

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini, akan membahas tentang kesimpulan akhir dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait faktor – faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam penggunaan dompet digital. Faktor – faktor yang berkaitan dengan niat konsumen dalam penggunaan dompet digital yaitu persepsi keamanan, persepsi kompatibilitas, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, norma subjektif dan sikap dalam penggunaan dompet digital. Hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan yang akan ditimbulkan dari persepsi keamanan, persepsi kompatibilitas, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, norma subjektif terhadap sikap dalam penggunaan dompet digital serta bagaimana pengaruh dan hubungan yang ditimbulkan dari sikap dalam penggunaan dompet digital terhadap niat dalam penggunaan dompet digital, khususnya untuk memahami reaksi kosumen terkait layanan dompet digital yang ada di Indonesia. Selain itu, dalam bab ini juga akan memberikan saran yang bermanfaat bagi penyedia layanan dompet digital yang ada di Indonesia, serta dapat menunjang penelitian yang lebih baik lagi di masa yang akan datang terkait layanan dompet digital.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini dan telah dianalisis pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif Karakteristik Responden**

- a) Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan dompet digital Indonesia (Shopee-Pay, Go-Pay, OVO, Dana, LinkAja, dll) , rentang usia 15 – 29 tahun, domisili pulau Jawa Indonesia.
- b) Total responden sebanyak 196 orang, 134 responden dengan jenis kelamin perempuan, sisanya 62 responden laki – laki.

- c) Sebagian besar responden berusia 20 – 24 tahun dengan jumlah 162 responden atau 83% dari total responden.
- d) Sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan terakhir S1 dengan jumlah 103 responden atau 52,5% dari total responden.
- e) Sebagian besar responden tinggal atau menetap di Daerah Khusus Ibukota Jakarta dengan jumlah 52 responden atau 26% dari total responden.
- f) Sebagian besar responden paling sering menggunakan ShopeePay dengan jumlah 69 responden atau 35% dari total responden.

### **5.1.2 Kesimpulan Analisis Verifikatif Structural Equation Modeling / Partial Least Square**

- a) Persepsi keamanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 1 terkait “persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital” **diterima**. Persepsi keamanan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan dompet digital, dikarenakan persepsi keamanan merupakan faktor yang dapat mencerminkan sikap konsumen apakah layanan dompet digital aman atau tidak untuk digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran. Konsumen akan menggunakan layanan dompet digital yang dapat memberikan jaminan keamanan terkait transaksi pembayaran atau data diri konsumen.
- b) Persepsi kompatibilitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 2 terkait “persepsi kompatibilitas memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital” **diterima**. Persepsi kompatibilitas berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan dompet digital, dikarenakan konsumen cenderung menggunakan layanan dompet digital apabila cocok dengan gaya hidup mereka.

- c) Persepsi kegunaan dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 3 terkait “persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital” **diterima**. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan dompet digital, dikarenakan dengan menggunakan dompet digital dapat membantu konsumen dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaan mereka seperti transaksi pembayaran dapat dilakukan dimana saja dan waktu yang digunakan untuk transaksi lebih efisien. Konsumen cenderung akan menggunakan dompet digital apabila sudah mengetahui apa saja kegunaan dari dompet digital.
- d) Persepsi kemudahan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 4 terkait “persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital” **ditolak**. Hal ini dapat terjadi karena dompet digital merupakan teknologi yang masih baru di Indonesia sehingga minimnya pengetahuan konsumen terkait kemudahan dalam menggunakan dompet digital. Konsumen yang paham akan teknologi akan mudah menggunakan dompet digital, namun konsumen lainnya akan tetap merasa kesulitan pada saat menggunakan teknologi baru.
- e) Norma subjektif dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 5 terkait “norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital” **ditolak**. Hal ini dapat terjadi karena setiap dompet digital di Indonesia memiliki kegunaannya masing-masing, sehingga konsumen menggunakan dompet digital tersebut sesuai dengan kebutuhannya.
- f) Sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap niat konsumen dalam penggunaan dompet digital. Maka dari itu Hipotesis 6 terkait “sikap konsumen

dalam penggunaan dompet digital memiliki pengaruh positif terhadap niat konsumen dalam penggunaan dompet digital” **diterima**. Sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap niat konsumen dalam penggunaan dompet digital, dikarenakan ketika konsumen memiliki pengalaman yang baik terkait penggunaan dompet digital maka akan meningkatkan keinginan konsumen dalam menggunakan dompet digital secara keberlanjutan.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, ditemukan adanya 3 faktor yang dapat mempengaruhi niat konsumen dalam penggunaan dompet digital di Indonesia, yaitu persepsi keamanan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi kegunaan. Dengan mengetahui faktor – faktor tersebut, maka akan membantu penyedia layanan dompet digital Indonesia untuk dapat merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, agar dapat mengembangkan sikap positif konsumen terhadap niat konsumen dalam menggunakan dompet digital.

Dari hasil penelitian yang diperoleh, ditemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap sikap dalam penggunaan dompet digital di Indonesia, khususnya pada segmen kalangan anak muda dan dewasa. Oleh karena itu penting bagi penyedia layanan dompet digital yang ada di Indonesia dapat memastikan atau memberikan jaminan keamanan kepada konsumen bahwa layanan dompet digital aman untuk digunakan sebagai alat pembayaran non tunai. Penyedia layanan dompet digital harus memberikan pemahaman terkait keamanan transaksi penggunaan dompet digital kepada konsumen, melalui promosi berupa iklan atau kampanye *online*. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk menggunakan dompet digital. Penting bagi konsumen untuk merasa aman dalam menggunakan teknologi baru, agar dapat meminimalkan kekhawatiran mereka dalam transaksi menggunakan dompet digital. Tanpa perlindungan keamanan yang tepat maka pelanggan akan khawatir terhadap penggunaan dompet digital dan mengurangi niat dalam penggunaan.

Persepsi kompatibilitas memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan dompet digital dalam pengembangan fitur, semakin menyesuaikan antara fitur layanan dengan kebutuhan, pilihan, gaya hidup, dan situasi konsumen pada saat ini seperti penyedia layanan dompet digital dapat membuat gratis biaya pengisian saldo sesuai dengan kebutuhan konsumen, penyedia layanan dompet digital juga dapat memanfaatkan kekhawatiran konsumen akan penggunaan uang tunai saat ini terkait pandemi covid-19 dengan menggunakan iklan sosial media atau iklan TV untuk mengajak konsumen menggunakan dompet digital karna dompet digital merupakan solusi yang tepat untuk mengurangi penularan covid – 19. Semakin selaras antara fitur dompet digital dengan gaya hidup konsumen, akan semakin tinggi niat konsumen untuk menggunakan dompet digital.

Persepsi kegunaan juga memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan dompet digital untuk semakin meningkatkan kegunaan layanan dompet digital itu sendiri dengan cara memperluas kerjasama dengan toko offline secara merata. Salah satu masalah terbesar dompet digital yaitu aksesibilitas, konsumen bergantung pada toko dan negara mana saja yang dapat menerima pembayaran dompet digital. Pada saat berbelanja, konsumen tidak dapat bebas menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran (AIA, 2020). Peningkatan kegunaan lainnya yaitu pengisian saldo kartu *e-toll* seperti *flash BCA* agar konsumen dapat melakukan pengisian saldo apabila saat terjebak didalam *toll*. Maka penyedia layanan dompet digital perlu memerhatikan hal tersebut agar dompet digital benar – benar dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Terlepas dari hasil penelitian yang diperoleh, penelitian ini juga tidak dapat dilepaskan dari keterbatasan dan kelemahan. Berikut ini merupakan keterbatasan yang

terdapat dalam penelitian ini untuk dapat dijadikan masukan pada penelitian di masa yang akan datang agar penelitian lebih baik lagi:

- a) Dalam penelitian ini, penulis hanya fokus pada responden yang berdomisili di Pulau Jawa Indonesia dan rentang usia 15 – 29 tahun sehingga sulit untuk menggeneralisasi hasil yang diperoleh dari semua kalangan pengguna dompet digital di Indonesia.
- b) Dalam penelitian ini, penulis paling banyak menyebarkan kuesioner *online* melalui grup angkatan dari berbagai kampus yang ada di Pulau Jawa Indonesia, sehingga responden terbanyak pun dari kalangan mahasiswa yang masih ada di bangku perkuliahan atau baru saja lulus dengan rentang usia 18 – 23 tahun. Penelitian ini memiliki keterbatasan untuk melakukan penyebaran ke siswa/siswi SMA atau ke responden dengan usia 25 – 29 tahun sehingga jumlah responden pun tidak seimbang.

#### **5.4 Saran**

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian di masa depan yaitu penelitian di masa depan diharapkan dapat mengeksplorasi dalam mengambil sampel yang lebih beragam yang tidak hanya terbatas di Pulau Jawa Indonesia dan rentang usia yang tidak hanya dari kalangan muda, misalnya penelitian dilakukan kepada responden dari seluruh pulau yang ada di Indonesia dengan rentang umur lebih dewasa. Hasil penelitian di masa depan diharapkan memperoleh lebih banyak responden, sehingga hasil yang diperoleh lebih signifikan dan dapat lebih menggambarkan secara mendalam sikap konsumen dalam penggunaan dompet digital terhadap niat konsumen dalam penggunaan dompet digital yang ada di Indonesia. Diharapkan pada penelitian di masa depan dapat mengumpulkan responden dari berbagai kalangan dan tidak hanya terbatas pada lingkungan peneliti saja misalnya responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, D3, D4, S1, S2 dan mencakup semua usia yang sudah ditentukan sehingga jumlah responden yang diperoleh dapat seimbang, hasil dari penelitian tersebut dapat lebih menggeneralisasi semua kalangan yang ada di Indonesia dan hasil responden yang

diperoleh pun lebih signifikan. Berdasarkan pada saran yang telah diuraikan, diharapkan penelitian di masa yang akan datang terkait penggunaan dompet digital dapat terus berkembang dan semakin bermanfaat bagi perusahaan dompet digital yang ada di Indonesia untuk dapat menentukan dan mengembangkan strategi yang tepat dalam melayani konsumen lebih baik lagi.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Duasa, J., & Omar, M. A. (2011). Factors influence depositors' withdrawal behavior in Islamic banks: a theory of reasoned action. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 5(12), 1813–1818. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1329256>
- Abner, M. (2020). Effects of social media, electronic word-of-mouth, and price on U.S. female consumers' attitude toward purchase and purchase intention of ethical apparel. *Journal of Management*, 81(3-B), No Pagination Specified-No Pagination Specified.
- Acelian, R. M. (2021). Analysis of Sales Promotion , Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(1).
- Afriani, A. L., & Sujono, F. K. (2019). The Use of Mobile Wallet Services Apps in Urban Living. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 365(Icsgs 2018), 99–103. <https://doi.org/10.2991/icsgs-18.2019.14>
- Agrebi, S., & Jallais, J. (2015). Explain the intention to use smartphones for mobile shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 16–23. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.09.003>
- Ahmad, K., Khan, M. I., & Jan, M. T. (2010). Online Banking Acceptance In Malaysia A Students' Behaviour Perspective. *Mmr*, 45(2), 1.
- AIA. (2020). *E-WALLETS, CONVENIENT OR COMPLICATED?* AIA.Com. <https://www.aia.com.my/en/what-matters/finance/e-wallets-convenient-or-complicated.html>
- Aite, G. (2016). *The evolution of digital wallets and mobile payments*. *AUGUST*, 1–24. <https://www.paymentscardsandmobile.com/the-evolution-of-digital-wallets-and-mobile-payments/>
- Akhalumeh, P. B., & Friday, O. (2012). Nigeria's Cashless Economy: The Imperatives. *International Journal of Management & Business Studies*, 2(2), 31–36.



- Akroush, M. N., & Al-Debei, M. M. (2015). An integrated model of factors affecting consumer attitudes towards online shopping. *Business Process Management Journal*, 21(6), 1353–1376. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2015-0022>
- Al-amri, R., Jamaludin, R., Maarop, N., & Samy, ganthan narayana. (2017). CORRELATION ANALYSIS BETWEEN FACTORS INFLUENCING THE USAGE INTENTION OF NFC MOBILE WALLET PAYMENT. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 10(November), 512–522. <https://doi.org/10.4314/jfas.v10i2s.18>
- Anisyah Al Faqir, A. P. S. (2021). *Transaksi Keuangan Digital Diprediksi Terus Meningkat*. Merdeka.Com.
- Aprilia, R. (2020). *Tren Cashless Society Buat Mahasiswa Boros*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/temali/tren-cashless-society-buat-mahasiswa-boros-1sf5A47pgRJ>
- Aseng, A. C. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Payment Services. *CogITo Smart Journal*, 6(2), 155. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.260.155-166>
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions Towards Mobile Payment Services: an Empirical Analysis in Pakistan. *Trziste = Market*, 29(2), 161–176. [https://search.proquest.com/docview/1982188427?accountid=14744%0Ahttps://cbuaus.primo.exlibrisgroup.com/discovery/openurl?institution=34CBUA\\_US&vid=34CBUA\\_US:VU1&lang=es?url\\_ver=Z39.88-2004&rft\\_val\\_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:](https://search.proquest.com/docview/1982188427?accountid=14744%0Ahttps://cbuaus.primo.exlibrisgroup.com/discovery/openurl?institution=34CBUA_US&vid=34CBUA_US:VU1&lang=es?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:)
- Balapour, A., & Sabherwal, R. (2017). Usability of apps and websites: A meta-regression study. *AMCIS 2017 - America's Conference on Information Systems: A Tradition of Innovation, 2017-Augus*(August 2017).
- Bansal, G. (2017). Distinguishing between privacy and security concerns: An empirical examination and scale validation. *Journal of Computer Information Systems*, 57(4), 330–343. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1232981>

- Bapat, D. (2012). Customer relationship for electronic payment products: An empirical investigation in India. *Global Business Review*, 13(1), 137–151. <https://doi.org/10.1177/097215091101300109>
- Bauer, H. H., Reichardt, T., Barnes, S. J., & Marcus, M. N. (2005). Driving Consumer Acceptance of Location-Based Services in Mobile Applications: A Theoretical Framework and an Empirical Study. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 181–192.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Bhattacharjee, A. (2000). Acceptance of e-Commerce Services: The Case of Electronic Brokerages. *Systems, Man and Cybernetics, Part A: IEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics*, 30(4), 411–420.
- Cermati. (2019a). *Link Aja*. Cermati.Com. <https://www.cermati.com/e-money/linkaja#:~:text=LinkAja adalah sebuah layanan uang,nontunai dengan mudah dan praktis.&text=Saldo dan akun TCASH Anda,LinkAja dan siap untuk digunakan>.
- Cermati. (2019b). *OVO*. Cermati.Com. [https://www.cermati.com/e-money/ovo#:~:text=OVO adalah sebuah aplikasi smart,secara online \(OVO Cash\).&text=Secara umum%2C OVO Cash dapat,dengan OVO menjadi lebih cepat](https://www.cermati.com/e-money/ovo#:~:text=OVO adalah sebuah aplikasi smart,secara online (OVO Cash).&text=Secara umum%2C OVO Cash dapat,dengan OVO menjadi lebih cepat).
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). Role of Mediator in Examining the Influence of Antecedents of Mobile Wallet Adoption on Attitude and Intention. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0972150920924506>
- Chellappa, R. K. (2002). Consumers ' Trust in Electronic Commerce Transactions : The Role of Perceived Privacy and Perceived Security. *Thesis*, 1–38.
- Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). An introduction to a permutation based procedure for multi-group PLS analysis: Results of tests of differences on simulated data and a cross cultural analysis of the sourcing of information system services between Germany and the USA. In *Handbook of partial least squares* (pp. 171-193).

Springer, Berlin, Heidelberg.

- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15. [www.ijmas.org](http://www.ijmas.org)
- Dana. (2018). *Apa Pun Transaksinya Selalu Ada Dana*. Dana.Id. <https://www.dana.id/>
- Danurdoro, K., & Wulandari, D. (2016). The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 17–22. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p017>
- Dastan, I., & Gurler, C. (2016). Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Systems : An Empirical Analysis. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.5195/emaj.2016.92>
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). CONSISTENT PARTIAL LEAST SQUARES PATH MODELING1. *MIS Quarterly*, 30(3), 611–642.
- Eligijus Sakalauskas, Jonas Muleravicius, I. T. (2017). Computational Resources for Mobile E-Wallet System with Observers. *Journal of Technology*, 1–14.
- Elmorshidy, A., Mostafa, M. M., El-Moughrabi, I., & Al-Mezen, H. (2015). Factors influencing live customer support chat services: An empirical investigation in Kuwait. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 10(3), 63–76. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762015000300006>
- Falk, T., Kunz, W. H., Schepers, J. J. L., & Mrozek, A. J. (2016). How mobile payment influences the overall store price image. *Journal of Business Research*, 69(7), 2417–2423. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.011>
- Ferdinand, A. (2006). Structural equation modeling (SEM) in management research. Master of management program at Diponegoro University.
- Fu, J. R., Farn, C. K., & Chao, W. P. (2006). Acceptance of electronic tax filing: A study of taxpayer intentions. *Information and Management*, 43(1), 109–126. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.04.001>
- Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and*

- Computer Applications*, 103, 262–273. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares; Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0. *Semarang: Badan Penerbit Undip.*
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.
- Gitau, L., & Nzuki, D. (2014). Analysis of Determinants of M-Commerce Adoption by Online Consumers. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(3), 88–94.
- Gojek. (2019). *What is Gopay?* Gojek.Com. <https://www.gojek.com/help/gopay/apaitu-go-pay/#:~:text=GoPay adalah uang elektronik yang,dan keuangan melalui aplikasi Gojek.>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2006). Multivariate data analysis 6th edition prentice hall. *New Jersey.*
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.10008574>
- Hardgrave, B. C., Davis, F. D., & Riemenschneider, C. K. (2003). Investigating determinants of software developers' intentions to follow methodologies. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 123–151. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045751>
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *Yogyakarta: Andi.*
- Hasan, I. (2001). Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif). Jakarta: PT. Bumi Aksara 2005. *Pokok-pokok materi statistik, 2.*
- Hayashi, F., & Bradford, T. (2014). Mobile payments: merchants' perspectives i.

- paymentenvironment and mobile payment technologies. *Journal of Financial Planning and Management*, 33–58.  
<https://www.kansascityfed.org/XdNVZ/publicat/econrev/pdf/14q2Hayashi-Bradford.pdf>
- Hou, A. C. Y. (2015). Switching Motivations on Instant Messaging: A Study Based on Two Factor Theory Avus. *Communications in Computer and Information Science*, 540, 94–105. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-48319-0>
- Hsu, C. L., & Lin, J. C. C. (2016). Effect of perceived value and social influences on mobile app stickiness and in-app purchase intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 108, 42–53. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.012>
- Hussein Sabil, A. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.
- Iman, N. (2018). Is mobile payment still relevant in the fintech era? *Electronic Commerce Research and Applications*, 30(May), 72–82.  
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.009>
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2,(11), 995–1007.  
<https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.11.7>
- Intan, G. (2020). *Survei Ipsos: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Dompot Digital*. Voaindonesia.Com. <https://www.voaindonesia.com/a/survei-ipsos-masyarakat-indonesia-makin-gemar-dompot-digital/5247850.html>
- Jakpat. (2021). *INDONESIA DIGITAL WALLET TREND 2020*. Jakpat.Net.  
<https://blog.jakpat.net/indonesia-digital-wallet-2nd-semester-of-2020-jakpat-survey-report/>
- Jamaliah, W., Jusoh, W., & Adewale, A. A. (2016). Journal of Internet Banking and Commerce SMES IN YEMEN : USING AN EXTENSION OF THE. *Internet Banking and Commerce*, 21(November).

- Jiwasiddi, A., Adhikara, C., Adam, M., & Triana, I. (2019). Attitude toward using Fintech among Millennials. *Journal of Management*, January. <https://doi.org/10.4108/eai.26-1-2019.2283199>
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., & Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.035>
- Kapoor, K. K., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). Examining the role of three sets of innovation attributes for determining adoption of the interbank mobile payment service. *Information Systems Frontiers*, 17(5), 1039–1056. <https://doi.org/10.1007/s10796-014-9484-7>
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102091>
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15 Global Edition. Peason.
- Lasafta, D. I. (2021). *Galakkan Cashless Society di Indonesia sejak 2014, penggunaan pembayaran digital meningkat*. Bisnika.Com. <https://bisnika.hops.id/galakkan-cashless-society-di-indonesia-sejak-2014-penggunaan-pembayaran-digital-meningkat/>
- Laywilla, E., Kartar Singh, J. S., & Yin Fah, B. C. (2020). Drivers of Intention to Adopt



- Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11).  
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8061>
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Lujja, S., Omar Mohammad, M., & Hassan, R. (2016). Modelling public behavioral intention to adopt Islamic banking in Uganda: The theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(4), 583–600. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-08-2015-0092>
- Mafabi, S., Nasiima, S., Muhimbise, E. M., Kasekende, F., & Nakiyonga, C. (2017). The mediation role of intention in knowledge sharing behavior. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 47(2), 172–193.  
<https://doi.org/10.1108/VJIKMS-02-2016-0008>
- Makanyeza, C. (2017). Determinants of consumers' intention to adopt mobile banking services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 997–1017. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0099>
- Malau, anne rumondang. (2020). ANALISA PRODUK, PROMOSI DAN PROSES TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN PLATFORM KREDIT ONLINE. *Journal of Economics and Business*, 01(02), 76–88.
- Malik, akmal nashren abd, & Annuar, sharifah nurafizah syed. (2019). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust and perceived risk toward E-wallet usage. *INSIGHT JOURNAL*, 68–70.
- Marimuthu, M., & Roseline, A. (2020). A Study On Consumer Perception Towards E-Wallet. *Our Heritage*, 68(17), 283-288.
- Mokhtar, S. A., Katan, H., & Hidayat-ur-Rehman, I. (2018). Instructors' behavioural intention to use Learning Management system: An integrated TAM perspective.



- TEM Journal*, 7(3), 513–525. <https://doi.org/10.18421/TEM73-07>
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- Nugroho, B. A. F. (2016). Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia Menggunakan E-Wallet. *Journal of Information System and Technology Management*. [https://www.academia.edu/download/55239722/Mekanisme\\_Pemungutan\\_Pajak\\_Pertambahan\\_Nilai\\_untuk\\_E-Commerce\\_di\\_Indonesia\\_Menggunakan\\_E-Wallet.pdf](https://www.academia.edu/download/55239722/Mekanisme_Pemungutan_Pajak_Pertambahan_Nilai_untuk_E-Commerce_di_Indonesia_Menggunakan_E-Wallet.pdf)
- Nysveen, H., Pedersen, P. E., & Thorbjørnsen, H. (2005). Intentions to use mobile services: Antecedents and cross-service comparisons. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(3), 330–346. <https://doi.org/10.1177/0092070305276149>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Osakwe, C. N., & Okeke, T. C. (2016). Facilitating mCommerce growth in Nigeria through mMoney usage: A preliminary analysis. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11(May), 115–139. <https://doi.org/10.28945/3456>
- Oztruk, ahmet bulent, Bilgihan, A., Esfahani, saba salehi, & Hua, N. (2017). Understanding the mobile payment technology acceptance based on valence theory: a case of restaurant transactions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 1–5.
- Pham, T. T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments. *Technology in Society*, 43, 159–172. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2015.05.004>

- Prawirasasra, K. P. (2018). Financial technology in Indonesia: disruptive or collaborative? *Reports on Economics and Finance*, 4(2), 83–90. <https://doi.org/10.12988/ref.2018.818>
- Ramdani, W. R., Valentine, A., Ramanidya, S., Fatma, S., Maulana, B. A., & Puspa, T. (2019). Review Literatur Sikap Dan Kepuasan Pada Trijurnal Online Lembaga Penelitian Universitas Trisakti. *JURNAL PENELITIAN DAN KARYA ILMIAH LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS TRISAKTI*, 4(1), 25-32.
- Ramzan, S., & Khan, I. M. (2010). Dimension reduction and remedy of multicollinearity using latent variable regression methods. *World Applied Science Journal*, 8(4), 404-410.
- Report, M. (2021). *Indonesia FinTech Report 2021 - By Medici*. Gomedici.Com.
- Rofiah, S., & Setiyadi, D. (2020). Pemilihan FinTech Payment untuk Mahasiswa menggunakan Fuzzy Technique For Order Preference by Similarity of Ideal Solution. *Bina Insani Ict Journal*, 7(1), 13–22.
- Sagayarani, D. (2018). Digital Payments in India 2018-2019. *ISOR Journal of Business Management(ISOR-JBM)*, 28–33. [https://upipayments.co.in/digital-payment/#What\\_is\\_Digital\\_Payment](https://upipayments.co.in/digital-payment/#What_is_Digital_Payment)
- Salah Uddin, M., & Yesmin Akhi, A. (2014). E-Wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216–219. <https://doi.org/10.7763/ijmo.2014.v4.376>
- Salas, G. (2016). Essays on equality of opportunity and public policy. *Journal of Economics and Business*.
- Sarwono, Sarlito W. 2009. Pengantar Psikologi Umum. Rajawali Pers: Depok Sinar Grafika.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Schwartz, W. (2019). Descriptive Psychology and the Person Concept. *Descriptive*

- Psychology and the Person Concept, January*. <https://doi.org/10.1016/c2017-0-00372-5>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). "Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6". Jakarta: Salemba Empat.
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Shin, D. H. (2010). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428–438. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.05.001>
- Shopee. (2018). *Apakah yang dimaksud dengan ShopeePay?* Shopee.Co.Id. <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>
- Shukla, S., & Malhotra, C. (2017). Digital Payments in India. *Journal of Business and Management*, vol. 9, pp. 28-33.
- Soman, D. (2001). Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior : The Role of Rehearsal and EVALUATION OF A TRANSACTION. *Journal of Consumer Research*, 27(March), 460–474.
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). Modeling customers' intention to use e-wallet in a developing nation: Extending UTAUT2 with security, privacy and savings. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 18(1), 89–114. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020010105>
- Statista. (2020). *Digital Payments*. Statista.Com. <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-payments/indonesia>
- Statista. (2021). *Number of Fintech startups worldwide from 2018 to February 2021*. Statista.Com. <https://www.statista.com/statistics/893954/number-fintech->

startups-by-region/

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugandini, D., Purwoko, Pambudi, A., Resmi, S., Reniati, Muafi, & Kusumawati, R. A. (2018). The role of uncertainty, perceived ease of use, and perceived usefulness towards the technology adoption. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(4), 660–669.
- Suhir, M., Suyadi, I., and Riyadi. (2014). Influence of perception, risk, ease and benefits of buying decision against online (A survey of users of the Site Website www.Kaskus.co.id). *Journal of Business Administration*, vol. 8, no. 1, pp. 1–10.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.323>
- Tan, O. K., Fatinsyakila, binti A. A., Ong, C. H., Goh, C. F., Lim, K. Y., Mohd, S. I. B. S., & Choi, S. L. (2020). E-Wallet Acceptance among Undergraduates in Malaysia. *Test Engineering and Management*, 83(June), 12990–12998. <https://www.researchgate.net/publication/341895171>
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>
- Tiruwa, A., Yadav, R., & Suri, P. K. (2018). Moderating effects of age, income and internet usage on Online Brand Community (OBC)-induced purchase intention. *Journal of Advances in Management Research*, 15(3), 367–392. <https://doi.org/10.1108/JAMR-04-2017-0043>
- TIS, F. M. (2020). *Survei Ipsos in Indonesia, ShopeePay Dompot Digital Paling Sering*

*Dipakai di Indonesia, Disusul OVO.* Wartakota.Tribunnews.Com.  
<https://wartakota.tribunnews.com/2020/11/05/survei-ipsos-in-indonesia-shopeepay-dompem-digital-paling-sering-dipakai-di-indonesia-disusul-ovo?page=2>

- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 1*(2), 1–21.
- Unnikrishnan, R., & Jagannathan, L. (2017). Adoption of Mobile Payment Services in Bangalore Urban - A Structural Equation Modelling based Approach. *Journal of Contemporary Research in Management, 12*(4), 1–20.
- Varsha, R., & Thulasiram, L. (2016). Acceptance of E-wallet services: A study of consumer behavior. *International Journal of Innovative Research in Management Studies, Vol. 1*(4), 2016, 133-141.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46*(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement. In *Handbook of partial least squares* (pp. 47-82). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 16*(1), 122–131.
- Wei, G. S. (2017). Factors Affecting Adoption of E-Payment Among Private University Students In Klang Valley. *Journal of Business Administration, April, 1–14*.
- Wei, T. T., Marthandan, G., Chong, A. Y. L., Ooi, K. B., & Arumugam, S. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management and Data Systems, 109*(3), 370–388.

<https://doi.org/10.1108/02635570910939399>

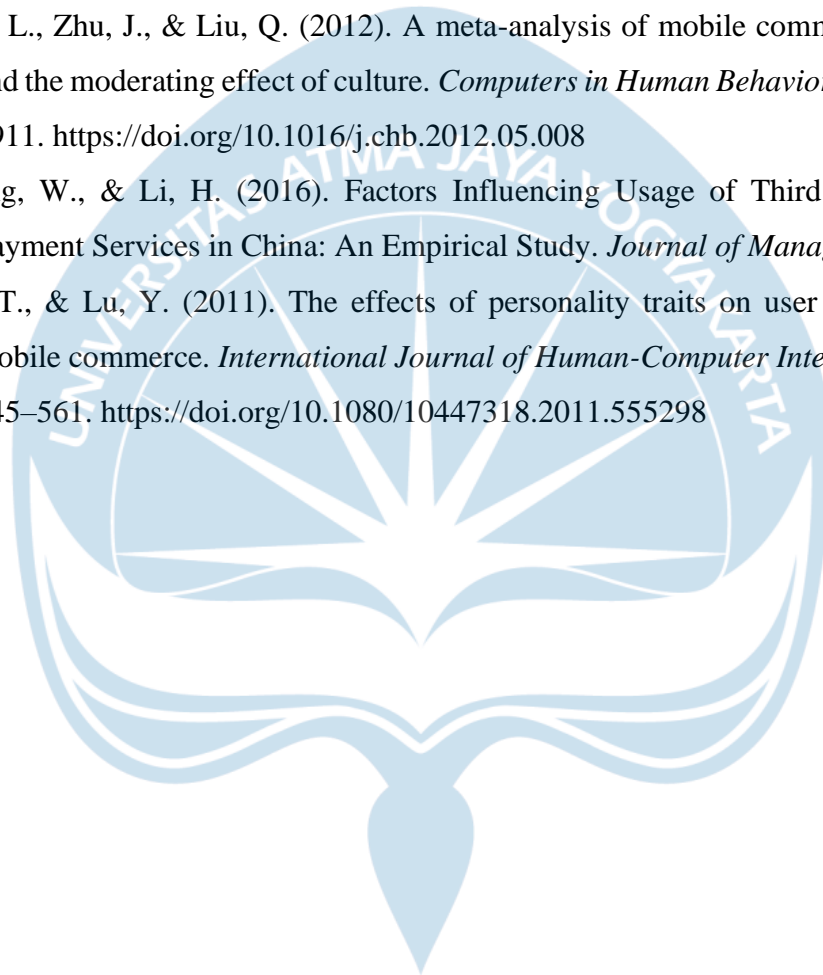
Wolff, hanadian nurhayati. (2020). *Aggregate value of e-money transactions in Indonesia from 2011 to 2019*. Statista.Com.

<https://www.statista.com/statistics/958171/indonesia-online-transaction-value/>

Zhang, L., Zhu, J., & Liu, Q. (2012). A meta-analysis of mobile commerce adoption and the moderating effect of culture. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1902–1911. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.008>

Zhihong, W., & Li, H. (2016). Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study. *Journal of Management*, 1–49.

Zhou, T., & Lu, Y. (2011). The effects of personality traits on user acceptance of mobile commerce. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 27(6), 545–561. <https://doi.org/10.1080/10447318.2011.555298>





## LAMPIRAN

### Lampiran I : Kuesioner Penelitian

#### Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen dalam Penggunaan Dompot Digital

Hallo Guys!

Salam sejahtera bagi kita semua.

Perkenalkan saya Silvine Feratri Puspa Maharani, Mahasiswa program studi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian Tugas Akhir mengenai “**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen dalam Penggunaan Dompot Digital**”.

Saya mohon waktu teman-teman untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi saya ini, bagi teman-teman yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Umur 15-29 Tahun
2. Berdomisili di Pulau Jawa Indonesia
3. Pengguna aplikasi dompot digital Indonesia (cont : Dana, Ovo, Gopay, Shopeepay, Linkaja, dsb)

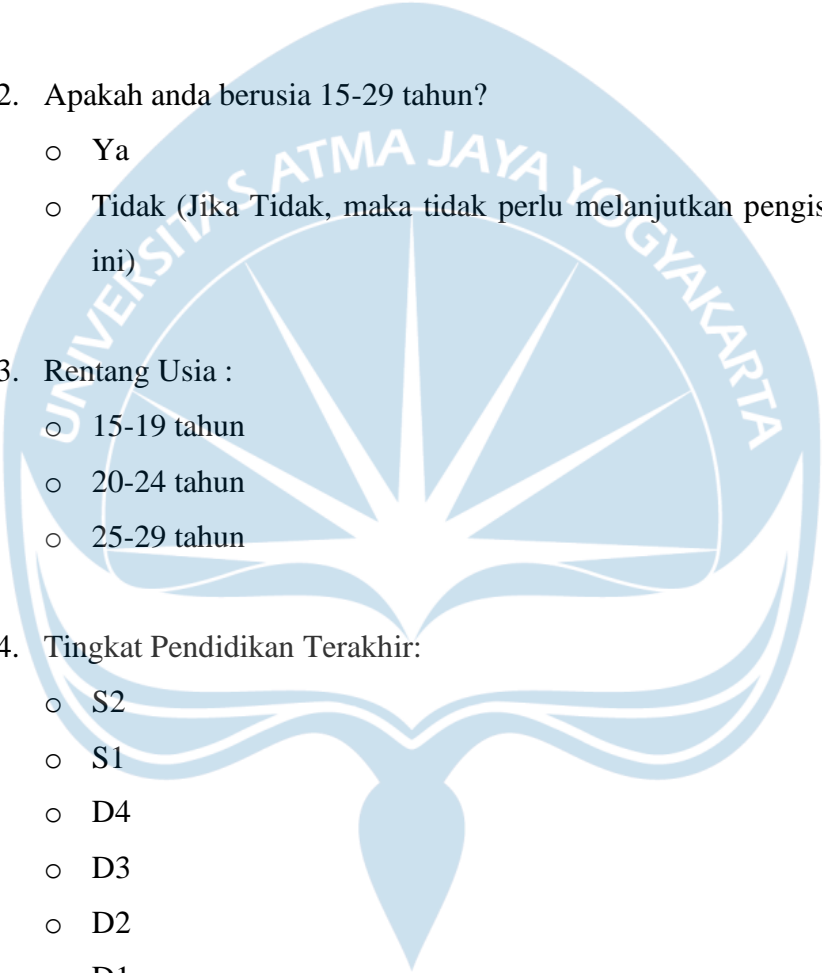
Apabila ada pertanyaan mengenai penelitian ini, bisa hubungi peneliti di Instagram/Line: silvinefpm.

