalam menggunakan dompet elektronik secara berkelanjutan.

3.6.5.2 *F-Square (Effect Size)*

Uji *F-Square*, atau *effect size*, digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen secara individual. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki efek kecil, sedang, atau besar pada variabel lain dalam model struktural. Nilai *F-Square* dihitung berdasarkan perbedaan nilai *R-Square* ketika suatu variabel dimasukkan ke dalam model dan ketika variabel tersebut dikeluarkan dari model.

Menurut Cohen (1988), nilai *F-Square* 0,35 menunjukkan efek besar, 0,15 menunjukkan efek sedang, dan 0,02 menunjukkan efek kecil. Jika nilai *F-Square* di bawah 0,02, efek variabel tersebut dapat dianggap sangat lemah atau tidak signifikan.

Dalam penelitian ini, uji *F-Square* dilakukan untuk menentukan kontribusi masing-masing variabel *Ease of Use*, *Enjoyment*, *Reward*, dan *Usefulness*, terhadap variabel *Intention to Continue Use*. Nilai *F-Square* yang diperoleh menunjukkan kekuatan peran setiap variabel dalam meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan dompet elektronik.

3.6.5.3 *Uji Predictive Relevance*

Relevansi prediktif atau uji *Q-Square*, digunakan untuk mengukur kemampuan prediktif suatu model struktural berdasarkan data observasi. Uji ini dilakukan

dengan metode *blindfolding* pada SmartPLS. Teknik *blindfolding* bekerja dengan mengeliminasi beberapa data secara sistematis dan kemudian memprediksi ulang data yang dihilangkan tersebut. Hasil proses ini digunakan untuk menghitung nilai *Q-Square*.

Nilai *Q-Square* yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan prediktif yang baik, sedangkan nilai *Q-Square* yang sama dengan atau kurang dari nol menunjukkan bahwa model tersebut tidak memiliki relevansi prediktif. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai *Q-Square*, semakin baik kemampuan model tersebut dalam memprediksi variabel endogen.

Dalam penelitian ini, uji *Q-Square* dilakukan untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan tidak hanya menjelaskan hubungan antar variabel dalam sampel penelitian, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memprediksi perilaku pengguna *e-wallet* di luar sampel penelitian. Apabila nilai *Q-Square* yang diperoleh lebih besar dari nol, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tersebut memiliki relevansi prediktif yang baik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antar variabel yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian signifikan secara statistik. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-based Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode utama yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah bootstrapping untuk menguji pengaruh langsung antar variabel dan pengujian mediasi untuk menentukan peran variabel intervening dalam hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil pengujian hipotesis ditentukan berdasarkan nilai koefisien jalur, nilai t-statistic, dan nilai *p-value*.

3.7.1 Bootstrapping

Bootstrapping adalah metode pengujian statistik yang digunakan dalam PLS-SEM untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural. Metode ini bekerja dengan melakukan resampling acak pada data asli dengan sejumlah variabel tertentu untuk menghasilkan estimasi parameter yang lebih stabil. Dalam studi ini, prosedur bootstrapping dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan menjalankan perintah "*calculate bootstrapping*" setelah model struktural dan model pengukuran dinyatakan fit.

Proses bootstrapping menghasilkan *t-statistic* dan *p-value*, yang digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan hipotesis. Jika *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* kurang dari 0,05, pengaruh antar variabel tersebut signifikan secara statistik pada tingkat keyakinan 95 persen. Sebaliknya, jika *t-statistic* kurang dari 1,96 dan *p-value* lebih besar dari 0,05, pengaruhnya dinyatakan tidak signifikan. Dalam penelitian ini, uji bootstrapping digunakan untuk menentukan pengaruh langsung antara variabel *Ease of Use, Enjoyment, Reward, dan Usefulness* terhadap variabel

Intention to Continue Use. Selain itu, bootstrapping juga digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel lain dalam model struktural penelitian. Dengan demikian, pengujian bootstrapping berfungsi sebagai dasar utama untuk menentukan apakah suatu hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

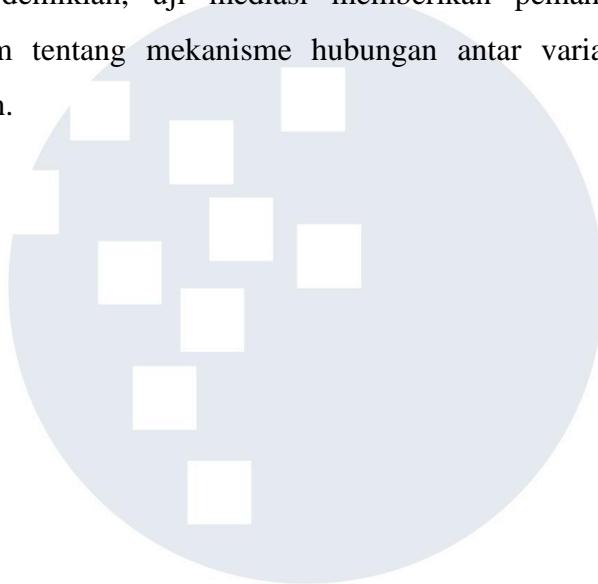
3.7.2 Uji Mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah suatu variabel intervening mampu memediasi atau menjembatani pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Mediasi terjadi ketika suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel intervening, sehingga pengaruh tersebut tidak hanya bersifat langsung tetapi juga tidak langsung. Dalam penelitian ini, uji mediasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan *bootstrapping* pada SmartPLS untuk mendapatkan nilai pengaruh tidak langsung.

Pengujian mediasi dilakukan dengan menguji *t-statistik* dan *p-value* pengaruh tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel mediasi. Apabila hasil pengujian menunjukkan t-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut signifikan, sehingga membuktikan variabel mediasi berperan sebagai mediator.

Dalam menentukan jenis mediasi, penelitian ini mengacu pada konsep mediasi penuh dan mediasi parsial. Mediasi penuh terjadi ketika pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen menjadi tidak signifikan setelah variabel mediasi dimasukkan ke dalam model, sementara pengaruh tidak langsungnya signifikan. Sebaliknya, mediasi parsial terjadi ketika pengaruh langsung dan tidak langsung keduanya signifikan setelah variabel mediasi dimasukkan ke dalam model.

Dalam penelitian ini, uji mediasi digunakan untuk menentukan peran variabel Usefulness dalam memediasi pengaruh *Ease of Use*, *Enjoyment*, dan *Reward* terhadap *Intention to Continue Use*. Hasil uji mediasi akan menunjukkan apakah Usefulness berperan sebagai mediator penuh, mediator parsial, atau tidak berperan sebagai mediator sama sekali. Dengan demikian, uji mediasi memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang mekanisme hubungan antar variabel dalam model penelitian.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA