

SKRIPSI
PERALIHAN PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN KONVESIONAL KE
DIGITAL PADA APLIKASI DANA



Beatriks Simtya Simpleks

16 03 22707

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN AKADEMIK 2020/2021

SKRIPSI

PERILAKU PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI DANA

DI YOGYAKARTA

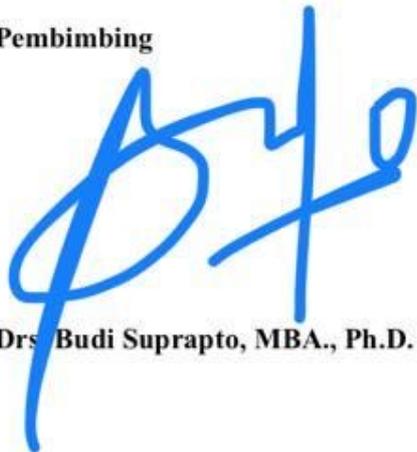
Disusun oleh:

Beatriks Simtya Simpleks

NPM: 16 03 22707

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal 9 September 2020



SURAT KETERANGAN

No. 815/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 9 Oktober 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------------------|---------------|
| 1. Dr. J. Ellyawati, MM. | Ketua Penguji |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | Anggota |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | Anggota |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Beatriks Simtya Simpleks

NPM : 160322707

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Beatriks Simtya Simpleks telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji. Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PERALIHAN PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN KONVESIONAL KE DIGITAL PADA APLIKASI DANA

Benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya yang peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 9 September 2020

Yang menyatakan



Beatriks Simtya Simpleks

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi dengan judul “PERALIHAN PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN KONVESIONAL KE DIGITAL PADA APLIKASI DANA” ini sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan berkat yang berlimpah kekuatan, kesabaran, dan semangat dalam mengerjakan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Budi Suprpto selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dengan sabar dalam mengerjakan skripsi.
3. Segenap jajaran dosen dan staf pengajar Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh perkuliahan, serta pada segenap karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas segala macam bentuk bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

4. Papa Simpleks Laka dan Mama Innaarmoni, terima kasih atas doa yang tidak pernah berhenti, kasih sayang yang tidak pernah berhenti diberikan, dan dukungan finansial, Arnaldo Prisko Laka dan Maria Ivonia selaku saudari/I penulis, terima kasih karena telah menjadi *support system* selama proses mengerjakan skripsi dan mendoakan penulis.
5. Kekasih penulis Stevan Mahadika Kusuma Harta A.Md. Ds. mau meluangkan waktu, mendengarkan keluh kesah, memberi semangat, mendoakan dan meminjamkan laptop untuk menyelesaikan dalam penulisan skripsi.
6. Sahabat penulis Angelia Mutiara, Bella Priska, Atanayrus, Yuming, Kintan Haura, Gebi Gabriella, Nadifha Salsa, Brenda, Tatamami telah menemani dan membantu penulis ketika menghadapi kesusahan, mendengarkan keluh kesah, menghibur serta memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Sahabat penulis Sevania Abigael dan Helga Aurellia mau mendengarkan keluh kesah, memberi dukungan, dan mendoakan dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
8. Responden yang telah berpartisipasi dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat

diharapkan oleh penulis agar dapat memperbaiki dalam penulisan berikutnya.

Semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 9 September 2020

Penulis



Beatriks Simtya Simpleks



MOTTO

Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apapun di bawah langit ada waktunya.

Pengkhotbah 3:1

**Engkau membertitahu kepadaku jalan kehidupan dihadapan-Mu ada
suka cita berlimpah-limpah di tangan kanan-Mu ada nikmat
senantiasa**

Mazmur 16 : 11

Dari Tuhan Datang Pertolongan

Mazmur 3:8

**PERALIHAN PENGGUNAAN ALAT PEMBAYARAN KONVESIONAL
KE DIGITAL PADA APLIKASI DANA**

Beatriks Simtya Simpleks

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya

Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh manfaat yang dirasakan dan kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA, mengidentifikasi sikap beralih ke aplikasi DANA dalam memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih, mengidentifikasi sikap beralih ke aplikasi DANA dalam memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih dan mengidentifikasi risiko yang dirasakan dalam memoderasi hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dengan niat beralih. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi DANA di Yogyakarta dan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 213 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji mediasi dan uji moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan manfaat yang dirasakan dan kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA. Sikap beralih ke aplikasi DANA belum mampu memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih, pengaruh langsung (*direct effect*) terhadap niat untuk beralih lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh sikap untuk beralih. Sikap beralih ke aplikasi DANA mampu memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih, hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) lebih besar dari pengaruh langsung kemudahan penggunaan terhadap niat untuk beralih ke aplikasi DANA. Variabel resiko yang dirasakan dapat memperkuat hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dengan niat beralih menggunakan aplikasi DANA

Kata kunci: aplikasi e money DANA, Manfaat, Kemudahan, Sikap, Resiko

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Teknologi Acceptance Model (TAM).....	8
2.1.2. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	9
2.1.3. Uang Elektronik (<i>e money</i>).....	10
2.1.4. Sistem Pembayaran.....	16
2.1.5. Perilaku Konsumen.....	17
2.1.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.1.7. Sikap Pengguna.....	21
2.1.8. Sikap Pengguna.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28

3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Obyek Penelitian	29
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4. Data yang digunakan	30
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6. Metode Pengukuran Data.....	32
3.7. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
3.8. Uji validitas	32
3.9. Uji Reliabilitas	33
3.10. Metode Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2. Analisis Karakteristik Demografis	40
4.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	40
4.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Penggunaan Aplikasi DANA	41
4.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas penggunaan Aplikasi DANA	42
4.2.5. Karakteristik Responden berdasarkan Transaksi yang digunakan pada Aplikasi DANA	43
4.3. Deskripsi Variabel.....	43
4.3.1. Manfaat yang dirasakan	44
4.3.2. Kemudahan penggunaan	45
4.3.3. Sikap beralih ke aplikasi DANA	46
4.3.4. Resiko yang dirasakan	47
4.3.5. Niat untuk beralih ke aplikasi DANA.....	48
4.4. Hasil Analisis	49
4.4.1. Pengaruh manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan terhadap sikap untuk beralih ke Aplikasi DANA (Hipotesis 1 dan Hipotesis 2).....	49

4.4.2.	Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap Niat Beralih Pengguna ke Aplikasi DANA dengan variabel Mediasi Sikap Beralih Pengguna ke Aplikasi DANA.....	52
4.4.3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beralih ke Aplikasi DANA dengan variabel Mediasi Sikap Beralih ke Aplikasi DANA	54
4.4.4.	Pengaruh Sikap Beralih terhadap Niat Beralih ke Aplikasi DANA dengan variabel Moderasi Resiko Penggunaan Aplikasi DANA	56
4.5.	Pembahasan.....	58
4.5.1.	Pengaruh manfaat yang dirasakan sikap untuk beralih ke aplikasi DANA	58
4.5.2.	Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap untuk beralih ke aplikasi DANA	59
4.5.3.	Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap Niat Beralih ke Aplikasi DANA dengan variabel Mediasi Sikap Beralih ke Aplikasi DANA	61
4.5.4.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beralih ke Aplikasi DANA dengan variabel Mediasi Sikap Beralih ke Aplikasi DANA	62
4.5.5.	Pengaruh Sikap Beralih terhadap Niat Beralih ke Aplikasi DANA dengan variabel Moderasi Resiko Penggunaan Aplikasi DANA	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Uji Validitas	33
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 3.3. Kategori <i>Skala</i>	35
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Manfaat yang Dirasakan	44
Tabel 4.2. Deskripsi Variabel Manfaat yang Dirasakan	45
Tabel 4.3. Deskripsi Variabel Sikap beralih ke aplikasi DANA	46
Tabel 4.4. Deskripsi Variabel Resiko yang Dirasakan	47
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel Niat Untuk Beralih ke Aplikasi DANA.....	48
Tabel 4.6. Pengaruh Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan terhadap sikap untuk beralih ke aplikasi DANA.....	50
Tabel 4.7. Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap niat untuk beralih ke aplikasi DANA yang dimediasi oleh sikap untuk beralih	52
Tabel 4.8. <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Manfaat yang dirasakan Terhadap Niat Untuk Beralih dimediasi oleh Sikap untuk beralih	53
Tabel 4.8. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap niat untuk beralih ke aplikasi DANA yang dimediasi oleh sikap untuk beralih	54
Tabel 4.9. <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Untuk Beralih dimediasi oleh Sikap untuk beralih	55
Tabel 4.10. Pengaruh Sikap Beralih terhadap Niat Untuk Beralih ke Aplikasi Dana dengan Resiko Penggunaan beralih sebagai variable Moderasi ...	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Dompot Digital Terpopuler (2018).....	3
Gambar 2.1 Modifikasi pertama TAM (Lai, 2017).....	9
Gambar 2.2 <i>Theory of Reason Acition</i>	9
Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen	19
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1. Bagam Hipotesis 1 dan Hipotesis 2.....	35
Gambar 3.2. Model Mediasi Tahap 1	36
Gambar 3.3. Model Mediasi Tahap 2 (Hipotesis 3b)	36
Gambar 3.3. Model Mediasi (Hipotesis 4).....	37
Gambar 4.1. Diagram Profil Jenis Kelamin Responden.....	40
Gambar 4.2. Diagram Profil berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4.3. Diagram Profil berdasarkan Penggunaan Aplikasi DANA	41
Gambar 4.4. Diagram Profil berdasarkan Intesitas penggunaan Aplikasi DANA	42
Gambar 4.5. Diagram Profil berdasarkan Transaksi yang digunakan pada Aplikasi DANA.....	43
Gambar 4.6. Analisis Jalur Tahap 1	51
Gambar 4.7. Analisis Jalur Hipotesis 3a.....	53
Gambar 4.8. Analisis Jalur Hipotesis 3b.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN I KUESIONER
2. LAMPURAN II DATA RESPONDEN
3. LAMPIRAN II DATA KUESIONER
4. LAMPURAN IV UJI VADILITAS DAN REABILITAS
5. LAMPIRAN V DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN
6. LAMPIRAN VI UJI REGRESI



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

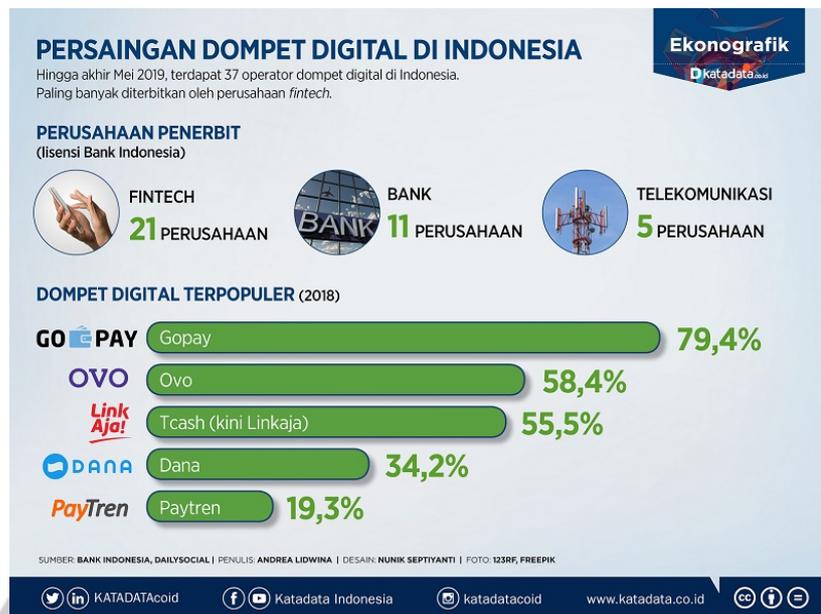
Salah satu perkembangan teknologi terbaru yang tercipta adalah penggunaan alat pembayaran yang dapat dilakukan melalui *smartphone* milik pribadi. Dengan perkembangan pesat teknologi internet dan *smartphone*, *mobile payment* telah digunakan oleh sebagian masyarakat. *Mobile payment* didefinisikan sebagai pembayaran untuk barang, jasa atau tagihan yang menggunakan *smartphone* dengan cara memanfaatkan teknologi komunikasi nirkabel dan lainnya (Nel dan Heyns, 2017). Berbagai jenis *mobile payment* memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran, mengirim uang dan mengelola uang mereka kapan saja dan dimana saja (Cao et al., 2018). Keuntungan dari penggunaan *mobile payment* bagi pengguna adalah menghilangnya kebutuhan untuk menggunakan uang tunai ketika melakukan pembayaran, yang menghasilkan kenyamanan dan kecepatan ketika membayar barang, jasa, atau tagihan (Nel dan Heyns, 2017).

Di masa yang semakin canggih ini, masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah untuk dilakukan. Ketergantungan masyarakat terhadap *smartphone* menjadi sebuah kesempatan bagi penyedia layanan *mobile payment* untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Kehadiran *mobile payment* merupakan solusi bagi masyarakat untuk mengatasi banyaknya waktu yang terbuang dalam melakukan proses pembayaran, seperti mengambil uang terlebih dahulu di ATM,

memecah nominal uang, mengembalikan uang dan lainnya. Efisiensi dan efektivitas dari tindakan ini menarik pengguna untuk menggunakannya.

Di negara berkembang ini aplikasi seluler menyediakan platform untuk menargetkan populasi yang lebih besar yang tidak memiliki rekening bank tetapi memiliki ponsel telepon (Cox, 2013). Layanan pembayaran seluler membawa berbagai inovasi teknologi dan memberikan beberapa penawaran kepada pengguna untuk lebih besar kenyamanan. *Mobile payment* ini salah satu ide inovatif scenario saat ini, dapat dilihat sebagai domper virtual, yang menyediakan satu fasilitas untuk melakukan pembayaran instan dan juga bertukar transaksi melalui smartphone dan agar lebih mudah mengakses keuangan serta menyediakan platform ke berbagai perbankan.

Munculnya *mobile payment* di Indonesia dipelopori oleh T-cash pada tahun 2007, kemudian pada tahun 2008 disusul oleh Dompetku yang berubah menjadi Paypro ditahun 2017. Sekitar 4 tahun layanan *mobile payment* hanya ada 2, yaitu T-cash dan Paypro. Layanan *mobile payment* bermunculan kembali pada tahun 2012 oleh XL Tunai dan CIMB Rekening Ponsel, pada tahun 2013 oleh BBM Money yang pada akhirnya tahun 2018 berubah menjadi DANA sebagai layanan *mobile payment*.



Gambar 1.1
 Dompet Digital Terpopuler (2018)
 Sumber: www.katadata.co.id, diakses pada 7 Oktober 2019

Berdasarkan data grafik yang didapat melalui www.katadata.co.id (gambar 1.1) menunjukkan bahwa GoPay berada pada penyedia layanan dengan pengguna tertinggi yaitu sekitar 79,4% pengguna, lalu penyedia layanan dengan pengguna tertinggi kedua dan ketiga oleh OVO dan Link Aja! sekitar 58,4% dan 55,5% pengguna. Walaupun demikian, dapat dilihat juga bahwa DANA memiliki pertumbuhan pengguna yang pesat mengingat bahwa DANA adalah layanan *mobile payment* yang muncul paling terakhir yaitu pada akhir Maret 2019 dan telah memiliki 1.000.000 pengguna aktif dalam jangka waktu 3,5 bulan.

Layanan yang diberikan dari *mobile payment* DANA yaitu layanan pembayaran digital dengan basis *open-platform*, membantu berkembang dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup yang lebih efisien. Dana dinilai mengadopsikan konsep dari Alipay yang merupakan pembayaran digital berbasis

open-platfrom yang berasal dari Cina. Dana melakukan strategi agar pertumbuhan semakin cepat dengan cara menyediakan *cashback* dan promo yang cukup besar seperti membeli tiket menonton di bioskop mendapatkan potongan harga sebesar 50%, membayar tagihan listrik lebih mudah dan efisien, jika transaksi yang dilakukan menggunakan DANA, dengan adanya peristiwa ini dapat menarik lebih pelanggan untuk berniat menggunakan aplikasi DANA. Saat ini, pengguna sudah dapat melakukan pengisian saldo melalui mobile banking, hal ini semakin mempermudah pengguna untuk dapat mengisi saldo DANA yang dimiliki.

Di samping adanya manfaat yang dihasilkan dari penggunaan *mobile payment*, terdapat hambatan bagi individu untuk menerimanya. Beberapa masyarakat merasa khawatir mengenai keamanan dan kepercayaan karena kegiatan ini melibatkan informasi dan privasi dari pengguna, seperti nomor kartu debit, nomor kartu identitas, dan informasi saldo di akun (Fan *et al.*, 2018). Tetapi (Fan *et al.*, 2018) telah melakukan penelitian dengan memosisikan ukuran keamanan dan budaya pembayaran sebagai penentu utama dari keamanan yang dirasakan dan kepercayaan yang bertujuan untuk menyelidiki bagaimana keamanan yang dirasakan dan kepercayaan mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan *mobile payment* di Cina dan Amerika Serikat. Namun pada penelitian yang telah dilakukan (Fan *et al.*, 2018) memiliki kelemahan yaitu responden yang dipilih adalah populasi muda yang berpendidikan saja sementara saat ini pengguna *mobile payment* semakin meningkat, sehingga pengguna *mobile payment* tidak hanya terbatas pada populasi muda yang berpendidikan saja.

Melihat kekurangan dari penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Fan *et al.*, 2018) maka penelitian ini menggunakan responden dari berbagai usia sehingga responden yang akan digunakan dalam penelitian tidak didominasi oleh mahasiswa saja. Oleh karena itu, responden yang digunakan dalam penelitian adalah pengguna Dana yang berada di Kota Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Adanya beberapa factor dalam melayani kebutuhan generasi, kepada penyedia ide inovatif dengan cepat akan memperluas pangsa pasar dalam persaingan dengan cara yang tradisional dengan menyediakan berbagai platform yang menarik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam lingkungan yang sangat aman. Pengadopsian cepat teknologi baru menjadi factor paling kompetitif di antara penyedia barang dan jasa dalam tujuan untuk melayani harapan pelanggan yang meningkat pesat, yang diperoleh dengan orientasi luas terhadap lingkungan yang memimpin teknologi. Dan peralihan ke konvensional ini sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Terlebih untuk aktivitas keseharian yang mengandalkan perangkat genggam sebagai alat transformasi (Liu *et al.*, 2015)

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA?

2. Apakah terdapat pengaruh kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA?
3. Apakah sikap beralih ke aplikasi DANA memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan nilai perilaku untuk beralih?
4. Apakah sikap beralih ke aplikasi DANA memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih?
5. Apakah risiko yang dirasakan memoderasi hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dengan niat beralih?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA
2. Mengidentifikasi pengaruh kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA
3. Mengidentifikasi sikap beralih ke aplikasi DANA dalam memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih
4. Mengidentifikasi sikap beralih ke aplikasi DANA dalam memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih
5. Mengidentifikasi risiko yang dirasakan dalam memoderasi hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dengan niat beralih

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif:

1. Praktisi:

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan kepada penyedia layanan DANA, sehingga penyedia layanan DANA memahami sikap pengguna mengenai pengguna *mobile payment* di Indonesia dan memahami bagaimana kepercayaan dan keamanan yang dirasakan oleh pengguna dapat berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap DANA.

2. Akademis:

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku pengguna digital payment.

1.5. Batasan Masalah

1. Responden yang akan dijadikan sebagai objek penelitian adalah pengguna yang sedang atau sudah pernah menggunakan aplikasi dana dan berada di Kota Yogyakarta
2. Variabel independent dalam penelitian ini adalah manfaat yang dirasakan dan kemudahan. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah niat perilaku untuk beralih aplikasi DANA.

BAB II

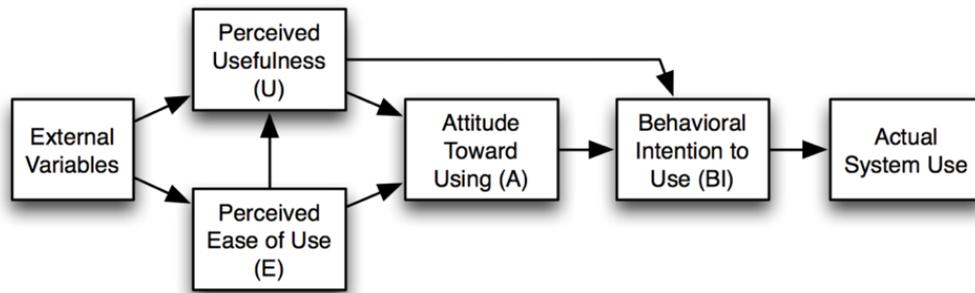
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teknologi Acceptance Model (TAM)

TAM adalah teori sistem informasi yang didesain guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi (Davis et al., 2013). TAM digunakan untuk melihat tingkat pengguna responden dalam menerima teknologi informasi. TAM menjelaskan bahwa ketika pengguna dihadirkan sebuah teknologi baru, dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, setelah itu pengguna akan memutuskan bagaimana dan kapan menggunakan teknologi tersebut (Davis et al., 2013). TAM berpendapat mengenai hubungan sebab-akibat-niat perilaku menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi terhadap pengguna potensial.

Pada model TAM, tingkat penerimaan penggunaan teknologi sistem informasi ditentukan oleh lima konsep yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi actual penggunaan sistem (*actual system usage*).