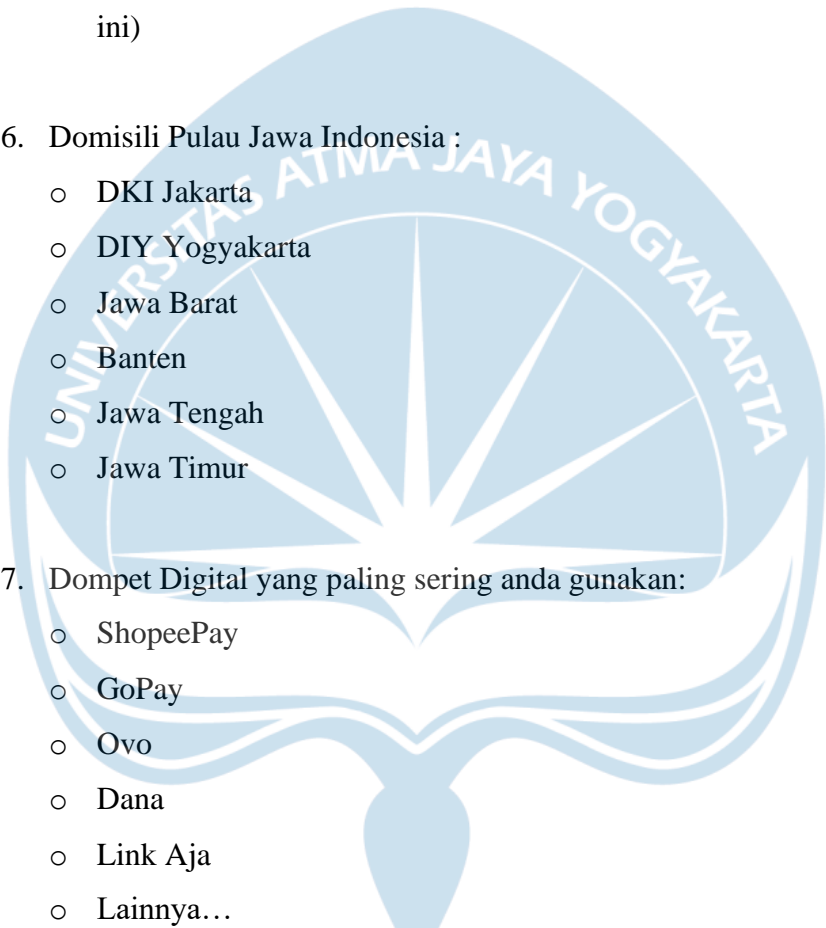
Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pengalaman dan pendapat kalian mengenai faktor yang mempengaruhi niat anda dalam penggunaan dompot digital.

Terimakasih atas ketersediaan waktu teman teman.



**Pertanyaan Data Diri**

1. Jenis Kelamin
    - Perempuan
    - Laki – Laki
  
  2. Apakah anda berusia 15-29 tahun?
    - Ya
    - Tidak (Jika Tidak, maka tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)
  
  3. Rentang Usia :
    - 15-19 tahun
    - 20-24 tahun
    - 25-29 tahun
  
  4. Tingkat Pendidikan Terakhir:
    - S2
    - S1
    - D4
    - D3
    - D2
    - D1
    - SMA
    - SMP
- 
- The image contains a large, light blue watermark logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta. The logo features a stylized sunburst or fan shape at the top, with the text 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA' curved around it. Below the sunburst is a stylized open book with a pointed bottom.

5. Apakah anda berdomisili di Pulau Jawa Indonesia?
- Ya
  - Tidak (Jika Tidak, maka tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner ini)
6. Domisili Pulau Jawa Indonesia :
- DKI Jakarta
  - DIY Yogyakarta
  - Jawa Barat
  - Banten
  - Jawa Tengah
  - Jawa Timur
7. Dompot Digital yang paling sering anda gunakan:
- ShopeePay
  - GoPay
  - Ovo
  - Dana
  - Link Aja
  - Lainnya...
- 
- The image contains a large, light blue watermark logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta. The logo features a stylized sunburst or fan shape in the center, with the text 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA' curved around the top and sides. The logo is semi-transparent and serves as a background for the text.

## I. Pertanyaan mengenai Penggunaan Dompot Digital

Jawablah pertanyaan dibawah ini berdasarkan dengan pengalaman dan pendapat anda mengenai faktor yang mendorong niat anda dalam penggunaan dompet digital.

Jawablah pertanyaan dibawah ini menggunakan *skala likert*, dengan keterangan:

Sangat tidak setuju : 1  
 Tidak setuju : 2  
 Netral : 3  
 Setuju : 4  
 Sangat Setuju : 5

### a. Sikap Pengguna

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	SP1	Saya merasa penggunaan dompet digital merupakan ide yang bagus.					
2.	SP2	Saya merasa penggunaan dompet digital merupakan sikap yang bijaksana untuk mengatur keuangan.					
3.	SP3	Saya merasa penggunaan dompet digital merupakan hal yang menarik.					

**b. Niat Pengguna**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	NP1	Jika ada kesempatan, saya akan melakukan transaksi menggunakan dompet digital.					
2.	NP2	Saya kemungkinan akan melakukan transaksi menggunakan dompet digital dalam waktu dekat.					
3.	NP3	Saya pasti melakukan transaksi menggunakan dompet digital dalam waktu dekat.					

**c. Persepsi Kegunaan**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	KG1	Dompet digital adalah alat pembayaran yang berguna.					
2.	KG2	Dengan dompet digital, transaksi pembayaran lebih efisien.					

**d. Persepsi Kemudahan**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	KMD1	Tampilan dalam dompet digital jelas dan mudah dimengerti.					
2.	KMD2	Langkah dalam penggunaan dompet digital terasa mudah.					
3.	KMD3	Transaksi melalui dompet digital terasa mudah.					

**e. Persepsi Keamanan**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	KMN1	Rendahnya resiko peretasan dompet digital (hack).					
2.	KMN2	Saya merasa aman pada saat transaksi menggunakan dompet digital.					

**f. Persepsi Kompatibilitas**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	KMP1	Penggunaan dompet digital sangat cocok dengan gaya hidup saya.					

2.	KMP2	Penggunaan dompet digital cocok dengan cara saya berbelanja.					
----	------	--	--	--	--	--	--

**g. Norma Subjektif**

No.	Kode	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	NS1	Orang di sekitar saya akan merekomendasikan penggunaan dompet digital kepada saya.					
2.	NS2	Orang di sekitar saya akan menganggap bahwa penggunaan dompet digital sangat bermanfaat.					
3.	NS3	Orang di sekitar saya akan mempertimbangkan penggunaan dompet digital merupakan ide yang bagus.					