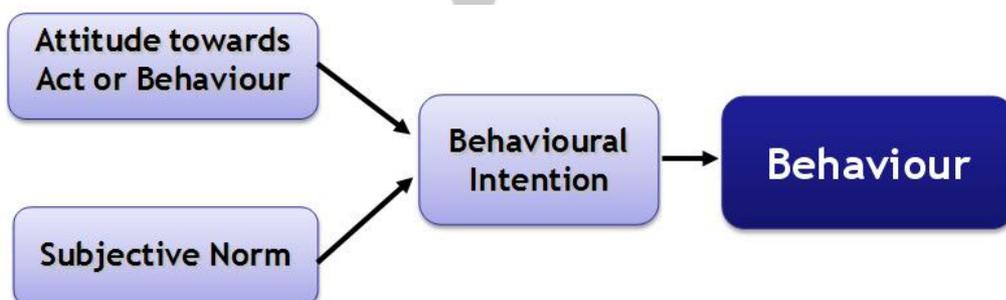


Gambar 2.1
Modifikasi pertama TAM (Lai, 2017)

Berdasarkan gambar grafik diatas, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sama-sama dipengaruhi oleh variable eksternal terkait dengan karakteristik suatu sistem yang dapat meningkatkan minat pengguna. Melihat dari sisi pengaruh terhadap sistem teknologi informasi maka model ini lebih berfokus pada factor persepsi kebermanfaatn (*perceived usefulness*) dan factor persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dalam penggunaan teknologi.

2.1.2. Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini telah di aplikasikan untuk menjelaskan perilaku terhadap adopsi teknologi. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*).



Gambar 2.2
Theory of Reason Action

1. *Attitudes toward a behavior* sebagai skema atau kerangka kerja mental yang membantu kita menginterpretasi dan memproses berbagai jenis informasi. Peneliti menindikasikan bahwa seseorang memandang informasi yang mendukung sikap kita sebagai informasi yang lebih akurat dan menyakinkan daripada informasi yang bertolak belakang dengan sikap tersebut walaupun kita tidak ingat informasi yang mendukung pandangan kita (Baron & Byrne, 2005).
2. *Subjective Norms* adalah dua pemikiran tentang penggunaan pengaruh atau ketika seseorang meniatkan suatu kegiatan atau tindakan. Secara umum riset telah menunjukkan bahwa *attitudes* adalah prediksi yang lebih/baik untuk membuat niatan suatu tindakan, daripada *subjective norms* (Ajzen, 2001).
3. *Behavioral Intention* adalah antiseden yang perlu dalam aksi dan hasil dari evaluasi seseorang tentang *attitudes* dan *subjective norms*. Semakin kuat *attitudes* dan *subjective norms* terhadap perilaku, semakin tinggi seseorang mewujudkan keinginan melakukan suatu tindakan (Ajzen, 2001).

2.1.3. Uang Elektronik (*e money*)

Uang adalah sesuatu yang dapat diterima sebagai alat Tukar (Samuelson dan Nordhaus, 2001). Uang merupakan inovasi besar dalam perekonomian dunia dan sulit digantikan dengan variable yang lainnya. Uang memiliki dua sisi yaitu sisi hukun dan sisi fungsi. Dari sisi hukun, uang itu sesuatu yang dirumuskan oleh undang-undang sebagai uang. Fungsi uang secara umum ada seperti berikut:

- a. Alat tukar menukar (*medium of exchange*)
- b. Satuan hitung (*unit of account*)
- c. Penimbunan kekayaan (*store of value*)

Uang elektronik muncul karena terjadinya pembelanjaan modern yang buka selama 24 jam karena itu dibutuhkanlah alat transaksi pembayaran modern yang dapat memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi yaitu menggunakan transaksi non tunai. Non tunai ini juga didukung dan di dorong oleh masyarakat agar mempermudah pola hidup masyarakat modern saat ini. Berkembangnya sistem perekonomian nasional ke perekonomian global ini membuat para masyarakat pada jaman sekarang cenderung tertarik dengan model transaksi *m-payment* yang mana tidak mengharuskan antara penjual dan pembeli untuk bertemu (Nindyo Pramoni, 2001).

Serfianto (2012) menjelaskan bahwa uang elektronik (*e money*) merupakan alat pembayaran yang memiliki unsur-unsur yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, serta nilai uang yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Lebih lanjut dijelaskan Serfianto (2012) bahwa *e money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran.

Uang elektronik tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di bank pada saat melakukan

pembayaran tidak dibebankan ke rekening nasabah di bank, karena itu uang elektronik merupakan produk diaman sejumlah nilai (*monetary value*) telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (*prepaid*) (Mintarsih., 2013). Dalam menggunakan uang elektronik lebih terjamin dibandingkan uang tunai jika dalam melakukan transaksi bernilai kecil dan juga mempengaruhi industri jasa keuangan dimasa depan dan mampu mengurangi barrier dalam mengakses industri jasa keuangan.

Menurut Peraturan Bank Indonesia 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, dijelaskan bahwa uang elektronik adalah instrument pembayaran yang memenuhi unsur seperti berikut:

- a. Nilai uang di simpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*
- b. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit:
- c. Nilai uang elektronik dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan:

- a. Media penyimpan Nilai Uang Elektronik berupa:
 - 1) *Server based* adalah uang elektronik dengan media penyimpanan berupa server.
 - 2) *Chip based* adalah uang elektronik dengan media penyimpanan berupa chip.
- b. Pencatatan data identitas

Berdasarkan lingkup penyelenggaranya, Uang Elektronik dibedakan menjadi:

- 1) *Closed loop* adalah uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang merupakan Penerbitan Uang elektronik tersebut
- 2) *Open loop* adalah uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrument pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau jasa yang bukan merupakan Penerbitan Elektronik tersebut.

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya diantaranya adalah sebagai berikut (Mintarsih, 2013):

- a. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e money*
- b. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *online*, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi *offline* maka biaya komunikasi dapat dikurangi
- c. *Electronic value* dapat diisi ulang ke dalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*.

Sementara itu beberapa keuntungan menggunakan *e-money* yaitu sebagai berikut.

- a. Kenyamanan konsumen, dengan fasilitas canggih yang dimiliki *e-money* konsumen tidak perlu membawa uang tunai untuk transaksi bernilai kecil
- b. Meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan adanya kode yang digunakan untuk mengunci *system* dalam kartu, memungkinkan pengguna untuk melakukan penguncian terhadap uang yang ada di *smart card*, jadi jika kartu hilang atau dicuri, orang lain tidak akan dapat menggunakan uang tersebut.
- c. Keuntungan bagi *issuer*, *system e-money* jauh lebih murah untuk beroperasi dari model pembayaran lainnya, yang merupakan keuntungan besar. Kewajiban untuk penerbit juga minim, yang mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan

Selain beberapa keuntungan yang telah disebutkan di atas, *e-money* juga memiliki fitur-fitur dalam kegiatan transaksinya yang dirasa lebih unggul dibandingkan dengan fitur-fitur yang ada pada *system* pembayaran non tunai lainnya, berikut merupakan fitur-fitur pada *e-money* (Mintarsih., 2013)

- a. *Transferability*, fitur yang memberikan batasan transaksi *e-money*. Dalam hal ini adalah *transfer* yang dilakukan secara *offline* oleh nasabah dari satu kartu ke kartu yang lainnya.
- b. Otorisasi *online*, otorisasi yang dilakukan adalah dimana *card issuer* melakukan proses validasi atas transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Hanya saja dengan adanya fitur ini, terdapat biaya tambahan biaya

komunikasi dan penambahan waktu dalam penyelesaian suatu transaksi.

Fitur ini diterapkan dalam pengisian ulang

- c. *Information collection*, penyelenggara melakukan *collect data* terhadap nasabah yang digunakan dalam pelacakan jika terjadi *fraud*
- d. Pengisian ulang, uang yang ada pada *smart card (e money)* hanya dapat digunakan sekali, jika dana telah habis maka tidak dapat digunakan lagi. Untuk mengatasi hal ini, nasabah dapat melakukan pengisian ulang dengan cara transfer dari rekening, pembayaran rekening atau dengan kartu kredit.
- e. *Single* atau *multiple applications*, *smart card* yang bertindak sebagai uang elektronik dapat ditambahkan aplikasi yang lain. Jadi *smart card* yang tadinya hanya difungsikan sebagai uang elektronik, juga dapat digunakan sebagai kartu kredit dan kartu debit. Selain itu juga dapat ditambahkan produk yang non pembayaran/*non payment*.

Transaksi yang terjadi pada *e-money* hanyalah antara kartu konsumen dengan terminal *merchant*, namun secara luas, transaksi yang terjadi dalam *e money* adalah sebagai berikut (Mintarsih., 2013).

- a. Penerbitan (*issuance*) dan pengisian nilai uang (*top up* atau *loading*)

Smart card yang diterbitkan oleh *issuer* dapat dilakukan pengisian ulang melalui ATM dan terminal-terminal yang ditentukan oleh *issuer*. Pengisian ulang dilakukan secara *online* namun juga dapat dilakukan secara *offline*

- b. *Transaksi pembayaran*

Prosedur yang dilakukan dalam pembayaran menggunakan *e-money* adalah sebagai berikut.

- 1) Nasabah meng*insert*/mengarahkan kartu ke terminal merchant
 - 2) Terminal *merchant* memeriksa kecukupan saldo *e-money* terhadap nominal yang harus dibayar
 - 3) Jika saldo pada kartu *e money* lebih besar dari nominal transaksi, terminal memerintahkan kartu untuk mengurangi saldo pada kartu sejumlah nominal transaksi
 - 4) Kartu milik konsumen kemudian memerintahkan terminal untuk menambah saldo pada terminal sebesar nominal transaksi
- c. Deposit, *Collection*
- 1) Deposit/*refund* pada beberapa produk, nasabah pemegang *e-money* dapat melakukan *refund* atau penyetoran kembali dana pada *e money* yang tidak terpakai/masih tersisa untuk didepositkan ke dalam rekeningnya
 - 2) *Collection*, proses *collection* biasanya dilakukan oleh *merchant* yaitu penyetoran *electronic value* yang diterima oleh *merchant* dari konsumen pada *issuer* untuk untun rekening *merchant*.

2.1.4. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain nya. Ada beberapa media yang digunakan untuk jadi alat pembayaran sederhana sampai pada penggunaan yang kompleks serta melibatkan berbagai lembaga dan atan mainnya. Bank Indonesia menerapkan wewenang untuk mengatur serta menjaga kelancaran sistem

pembayaran di Indonesia yang dituangkan di dalam Undang Undang Bank Indonesia.

Sistem pembayaran di Indonesia pada saat ini dapat berupa tunai dan non tunai. Sistem pembayaran non tunai disediakan oleh sistem perbankan yang berbasis cek *bilyet* giru, nota debit dan nota kredit dan kartu ATM, debit dan kredit. Sistem alat pembayaran nontunai ini semakin meningkat untuk digunakan karena banyaknya inovasi yang diciptakan oleh perbankan dan perusahaan selain perbankan seperti inovasi uang elektronik berbasis kartu dan berbasis *server* untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan sistem pembayaran tunai adalah mata uang yang berlaku di Indonesia yaitu Rupiah.

2.1.5. Perilaku Konsumen

Schiffman (2019) menjelaskan perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Kotler dan Kelller (2016) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

Menurut Tjiptono (2015) bahwa aspek-aspek tersebut terdiri dari siapa yang membeli produk atau jasa, apa yang dibeli, mengapa membeli produk atau jasa

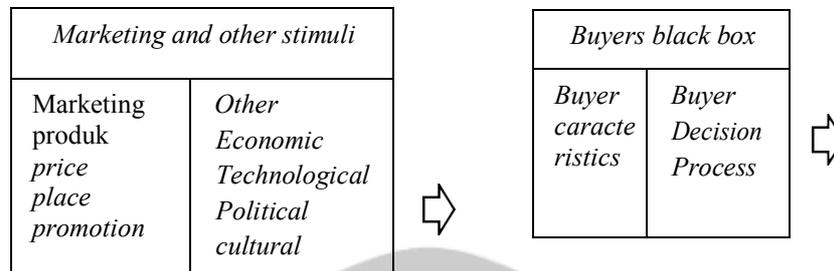
tersebut, kapan membeli, dimana membelinya, bagaimana proses keputusan pembeliannya dan berapa sering membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Setiadi (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Dari beberapa pengertian perilaku konsumen yang diberikan oleh para ahli pemasaran, maka dapat disimpulkan, yaitu sebagai berikut (Setiadi, 2013):

- 1) Perilaku konsumen menyoroti individu maupun kelompok
- 2) Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
- 3) Perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, siapa saja, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Selain itu juga terdapat variable-variabel yang tidak dapat diamati, seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif, dan apa yang dirasakan konsumen tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Sopiah dan Sangadji (2013) terdapat tiga dimensi model perilaku konsumen yaitu stimulus pemasaran dan stimulus lain, kotak hitam konsumen dan respon konsumen seperti digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen
Sumber : Sopiah dan Sangadji (2013)

Pada Gambar 2.3 dapat dijelaskan sebagai berikut (Sopiah dan Sangadji, 2013)

- 1) Stimulus Ganda (stimulus pemasaran dan stimulus lain) Stimulus yang dijalankan produsen atau pemasar, bisa berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), dan stimulus lain yang berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi, budaya yang dirancang oleh pemasar untuk memengaruhi dan memotivasi perilaku konsumen agar mau melakukan pembelian produk.
- 2) Kotak hitam konsumen Dimensi kedua dari model perilaku konsumen adalah kotak hitam konsumen, yang mencakup arakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumen. Contoh karakteristik konsumen adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, penghasilan, kelas sosial, budaya, dan sebagainya. Proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dengan dirasakannya beberapa masalah, yaitu kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan, pencarian informasi, pengevaluasian, pembuatan keputusan pembelian, dan diakhiri dengan tindakan pasca pembelian.

- 3) Respon konsumen Dimensi ketiga dari model perilaku konsumen adalah respons konsumen terhadap stimulus produsen/pemasar. Respons konsumen bisa berupa tindakan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan produsen atau pemasar.

2.1.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.

- 1) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.

- 2) Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif *homogeny* dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lain.

- 3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

- 4) Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal

dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.

2.1.7. Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan sebuah proses yang timbul akibat adanya sensasi yaitu aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembeirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya semua itu, persepsi dapat timbul.

Sopiah (2013) persepsi seseorang terhadap suatu objek akan berbeda-beda, oleh karena itu persepsi memiliki subjektif. Persepsi yang dibentuk seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansial dapat sangat berbeda dengan realitas.

Sopiah (2013) menjelaskan proses persepsi mencakup seleksi perseptual dan interpretasi perseptual

a. Seleksi perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologi yang dimiliki. Set psikologi merupakan berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen. Oleh karena itu, dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi adalah perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selective perception*).

b. Organisasi perseptual

Organisasi perseptual (*perceptual organization*) berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Prinsip-prinsip penting dalam integrasi persepsi adalah penutupan (*closure*), pengelompokan (*grouping*) dan konteks (*context*)

c. Interpretasi perseptual

Proses terakhir dari persepsi adalah pemberian interpretasi atas stimuli yang diterima konsumen. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pada masa lalu yang tersimpan dalam memori jangka panjang.

Wardhani (2015) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen adalah sebagai berikut.

d. Harga

Harga merupakan ukuran yang ditukarkan untuk dapat menggunakan suatu layanan jasa dengan menggunakan alat tukar berupa uang

e. Promosi

Promosi merupakan informasi bagi konsumen untuk mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen agar tertarik menggunakan jasa tersebut

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya, misalnya memberikan masker, jas hujan dan lain sebagainya

g. Citra pengembang

Citra pengembang merupakan hasil evaluasi diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak seseorang.

2.1.8. Sikap Pengguna

Sikap penggunaan teknologi TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang terbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap untuk beralih ke aplikasi *e money* didefinisikan oleh Davis sebagai perasaan *positif* atau *negative* dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan.

Kotler and Keller (2016) mengemukakan bahwa sikap merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak suka nya seseorang terhadap obyek atau ide. Tjini (2012) sikap beralih dalam penggunaan *e money* dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.

Davis (2013) sikap yang dipakai dalam TAM sebagai suatu tingkat penilaian terhadap dampak yang dialami oleh seseorang bila menggunakan suatu sistem tertentu dalam pekerjaannya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Kegunaannya untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sehingga dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan bagi peneliti.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

PENULIS DAN JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DITELITI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Kasthuri Subaramiam (2020) <i>The Impact of E Wallets for Current Generation</i>	-Penggunaan transaksi digital e wallet pada beda generasi -Dampak penggunaan pada generasi yang berbeda	Metode penelitian kuantitatif (survey). Pengumpulan data melalui survey online penyebaran kuesioner pada 333 konsumen muda. Skala likert 5 point, Regresi Berganda, uji mediasi & moderasi.	Penggunaan transaksi <i>digital e wallet</i> saat ini telah menjadi potensi besar di pasar <i>e commerce</i> . Semakin banyak pengguna yang menunjukkan preferensi transaksi digital daripada menggunakan transaksi tunai, namun dalam penggunaannya <i>e wallet</i> masih dievaluasi penggunaanya dimana pada beda generasi dampak tersebut dimaknai yang berbeda. Pada generasi lama terlihat bahwa lebih memilih transaksi tunai dibandingkan dengan transaksi <i>e money</i> .

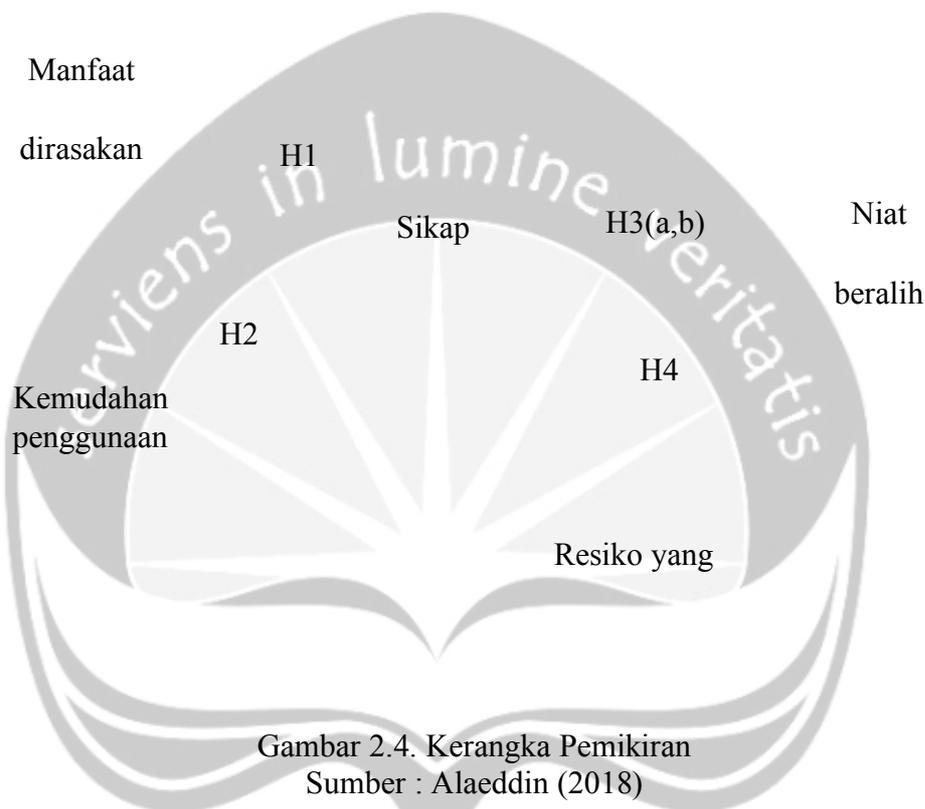
<p>Nurits Nadia Khafiyah (2019)</p> <p><i>Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi mahasiswa mengenai e money - Minat menggunakan OVO 	<p>Metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana.</p> <p>Penyebaran pada 73 konsumen dengan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi, Analisis regresi linier sederhana</p>	<p>Terdapat pengaruh antara persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO sebesar 15,8%. Minat menggunakan aplikasi OVO dipengaruhi signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi</p>
<p>Alaeddin (2018)</p> <p><i>From Physical to Digital: Investigating Consumer Behavior of Switching to Mobile Wallet</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Model TAM - Perilaku Konsumen - Kegunaan yang dirasakan - Kemudahan penggunaan - Resiko yang dirasakan 	<p>Mendemonstrasikan model yang diusulkan berdasarkan TAM dengan penambahan resiko yang dirasakan seperti yang dikatakan memiliki peran moderasi pada hubungan antara sikap dan niat untuk beralih ke dompet seluler</p> <p>Penyebaran kuisioner pada 140 konsumen, Skala likert 5 point, Regresi Berganda, uji mediasi & moderasi.</p>	<p>persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan merupakan faktor yang efektif dalam mempengaruhi peralihan perilaku konsumen</p>
<p>Anis Nurjanah (2020)</p> <p><i>Persepsi Penggunaan</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi penggunaan OVO 	<p>Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana, penyebaran</p>	<p>Persepsi manfaat, kemudahan, keamanan dan risiko mampu</p>

<p><i>OVO terhadap Minat dan Kepuasan di Kalangan Mahasiswa</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minat menggunakan OVO - Kepuasan Menggunakan OVO 	<p>kuesioner 212 kota di Indonesia.</p>	<p>berkaitan dengan kepuasan dalam menggunakan aplikasi OVO atau uang elektronik sedangkan dalam variabel intervening atau mediasi persepsi manfaat, kemudahan, keamanan dan risiko berkaitan dengan minat dalam menggunakan aplikasi OVO atau uang elektronik.</p>
<p>Nur Malia (2020)</p> <p><i>Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Aplikasi OVO Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi Kemudahan - Manfaat penggunaan aplikasi OVO - Kepuasan konsumen 	<p>Metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, Penyebaran kuesioner 127 konsumen di Palembang.</p>	<p>Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen</p>

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengacu pada penelitian Alaeddin, University Kuala

Lumpur, dimana dalam penelitiannya disusun kerangka penelitian yaitu mengetahui sikap dan niat konsumen berpindah dari transaksi pembayaran tunai ke transaksi pembayaran dengan aplikasi seluler dengan variable penelitian sebagaimana tergambar dalam kerangka pemikiran berikut.



Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran
Sumber : Alaeddin (2018)

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah digambarkan dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

Davis (2013) manfaat yang dirasakan merupakan tingkatan dimana *user* percaya bahwa dengan menggunakan teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Yang dimaksud dalam manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini adalah manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari aokujasu

DANA. Aplikasi DANA merupakan sebuah system yang dapat memberikan manfaat bagi pekerjaan pengguna dan dapat menimbulkan keinginan seseorang untuk beralih dari aplikasi sebelumnya ke aplikasi DANA, seseorang yang berasa bahwa aplikasi DANA memberikan manfaat bagi pekerjaannya akan memiliki keinginan untuk mau menggunakannya. Berdasarkan pengungkapan tersebut, peneliti ingin mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H1: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA

Davis et al (2013) menjelaskan bahwa kemudahan penjelasan merupakan suatu keyakinan seseorang bahwa teknologi mempermudah kehidupannya. Aplikasi DANA merupakan sebuah teknologi yang dapat mempermudah kehidupan pengguna dan dapat menimbulkan sikap untuk beralih dari menggunakan aplikasi sebelumnya. Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Alaeddin (2018) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan factor yang efektif dalam mempengaruhi peralihan perilaku konsumen. Berdasarkan pada pengungkapan tersebut, peneliti ingin mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H2: Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki efek positif pada sikap beralih ke aplikasi DANA

Davis (2013) menjelaskan bahwa sikap beralih dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan system yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dan pekerjaannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki sikap positif terhadap suatu teknologi maka akan berpengaruh terhadap niat perilaku

untuk beralih untuk mau menggunakan aplikasi. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, aplikasi DANA dapat menimbulkan sikap positif dari pengguna dan aplikasi DANA juga dapat mempengaruhi niat perilaku untuk beralih menggunakan aplikasi DANA, dengan demikian seseorang yang memiliki sikap positif terhadap aplikasi DANA akan memiliki niat perilaku untuk beralih ke aplikasi DANA. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H3a: Sikap beralih ke aplikasi DANA memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih.

Davis (2013) menjelaskan bahwa sikap beralih merupakan perasaan positif atau negative yang ditimbulkan seseorang jika harus melakukan perilaku. Sementara itu kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu system akan membuatnya terbebas dari usaha. Aplikasi DANA merupakan sebuah system yang mudah digunakan dan merupakan system yang terpercaya. Dengan demikian seseorang yang mudah dalam menggunakan aplikasi DANA akan memiliki kepercayaan atas aplikasi tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H3b: Sikap beralih ke aplikasi DANA memediasi hubungan antara Kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih.

Resiko merupakan fungsi subyektif konsumen terhadap besarnya konsekuensi yang merugikan dan kemungkinan bahwa konsekuensi-konsekuensi ini dapat timbul jika produknya diperoleh. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghidnari

keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh factor resiko. Hubungan resiko dengan sikap untuk beralih adalah semakin kecil resiko yang dirasakan terkait dengan transaksi menggunakan aplikasi DANA, maka semakin besar sikap untuk beralih ke aplikasi DANA. Berdasarkan pada penjelasan di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H4: Resiko yang dirasakan memoderasi hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dan niat untuk beralih.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 213 responden dalam penelitian ini sebagian besar responden adalah wanita, berdasarkan pekerjaan sebagian besar responden masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Berdasarkan intensitas penggunaan aplikasi DANA sebagian besar responden menggunakan aplikasi dana lebih dari empat kali dan dua kali dengan transaksi yang digunakan yaitu split bill.

Analisis deskripsi variabel penelitian disimpulkan bahwa rata-rata penilaian terhadap variable manfaat yang dirasakan dari aplikasi DANA adalah tinggi, variable kemudahan penggunaan dari aplikasi DANA sangat tinggi, variable sikap beralih ke aplikasi DANA sangat tinggi, variable resiko yang dirasakan sangat rendah dan variable niat beralih ke aplikasi DANA tinggi.

Hasil analisis uji hipotesis disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan manfaat yang dirasakan terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA, semakin pengguna aplikasi DANA merasakan manfaat yang baik maka sikap beralih ke aplikasi DANA akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya, jika manfaat yang dirasakan oleh pengguna kurang, maka akan semakin rendah sikap untuk beralih ke aplikasi DANA. Terdapat pengaruh

yang positif dan signifikan kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke aplikasi DANA, semakin konsumen mendapatkan kemudahan dalam penggunaan aplikasi maka semakin tinggi sikap beralih ke aplikasi DANA.

Sikap beralih ke aplikasi DANA belum mampu memediasi hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih, pengaruh langsung (*direct effect*) terhadap niat untuk beralih lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh sikap untuk beralih. Sikap beralih ke aplikasi DANA mampu memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk beralih, hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) lebih besar dari pengaruh langsung kemudahan penggunaan terhadap niat untuk beralih ke aplikasi DANA. Variabel resiko yang dirasakan dapat memperkuat hubungan antara sikap beralih ke aplikasi DANA dengan niat beralih menggunakan aplikasi DANA

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil Penelitian yang telah dilakukan memiliki implikasi bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan, sikap beralih, resiko mampu mempengaruhi niat perilaku peralihan ke aplikasi DANA sehingga apabila manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap beralih dan resiko yang dirasakan mengenai aplikasi DANA tersebut positif maka pengaruhnya akan positif pada niat perilaku peralihan ke aplikasi DANA sehingga dapat meningkatkan jumlah unduhan aplikasi DANA. Sebaliknya apabila manfaat

yang dirasakan, kemudahan, sikap beralih, resiko itu negative maka pengaruhnya akan negative pada niat perilaku peralihan ke aplikasi DANA sehingga tidak meningkatkan jumlah pengguna aplikasi DANA.

Implikasi manajerial pengguna DANA di Yogyakarta, untuk meningkatkan niat perilaku peralihan aplikasi DANA di Yogyakarta dengan melihat potensi yang ada dimana pengguna aplikasi DANA di Yogyakarta sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa maka untuk mengetahui preferensi konsumen yang berniat beralih ke aplikasi DANA dapat ditinjau dari Factor informasi manfaat yang dirasakan bagi pelajar/mahasiswa, kemudahan, sikap beralih dan resiko penggunaan.

5.3. Saran

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dalam rangka untuk mengetahui pengaruh lainnya karena dalam penelitian ini terbukti masih terbatas pada variable manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, sikap untuk beralih, resiko yang dirasakan sehingga nantinya hasil penelitian dapat lebih digeneralisasikan. Saran peneliti untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih jauh model ini dengan menambah variable lain yang masih erat hubungannya dengan niat beralih seperti kepercayaan dan kecepatan layanan aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 2001. *Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior*, Journal of Applied Social Psychology, 32 (4), 665-683
- Akdon & Riduwan. 2010. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska. Cet 2*. Alfabeta
- Baron, R.A. dan Byrne, D. 2005. *Psikologi sosial. Edisi kesepuluh: jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Cao, Y.C. and Sagynov, E. 2015. *Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment*. International Journal of Management & Information Systems – First Quarter.19(1). pp. 21-36
- Chox, Shao-I. 2013. *The relationship between life stress and smartphone addiction on taiwanese university student: A meditation model of learning self efficacy and social efficacy*. Computers in Human Behavior ,34, (2014) 49-57.
- Davis, F. D. 2013. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS.
- Fan, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. 2018. *User Acceptance of computer technology a comparison of two theoretical Model*.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15 Global Edition. Peason.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Lai, PC .2017. *The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology*, JISTEM - Journal of Information System and Technology Management, Vol. 14, No. 1, hlm. 21-38
- Liu J., Kauffman R.J., Ma D., 2015, *Competition, cooperation, and regulation: Understanding the evolution of the mobile payments technology ecosystem*, "Electronic Commerce Research and Applications", 14(5).

- Mintarsih. 2013. *Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,*” Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 29 No. 02.
- Nel, R., & Heyns, G. (2017). *Measuring commuters perceptions of service quality of selected public bus services in the city of Johannesburg.* Southern African Transport Conference, 388–401.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D, 2001, *Ilmi Makro Ekonomi.* Jakarta PT. Media Edukasi.
- Sciffman, Leon G dan Wienblit L. Joseph. 2019. *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa : Sangadji.* Jakarta: PT. Indeks.
- Serfianto, R. dkk. 2012. *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit & Uang Elektronik.* Jakarta: Visi Media
- Setiadi, J. Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi).* Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Sopiah, Sangaji, E.M. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: Andi
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Baridwan, Zaki. 2013. ”Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Volume 1 .Nomor 2.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4.* Yogyakarta: Andi
- Wardhani, W. Sumarwan, U dan Yulianti, L.N. 2015. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Procut.* Jurnal Manajemen dan Organisasi.



LAMPIRAN I

KUESIONER

KUESIONER
PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI DANA
DI YOGYAKARTA

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian skripsi program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaannya untuk membantu penelitian yang berjudul “Perilaku Pengguna Aplikasi DANA di Yogyakarta” ini dengan mengisi kuisisioner. Berikut kuisisioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Beatriks Simtya Simpleks

A. DATA RESPONDEN :

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia). Lingkari untuk jawaban pilihan saudara.

1. Nama :
2. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Lainnya
3. Menggunakan Aplikasi DANA?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Intensitas penggunaan aplikasi DANA
 - a. 2 kali
 - b. 3 kali
 - c. 4 kali
 - d. > 4 kali
5. Transaksi yang digunakan pada aplikasi Dana
 - a. Split Bill
 - b. Mobile Recharge money
 - c. Bayar parker
 - d. Transfer
 - e. Transfer to bank

B. VARIABEL PENELITIAN

1. Manfaat Yang Dirasakan

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Menggunakan aplikasi DANA akan meningkatkan kinerja saya dalam melakukan pembayaran					
2	Menggunakan aplikasi DANA akan meningkatkan produktivitas saya					
3	Menggunakan aplikasi dana akan meningkatkan pembayaran saya efektif					

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
4	Menurut saya aplikasi DANA berguna					
5	Aplikasi DANA memberi saya manfaat yang lebih besar atas semua transaksi pembayaran					

2. Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya merasa mudah mendapatkan aplikasi DANA untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan					
2	Aplikasi DANA mudah diingat dalam menggunakannya					
3	Saya dapat dengan mudah memahami aplikasi DANA					
4	Menurut saya aplikasi DANA berguna untuk aktivitas pembayaran					
5	Menurut saya saat ini lebih baik beralih transaksi konvensional ke aplikasi DANA					

3. Sikap Beralih ke Aplikasi Dana

No.	Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Menurut saya lebih baik segera beralih dari pembayaran konvensional ke aplikasi DANA					
2.	Aplikasi DANA merupakan aplikasi yang baik untuk pembayaran e money					
3.	Merupakan sikap yang bijaksana jika saya beralih ke aplikasi DANA					
4.	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi DANA					

4. Resiko yang dirasakan

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Kemungkinan terdapat kebocoran informasi saat menggunakan aplikasi DANA					
2	Kemungkinan terjadi kesalahan dalam proses pembayaran oleh aplikasi DANA					
3	Kemungkinan ada penipuan atau kehilangan uang saat menggunakan aplikasi DANA					
4	Kemungkinan ada akses ke data pribadi yang tidak diketahui saat menggunakan aplikasi DANA					
5	Ada kemungkinan aplikasi DANA tidak aman					

5. Niat Beralih ke Aplikasi Dana

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya akan beralih ke aplikasi DANA untuk kebutuhan pembayaran					
2	Beralih ke aplikasi DANA untuk kebutuhan pembahayan akan segera saya lakukan					
3	Saya akan dapat melakukan kemudahan pembayaran dengan aplikasi DANA					
4	Saya berharap dengan menggunakan aplikasi DANA memudahkan segala aktivitas pembayaran					
5	Saya merekomendasikan orang lain untuk beralih ke aplikasi DANA					



LAMPIRAN II
DATA RESPONDEN

No	Manfaat yang dirasakan					Rata2	Kemudahan penggunaan					Rata2	Sikap beralih				Rata2
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4.50
2	4	3	3	5	4	3.80	3	5	4	5	4	4.20	4	4	3	3	3.50
3	3	3	4	4	5	3.80	3	5	4	3	5	4.00	4	3	4	4	3.75
4	3	3	4	4	5	3.80	3	5	4	3	5	4.00	4	3	4	4	3.75
5	4	4	4	4	4	4.00	4	4	5	5	4	4.40	4	5	5	4	4.50
6	3	3	4	4	5	3.80	3	5	4	3	5	4.00	4	3	4	4	3.75
7	5	4	5	4	4	4.40	4	3	4	4	4	3.80	4	3	4	3	3.50
8	5	4	5	4	4	4.40	4	3	4	4	4	3.80	4	3	4	3	3.50
9	5	4	5	4	4	4.40	4	3	4	4	4	3.80	4	3	4	3	3.50
10	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
11	4	5	4	4	4	4.20	5	5	4	5	4	4.60	4	5	4	5	4.50
12	1	2	3	4	5	3.00	3	2	1	2	3	2.20	4	5	4	3	4.00
13	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
14	4	5	5	5	4	4.60	5	5	5	5	4	4.80	5	5	5	4	4.75
15	4	3	4	4	2	3.40	4	4	4	3	4	3.80	4	4	3	3	3.50
16	5	4	4	5	4	4.40	4	4	4	5	3	4.00	4	4	4	5	4.25
17	5	4	5	4	4	4.40	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
18	3	4	4	3	4	3.60	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
19	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75
20	3	4	4	3	2	3.20	2	3	4	3	3	3.00	3	4	3	3	3.25
21	4	5	4	5	5	4.60	5	5	5	5	4	4.80	5	4	5	5	4.75
22	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
23	5	5	5	5	4	4.80	5	5	5	5	5	5.00	4	5	5	5	4.75
24	2	2	2	4	5	3.00	4	3	4	4	2	3.40	5	1	3	2	2.75
25	4	4	3	5	3	3.80	5	4	5	5	3	4.40	5	4	3	2	3.50
26	4	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
27	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
28	4	4	5	5	5	4.60	4	5	5	5	4	4.60	5	5	4	4	4.50
29	5	3	3	5	5	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
30	4	5	4	5	5	4.60	5	5	5	5	4	4.80	5	4	5	5	4.75
31	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	3	4.50
32	4	5	5	5	5	4.80	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00
33	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	5	5	4.40	5	4	4	4	4.25
34	1	2	1	1	1	1.20	5	5	5	5	5	5.00	5	1	1	2	2.25
35	4	4	3	4	4	3.80	5	4	5	4	5	4.60	5	5	4	4	4.50
36	5	4	3	4	5	4.20	5	3	3	5	3	3.80	3	4	4	2	3.25
37	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75
38	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
39	4	4	4	5	5	4.40	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75
40	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75
41	4	4	5	4	4	4.20	5	5	5	4	4	4.60	4	4	4	4	4.00
42	3	5	4	3	3	3.60	4	4	4	3	3	3.60	4	4	4	2	3.50
43	5	5	4	4	5	4.60	5	5	5	4	4	4.60	4	5	5	4	4.50
44	4	4	4	5	4	4.20	4	5	5	5	5	4.80	4	5	5	5	4.75
45	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
46	3	3	3	3	3	3.00	3	3	4	3	3	3.20	3	3	3	3	3.00

47	4	5	5	4	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
48	3	3	4	5	3	3.60	5	5	4	2	4	4.00	4	5	3	4	4.00
49	3	4	5	3	4	3.80	3	3	5	4	4	3.80	4	2	4	4	3.50
50	3	3	3	3	3	3.00	3	3	4	3	4	3.40	3	3	3	3	3.00
51	3	4	5	4	3	3.80	5	5	5	5	4	4.80	5	4	4	4	4.25
52	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
53	3	3	4	3	4	3.40	5	3	4	4	3	3.80	4	4	3	3	3.50
54	3	5	4	4	4	4.00	3	1	4	5	4	3.40	3	3	5	4	3.75
55	4	4	3	5	4	4.00	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	3	4.50
56	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
57	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	5	4.60	4	5	5	4	4.50
58	4	4	5	4	5	4.40	5	4	5	5	5	4.80	5	5	4	5	4.75
59	4	4	3	4	4	3.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	3	4.50
60	4	2	5	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
61	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
62	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
63	2	2	4	5	3	3.20	3	3	4	5	4	3.80	2	4	4	3	3.25
64	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
65	3	5	4	4	4	4.00	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4.00
66	3	3	2	2	3	2.60	2	3	3	4	2	2.80	3	3	3	4	3.25
67	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
68	3	5	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
69	4	3	4	4	4	3.80	5	4	4	4	4	4.20	4	5	5	3	4.25
70	5	5	4	3	4	4.20	5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	5	4.50
71	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
72	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
73	4	5	4	3	4	4.00	4	3	4	4	4	3.80	3	3	3	3	3.00
74	4	5	4	4	5	4.40	5	4	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
75	5	5	5	4	4	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	5	4.75
76	4	4	4	4	5	4.20	4	5	5	5	4	4.60	5	4	5	5	4.75
77	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
78	5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
79	3	4	4	5	5	4.20	4	3	4	4	3	3.60	4	4	3	4	3.75
80	5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
81	4	3	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
82	3	4	4	5	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4.25
83	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	4	4	4	4.25
84	4	4	3	5	5	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	3	4.25
85	4	5	4	4	4	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75
86	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
87	5	4	5	4	4	4.40	5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	4	4.25
88	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	4	4	4.00
89	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
90	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	4	4	4	4.25
91	3	3	3	3	4	3.20	4	3	3	3	3	3.20	4	3	3	3	3.25
92	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	5	4.25
93	5	4	5	4	4	4.40	5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	4	4.25
94	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	4	4	4.00

95	4	2	3	3	5	3.40	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
96	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
97	4	4	3	3	4	3.60	4	4	4	5	5	4.40	4	4	4	3	3.75
98	4	2	3	3	5	3.40	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
99	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
100	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	5	4	4.20	5	4	4	4	4.25
101	4	4	3	4	4	3.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	3	4.50
102	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	5	4	4.20	5	4	4	4	4.25
103	4	3	4	4	4	3.80	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	3	4.50
104	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	5	4	4.20	5	4	4	4	4.25
105	3	4	4	5	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4.25
106	2	3	4	2	5	3.20	3	2	5	5	4	3.80	5	2	5	5	4.25
107	4	4	3	3	4	3.60	5	4	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
108	4	5	4	4	4	4.20	5	5	4	5	4	4.60	3	5	4	4	4.00
109	2	3	3	5	5	3.60	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	2	4.25
110	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
111	5	5	5	5	4	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	2	4.25
112	3	4	4	4	4	3.80	3	3	4	4	4	3.60	4	3	4	4	3.75
113	5	4	5	4	4	4.40	4	3	4	4	4	3.80	4	3	4	3	3.50
114	5	4	4	5	4	4.40	5	4	4	4	5	4.40	4	5	4	5	4.50
115	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	5	4.80	5	4	4	5	4.50
116	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
117	3	3	4	4	5	3.80	3	5	4	3	5	4.00	4	3	4	4	3.75
118	5	5	4	4	4	4.40	5	5	5	4	5	4.80	4	4	5	5	4.50
119	5	4	4	5	4	4.40	5	4	4	4	5	4.40	4	5	4	5	4.50
120	4	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4.20	4	4	5	5	4.50
121	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	4	5	4.50
122	4	5	5	4	4	4.40	4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	5	4.25
123	5	4	4	4	5	4.40	5	4	5	5	4	4.60	4	5	5	4	4.50
124	4	4	4	4	5	4.20	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4.25
125	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
126	3	4	5	4	3	3.80	4	3	5	3	5	4.00	4	5	4	4	4.25
127	5	4	5	4	5	4.60	5	5	5	4	4	4.60	4	5	4	5	4.50
128	4	5	4	5	4	4.40	4	5	5	4	4	4.40	5	4	5	4	4.50
129	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
130	4	5	4	3	5	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
131	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	4	4.40	5	5	4	4	4.50
132	1	3	4	5	5	3.60	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	2	3.50
133	5	4	5	4	4	4.40	5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	4	4.25
134	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	4	4	4.00
135	4	4	4	3	3	3.60	5	5	5	5	4	4.80	4	4	4	4	4.00
136	3	3	3	3	3	3.00	5	3	3	3	3	3.40	3	3	3	3	3.00
137	2	2	2	2	2	2.00	4	3	3	3	3	3.20	3	2	2	2	2.25
138	3	4	5	5	5	4.40	3	3	3	3	4	3.20	5	5	4	5	4.75
139	3	4	5	4	3	3.80	4	3	5	3	5	4.00	4	5	4	4	4.25
140	4	4	4	3	3	3.60	5	5	5	5	4	4.80	4	4	4	4	4.00
141	4	5	4	5	4	4.40	4	5	5	4	4	4.40	5	4	5	4	4.50
142	4	5	4	4	4	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75

143	4	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4.20	4	4	5	5	4.50
144	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	4	5	4.80	5	4	4	5	4.50
145	4	5	4	3	5	4.20	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
146	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
147	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	4	4.40	5	5	4	4	4.50
148	4	5	4	4	5	4.40	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	4	4.25
149	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4.25
150	5	4	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00	4	4	5	5	4.50
151	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	3	3	3.60	5	3	4	5	4.25
152	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	3	3	3.60	5	3	4	5	4.25
153	4	4	4	5	4	4.20	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
154	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
155	3	4	4	5	4	4.00	4	5	4	4	4	4.20	5	4	4	4	4.25
156	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
157	4	3	4	4	4	3.80	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
158	3	4	3	4	4	3.60	3	5	3	5	5	4.20	4	4	4	4	4.00
159	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
160	5	5	3	4	4	4.20	5	4	4	4	4	4.20	4	4	5	4	4.25
161	4	3	5	3	4	3.80	4	3	5	3	4	3.80	4	3	3	5	3.75
162	4	3	5	3	4	3.80	4	3	5	3	4	3.80	4	3	3	5	3.75
163	5	4	4	4	5	4.40	5	5	5	4	5	4.80	5	4	5	5	4.75
164	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00
165	3	4	3	4	4	3.60	3	5	3	5	5	4.20	4	4	4	4	4.00
166	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
167	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
168	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
169	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	4	5	4.50
170	5	5	5	4	4	4.60	5	4	5	4	5	4.60	5	4	5	5	4.75
171	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
172	5	4	4	4	5	4.40	4	5	4	4	4	4.20	4	5	5	5	4.75
173	3	3	3	3	4	3.20	4	3	5	3	3	3.60	4	3	4	3	3.50
174	3	4	4	4	4	3.80	5	4	5	4	5	4.60	4	4	4	4	4.00
175	3	3	3	3	3	3.00	3	3	4	3	3	3.20	3	3	3	3	3.00
176	4	5	5	4	4	4.40	5	5	4	4	4	4.40	5	5	5	5	5.00
177	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
178	4	5	5	5	4	4.60	4	5	5	5	4	4.60	5	5	5	4	4.75
179	4	5	2	4	4	3.80	4	4	4	3	5	4.00	4	4	3	4	3.75
180	5	5	5	5	4	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
181	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
182	5	4	5	4	3	4.20	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
183	4	5	4	4	5	4.40	4	5	5	4	4	4.40	4	4	4	4	4.00
184	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
185	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
186	4	5	4	5	4	4.40	4	5	3	4	4	4.00	5	4	4	5	4.50
187	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
188	4	5	4	4	4	4.20	5	4	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
189	5	5	4	5	4	4.60	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
190	4	3	5	4	3	3.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00

191	4	5	4	5	4	4.40	3	4	4	4	3	3.60	3	4	3	3	3.25
192	4	5	4	5	4	4.40	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
193	5	4	4	5	4	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	5	4	4	4.50
194	4	5	4	3	4	4.00	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	5	4.50
195	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	5	4.60	4	5	5	4	4.50
196	4	5	4	4	5	4.40	4	5	4	4	3	4.00	5	4	3	4	4.00
197	4	5	4	4	4	4.20	5	4	3	4	5	4.20	4	5	4	4	4.25
198	4	5	5	4	5	4.60	4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	4	4.00
199	3	5	4	5	5	4.40	4	5	4	4	5	4.40	4	5	4	5	4.50
200	4	4	4	5	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	5	4.50
201	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	5	4.60	4	4	4	4	4.00
202	2	4	4	3	2	3.00	3	3	3	3	3	3.00	4	3	4	3	3.50
203	3	3	3	3	3	3.00	5	3	3	3	3	3.40	3	3	3	3	3.00
204	5	5	5	5	4	4.80	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
205	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	5	4.60	4	4	4	4	4.00
206	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
207	3	4	4	4	4	3.80	5	4	5	4	5	4.60	4	4	4	4	4.00
208	4	5	4	5	4	4.40	3	4	4	4	3	3.60	3	4	3	3	3.25
209	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	4	4.40	5	5	4	4	4.50
210	4	5	4	5	4	4.40	3	4	4	4	3	3.60	3	4	3	3	3.25
211	5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4.50
212	4	5	4	5	4	4.40	3	4	4	4	3	3.60	3	4	3	3	3.25
213	5	5	4	5	4	4.60	5	5	4	4	4	4.40	5	5	4	4	4.50



Resiko yang dirasakan					Rata2	Niat perilaku					Rata2
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
4	4	4	4	5	4.20	4	3	4	5	4	4.00
4	3	4	3	5	3.80	4	4	3	4	4	3.80
5	5	4	4	5	4.60	4	5	4	4	5	4.40
5	5	4	4	5	4.60	4	5	4	4	5	4.40
5	5	5	5	4	4.80	4	4	5	5	5	4.60
5	5	4	4	5	4.60	4	5	4	4	5	4.40
4	3	3	3	4	3.40	4	3	3	4	3	3.40
4	3	3	3	4	3.40	4	3	3	4	3	3.40
4	3	3	3	4	3.40	4	3	3	4	3	3.40
5	5	5	5	5	5.00	5	3	5	3	1	3.40
4	5	5	5	5	4.80	4	4	4	4	3	3.80
2	1	2	3	4	2.40	5	4	3	2	1	3.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	4	5	5	5	4.80	5	5	5	5	4	4.80
3	3	3	4	3	3.20	3	4	4	3	3	3.40
4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
4	3	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	4	4	4.40	4	5	4	5	5	4.60
4	4	3	3	4	3.60	3	2	3	4	2	2.80
5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	4	5	4.40
4	4	4	4	5	4.20	4	4	5	4	5	4.40
4	5	5	5	5	4.80	5	4	4	4	5	4.40
4	5	4	4	4	4.20	3	3	3	2	1	2.40
3	3	4	5	4	3.80	3	5	3	4	4	3.80
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
4	5	4	5	4	4.40	5	4	5	4	4	4.40
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	4	5	4.40
5	5	5	5	4	4.80	5	5	4	4	5	4.60
3	3	5	5	5	4.20	5	5	5	5	5	5.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	5	1	5	1	3.40	1	2	1	1	1	1.20
4	3	4	5	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80
5	2	3	4	4	3.60	3	4	3	3	3	3.20
5	4	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	5	5	4.80	5	5	4	5	4	4.60
4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00
4	5	5	5	4	4.60	3	4	3	4	3	3.40
3	4	4	4	2	3.40	2	4	3	3	3	3.00
4	5	5	5	5	4.80	4	4	5	4	5	4.40
5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	4	5	4.60
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00

5	5	5	5	5	5.00	4	5	4	4	5	4.40
2	3	4	4	5	3.60	3	3	4	4	3	3.40
4	3	3	4	4	3.60	5	4	4	4	4	4.20
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
5	4	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
3	4	4	4	2	3.40	4	3	3	3	4	3.40
1	3	3	3	5	3.00	4	5	3	5	4	4.20
5	5	5	4	4	4.60	4	5	5	5	5	4.80
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	5	4	4.60	4	5	5	4	4	4.40
5	4	5	5	5	4.80	4	4	5	5	5	4.60
4	4	5	5	5	4.60	3	4	4	4	3	3.60
4	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5	5	5.00
5	3	4	4	4	4.00	4	4	4	4	5	4.20
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
4	5	5	5	3	4.40	5	3	1	4	2	3.00
5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	4.60
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
2	2	4	3	3	2.80	3	3	3	3	3	3.00
4	4	4	5	5	4.40	4	4	4	4	4	4.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
4	5	5	5	4	4.60	4	4	4	4	4	4.00
5	3	4	4	4	4.00	4	5	4	5	5	4.60
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	3	5	5	5	4.60	5	5	3	5	5	4.60
3	4	3	4	3	3.40	4	4	4	4	4	4.00
4	5	5	4	4	4.40	4	4	5	4	4	4.20
3	4	5	5	4	4.20	5	5	5	5	5	5.00
5	4	4	4	4	4.20	5	4	5	4	3	4.20
4	4	4	5	5	4.40	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	3	4	4	5	4.20	3	4	2	4	4	3.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	5	5	4.80	4	4	4	5	5	4.40
4	5	5	4	5	4.60	4	5	3	5	4	4.20
5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
3	2	4	4	4	3.40	4	3	4	3	3	3.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	5	5	4.80	4	4	4	5	5	4.40
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
3	2	4	4	4	3.40	4	3	4	3	3	3.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00

5	5	5	5	5	5.00	4	3	3	4	4	3.60
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
3	4	4	4	4	3.80	3	3	4	4	3	3.40
5	5	5	5	5	5.00	4	3	3	4	4	3.60
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	5	4	4	4	4.20	3	4	3	4	4	3.60
4	4	5	5	5	4.60	3	4	4	4	3	3.60
4	5	4	4	4	4.20	3	4	3	4	4	3.60
4	3	5	4	4	4.00	3	4	3	4	4	3.60
4	5	4	4	4	4.20	3	4	3	4	4	3.60
4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
5	5	4	5	3	4.40	5	4	2	3	2	3.20
4	4	4	4	3	3.80	4	4	3	3	3	3.40
4	4	4	4	4	4.00	4	3	4	4	4	3.80
5	5	5	5	5	5.00	5	5	2	3	3	3.60
5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	4.60
5	4	4	5	5	4.60	4	5	5	5	5	4.80
5	4	4	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00
4	3	3	3	4	3.40	4	3	3	4	3	3.40
4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20
4	5	5	4	5	4.60	4	4	4	4	5	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	5	4	4	5	4.60	4	5	4	4	5	4.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	5	5	4	4.60
4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20
4	4	5	5	5	4.60	4	4	5	4	4	4.20
4	5	4	4	5	4.40	4	5	4	5	4	4.40
4	5	5	4	5	4.60	5	5	4	5	4	4.60
4	4	4	5	5	4.40	5	5	5	4	4	4.60
4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00
5	4	4	5	5	4.60	4	5	5	4	5	4.60
4	4	4	5	4	4.20	4	5	5	4	5	4.60
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	5	5	4	3	4.20	3	3	3	5	3	3.40
4	5	4	5	5	4.60	3	5	5	5	4	4.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	2	4	4	3.60
3	2	4	4	4	3.40	4	3	4	3	3	3.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	4	4.00	4	3	3	4	3	3.40
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
2	3	3	3	2	2.60	2	2	2	2	2	2.00
5	5	4	4	4	4.40	4	3	3	5	4	3.80
4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00
4	4	4	4	4	4.00	4	3	3	4	3	3.40
4	4	4	5	4	4.20	4	5	5	4	5	4.60
5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00

4	4	5	5	5	4.60	4	4	5	4	4	4.20
4	5	5	4	5	4.60	4	4	4	4	5	4.20
4	5	5	4	3	4.20	3	3	3	5	3	3.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	5	4	5	5	4.60	3	5	5	5	4	4.40
4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	5	4.20
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
4	5	5	4	4	4.40	4	5	5	4	4	4.40
3	5	4	4	5	4.20	4	4	4	4	5	4.20
3	5	4	4	5	4.20	4	4	4	4	5	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	4	4	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
5	4	3	3	5	4.00	5	5	4	4	3	4.20
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
4	4	4	5	3	4.00	5	5	4	4	5	4.60
4	4	5	4	3	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	4	5	4	3	4.00	4	4	4	4	4	4.00
4	5	4	4	5	4.40	5	4	5	4	3	4.20
5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
5	4	3	3	5	4.00	5	5	4	4	3	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	5	4	4	5	4.40	4	5	4	5	4	4.40
5	4	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
5	5	5	5	5	5.00	5	4	5	3	5	4.40
4	3	5	5	4	4.20	4	4	4	5	4	4.20
4	4	4	5	4	4.20	4	4	5	4	4	4.20
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
4	5	4	4	4	4.20	4	3	4	4	4	3.80
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
5	5	5	4	5	4.80	5	4	5	4	5	4.60
4	4	4	3	5	4.00	5	5	5	5	4	4.80
5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	5	4.20
5	4	4	4	3	4.00	4	3	4	3	4	3.60
4	4	5	5	4	4.40	4	5	5	4	5	4.60
4	3	5	3	5	4.00	5	4	4	4	4	4.20
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
4	4	4	5	4	4.20	4	5	4	4	4	4.20
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
4	3	5	5	4	4.20	4	5	4	4	4	4.20
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	5	5	4.40

4	3	4	3	3	3.40	3	4	3	3	4	3.40
4	4	4	5	4	4.20	5	4	4	4	4	4.20
5	4	4	5	4	4.40	5	4	4	4	4	4.20
4	4	4	5	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20
4	4	5	4	4	4.20	5	4	5	4	4	4.40
5	4	5	4	4	4.40	5	4	5	4	4	4.40
4	4	5	5	4	4.40	5	4	5	4	5	4.60
4	4	5	5	4	4.40	4	4	4	4	5	4.20
4	5	4	5	4	4.40	5	5	5	4	5	4.80
5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	4	4.20
4	5	4	4	4	4.20	5	4	5	4	5	4.60
3	3	3	3	3	3.00	4	2	4	4	3	3.40
3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	5	4.20
4	5	4	4	4	4.20	5	4	5	4	5	4.60
5	5	5	5	5	5.00	5	3	5	3	1	3.40
4	4	4	5	4	4.20	4	4	5	4	4	4.20
4	3	4	3	3	3.40	3	4	3	3	4	3.40
4	5	4	5	5	4.60	3	5	5	5	4	4.40
4	3	4	3	3	3.40	3	4	3	3	4	3.40
5	4	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4	4.40
4	3	4	3	3	3.40	3	4	3	3	4	3.40
4	5	4	5	5	4.60	3	5	5	5	4	4.40



LAMPIRAN IV

UJI VADILITAS DAN REABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	213	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	213	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.8216	4.977	.572	.720
X1.2	16.5822	5.009	.584	.716
X1.3	16.6620	5.395	.550	.728
X1.4	16.5305	5.184	.575	.719
X1.5	16.5962	5.798	.438	.763

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	213	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	213	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.3474	4.841	.595	.767
X2.2	17.2864	4.488	.614	.762
X2.3	17.2676	5.140	.572	.775
X2.4	17.2911	4.905	.562	.777
X2.5	17.3991	4.882	.619	.760

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	213	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	213	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1.1	12.5587	3.351	.527	.715
Z1.2	12.7934	3.042	.529	.714
Z1.3	12.7371	2.912	.669	.636
Z1.4	12.8967	3.008	.505	.730

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	213	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	213	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1.1	17.1033	5.046	.591	.753
M1.2	17.2207	4.994	.548	.769
M1.3	17.0469	5.083	.632	.741
M1.4	17.0469	5.281	.593	.754
M1.5	17.0469	5.158	.534	.772

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	213	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	213	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.4836	6.883	.545	.834
Y1.2	16.3662	6.271	.675	.801
Y1.3	16.5352	6.090	.667	.802
Y1.4	16.4178	6.471	.672	.802
Y1.5	16.5070	5.770	.678	.801



LAMPIRAN V
DESKRIPSI VARIABEL

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	213	1.00	5.00	3.9765	.83237
X1.2	213	2.00	5.00	4.2160	.81283
X1.3	213	1.00	5.00	4.1362	.73025
X1.4	213	1.00	5.00	4.2676	.77016
X1.5	213	1.00	5.00	4.2019	.70817
X_1	213	1.20	5.00	4.1596	.55835
Valid N (listwise)	213				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	213	2.00	5.00	4.3005	.71629
X2.2	213	1.00	5.00	4.3615	.80436
X2.3	213	1.00	5.00	4.3803	.64500
X2.4	213	2.00	5.00	4.3568	.72321
X2.5	213	2.00	5.00	4.2488	.68616
X_2	213	2.20	5.00	4.3296	.53774
Valid N (listwise)	213				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z1.1	213	2.00	5.00	4.4366	.66017
Z1.2	213	1.00	5.00	4.2019	.77191
Z1.3	213	1.00	5.00	4.2582	.71638
Z1.4	213	2.00	5.00	4.0986	.80368
Z_1	213	2.25	5.00	4.2488	.56243
Valid N (listwise)	213				

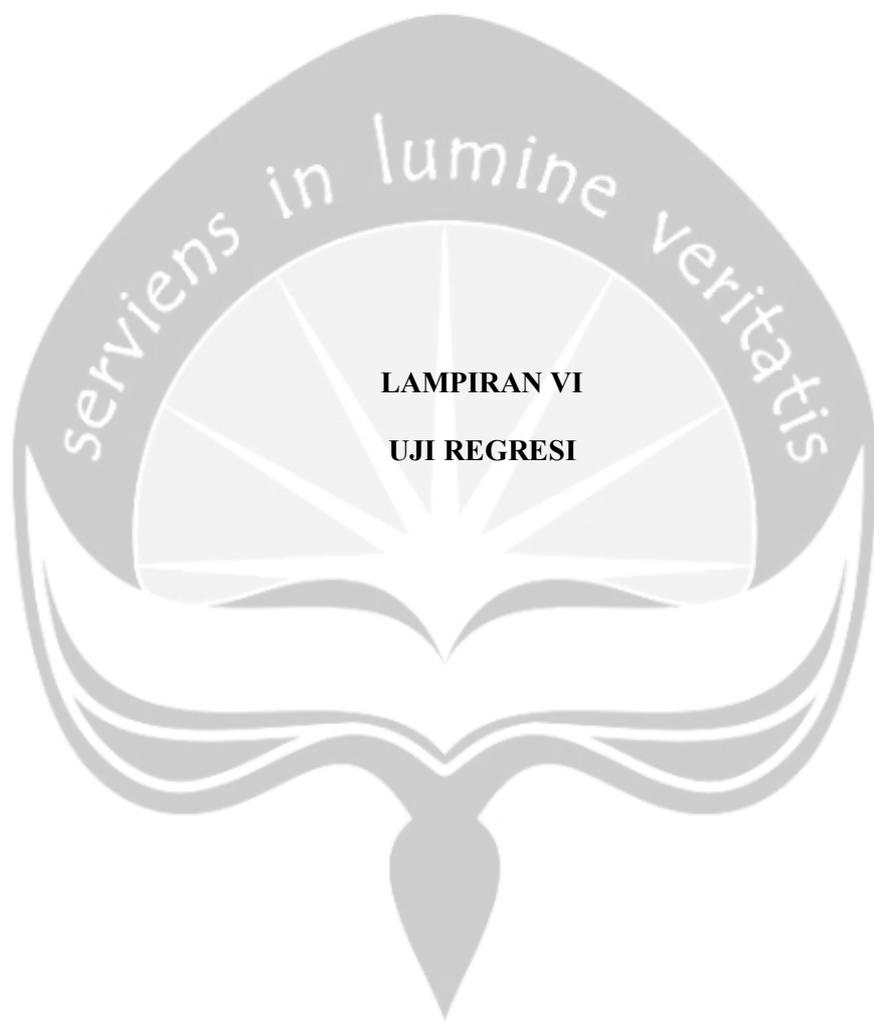
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z2.1	213	1.00	5.00	4.2629	.75008
Z2.2	213	1.00	5.00	4.1455	.80238
Z2.3	213	1.00	5.00	4.3192	.70808
Z2.4	213	3.00	5.00	4.3192	.68091
Z2.5	213	1.00	5.00	4.3192	.76569
Z_2	213	2.40	5.00	4.2732	.55140
Valid N (listwise)	213				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	213	1.00	5.00	4.0939	.72072
Y1.2	213	2.00	5.00	4.2113	.76938
Y1.3	213	1.00	5.00	4.0423	.82020
Y1.4	213	1.00	5.00	4.1596	.72220
Y1.5	213	1.00	5.00	4.0704	.89005
Y_1	213	1.20	5.00	4.1155	.61521
Valid N (listwise)	213				





LAMPIRAN VI

UJI REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan penggunaan, Manfaat yang dirasakan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Sikap beralih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.668	.32413

- a. Predictors: (Constant), Kemudahan penggunaan, Manfaat yang dirasakan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.999	2	22.499	214.152	.000 ^a
	Residual	22.063	210	.105		
	Total	67.062	212			

- a. Predictors: (Constant), Kemudahan penggunaan, Manfaat yang dirasakan
b. Dependent Variable: Sikap beralih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.211	.197		1.073	.284
	Manfaat yang dirasakan	.437	.049	.434	9.011	.000
	Kemudahan penggunaan	.513	.050	.490	10.174	.000

- a. Dependent Variable: Sikap beralih

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap beralih, Manfaat yang dirasakan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.555	.41034

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih, Manfaat yang dirasakan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.879	2	22.440	133.270	.000 ^a
	Residual	35.359	210	.168		
	Total	80.239	212			

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih, Manfaat yang dirasakan
 b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.387	.230		1.680	.094
	Manfaat yang dirasakan	.453	.072	.411	6.288	.000
	Sikap beralih	.434	.071	.397	6.074	.000

- a. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap beralih, Kemudahan penggunaan ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.471	.44729

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih, Kemudahan penggunaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.225	2	19.113	95.532	.000 ^a
	Residual	42.014	210	.200		
	Total	80.239	212			

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih, Kemudahan penggunaan
 b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.895	.260		3.443	.001
	Kemudahan penggunaan	.010	.085	.009	.117	.907
	Sikap beralih	.748	.081	.684	9.250	.000

- a. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap beralih ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.474	.44624

a. Predictors: (Constant), Sikap beralih

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.222	1	38.222	191.947	.000 ^a
	Residual	42.016	211	.199		
	Total	80.239	212			

a. Predictors: (Constant), Sikap beralih

b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.908	.234		3.887	.000
	Sikap beralih	.755	.054	.690	13.855	.000

a. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap beralih*resiko yang dirasakan, ^a Resiko yang dirasakan, Sikap beralih	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.556	.549	.41303

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih*resiko yang dirasakan, Resiko yang dirasakan, Sikap beralih

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.586	3	14.862	87.120	.000 ^a
	Residual	35.653	209	.171		
	Total	80.239	212			

- a. Predictors: (Constant), Sikap beralih*resiko yang dirasakan, Resiko yang dirasakan, Sikap beralih
b. Dependent Variable: Niat untuk beralih

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.628	1.255		-2.093	.038
	Sikap beralih	1.167	.321	1.067	3.630	.000
	Resiko yang dirasakan	1.240	.321	1.111	3.866	.000
	Sikap beralih*resiko yang dirasakan	-.191	.077	-1.330	-2.493	.013

- a. Dependent Variable: Niat untuk beralih