### Lampiran II : Data Diri Responden

No.	Jenis Kelamin	Apakah Anda berusia 15 - 29 tahun?	Usia	Tingkat Pendidikan Terakhir	Apakah Anda berdomisili di Pulau Jawa Indonesia?	Domisili di Pulau Jawa	Dompert Digital yang paling sering Anda gunakan
1	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
2	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
3	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
4	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
5	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Link Aja
6	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
7	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
8	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
9	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
10	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
11	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
12	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
13	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
14	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
15	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Banten	OVO
16	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
17	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
18	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Dana
19	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
20	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Banten	OVO
21	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay



22	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
23	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
24	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
25	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
26	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
27	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
28	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
29	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
30	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
31	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
32	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	OVO
33	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S2	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
34	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
35	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
36	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
37	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
38	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
39	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
40	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
41	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Link Aja
42	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
43	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
44	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	OVO
45	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
46	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Shopee-Pay

47	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
48	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Dana
49	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	OVO
50	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
51	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Go-Pay
52	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
53	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
54	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	OVO
55	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
56	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
57	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
58	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
59	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
60	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Banten	Shopee-Pay
61	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
62	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
63	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Banten	Shopee-Pay
64	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
65	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
66	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
67	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
68	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
69	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Banten	Go-Pay
70	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
71	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
72	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	OVO
73	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DKI Jakarta	OVO
74	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
75	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay

76	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
77	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	Jawa Barat	OVO
78	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
79	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	Jawa Barat	OVO
80	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Dana
81	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	Jawa Barat	Dana
82	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	OVO
83	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
84	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Dana
85	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
86	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
87	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
88	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
89	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
90	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
91	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
92	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
93	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
94	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Dana
95	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
96	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
97	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Dana
98	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Dana
99	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Banten	Shopee-Pay
100	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	QRIS
101	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
102	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Dana
103	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
104	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
105	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay

106	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Banten	Shopee-Pay
107	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
108	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Dana
109	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
110	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
111	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Shopee-Pay
112	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
113	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Dana
114	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
115	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Dana
116	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	OVO
117	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
118	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
119	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DKI Jakarta	OVO
120	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
121	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
122	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
123	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
124	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
125	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Dana
126	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
127	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
128	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
129	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
130	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
131	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
132	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	OVO
133	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
134	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Dana
135	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay

136	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	Banten	Shopee-Pay
137	Laki - Laki	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
138	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
139	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
140	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Go-Pay
141	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	Jawa Barat	OVO
142	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
143	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
144	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Dana
145	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Dana
146	Perempuan	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	OVO
147	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
148	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
149	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	OVO
150	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
151	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
152	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
153	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Link Aja
154	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
155	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
156	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
157	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DKI Jakarta	OVO
158	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
159	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Dana
160	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
161	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
162	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
163	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	OVO
164	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
165	Perempuan	Ya	15-19 tahun	SMA	Ya	Banten	Shopee-Pay

166	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
167	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
168	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Timur	OVO
169	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Shopee-Pay
170	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
171	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
172	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D4	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
173	Perempuan	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	OVO
174	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Go-Pay
175	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Shopee-Pay
176	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
177	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DIY Yogyakarta	Shopee-Pay
178	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Dana
179	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
180	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S2	Ya	Banten	Shopee-Pay
181	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	OVO
182	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	OVO
183	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Go-Pay
184	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	OVO
185	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	OVO
186	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	DKI Jakarta	Dana
187	Laki - Laki	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DKI Jakarta	Shopee-Pay
188	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	Jawa Tengah	Shopee-Pay
189	Perempuan	Ya	25 - 29 tahun	S2	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
190	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Barat	Go-Pay
191	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	S1	Ya	DIY Yogyakarta	Link Aja
192	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	SMA	Ya	Jawa Tengah	Go-Pay
193	Perempuan	Ya	25 - 29 tahun	S2	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
194	Perempuan	Ya	20 - 24 tahun	D3	Ya	Jawa Barat	Shopee-Pay
195	Laki - Laki	Ya	25 - 29 tahun	S1	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay

196	Perempuan	Ya	25 - 29 tahun	S2	Ya	Jawa Timur	Shopee-Pay
-----	-----------	----	---------------	----	----	------------	------------







22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
23	4	2	4	5	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5
24	4	3	5	4	5	2	4	3	3	4	2	1	2	3	4	3	4	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
26	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
27	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	2	3	4	3	4	4	4
28	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
29	4	2	4	4	4	2	5	4	5	5	5	2	2	3	3	4	5	4
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
32	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5
33	4	3	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	2	4
34	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	2	4	5	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5
37	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
39	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
40	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
43	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
44	5	2	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3
45	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5
46	4	2	4	5	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4

47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
49	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4
51	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
54	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
55	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5
56	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	2	3	3	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
58	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
60	5	2	1	5	2	1	5	4	4	4	4	1	1	2	2	1	3	4
61	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	4	2	4	3	3
62	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	4	5
63	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
64	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
65	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
66	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4
67	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3
68	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
69	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	4
70	4	4	4	3	2	2	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5
74	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
75	5	2	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3

76	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	1	1	2	2	3	3	2	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5		
79	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	5	4	
80	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
81	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	
82	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
83	4	4	4	5	5	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	
84	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	
85	3	2	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	1	3	3	3	4	3	
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
88	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	
89	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	
90	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4
92	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	
93	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	
94	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	
95	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
99	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
100	5	2	5	4	2	2	5	5	4	3	3	2	3	5	4	3	4	3	
101	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	
102	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	2	3	4	3	5	4	5	
103	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	3	
104	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
105	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	

106	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	4	4
108	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	2
109	3	5	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
110	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5
111	4	3	4	3	5	2	4	3	3	4	3	3	5	3	4	2	3	3
112	4	3	3	4	3	5	3	2	4	4	5	4	3	3	5	4	3	2
113	4	3	5	4	5	3	2	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5
114	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
116	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5
118	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	3	2	4	3	4	5	5	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
122	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	3
123	5	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
126	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
127	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4
129	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	5	5	4
132	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4
133	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
134	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
135	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4

136	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	2	3	3
139	5	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
140	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5
141	5	3	5	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
142	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5
143	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	2	2	2
145	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5
146	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
147	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	3	3
148	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4
149	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	3	3	3
151	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	5	4
152	4	3	4	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	3	3	3
155	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
157	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
158	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
159	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
160	4	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	1	2	3	2	4	3	4
161	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
164	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	2	3	2
165	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4

166	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	2	4	4
167	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
168	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4
169	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
170	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
171	5	3	4	4	5	2	5	2	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4
172	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
173	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
174	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4
175	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5
176	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	3	5	5	5	4	4
177	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2
178	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	5	4	5	3	1	5	1	5	5	4	4	5	1	5	4	1	4	4
180	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
181	4	3	4	4	4	2	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
183	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5
184	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5
185	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	2	4	4
186	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
188	4	4	4	5	5	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4
189	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
190	5	4	4	5	3	1	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
192	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
193	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
194	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
195	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4



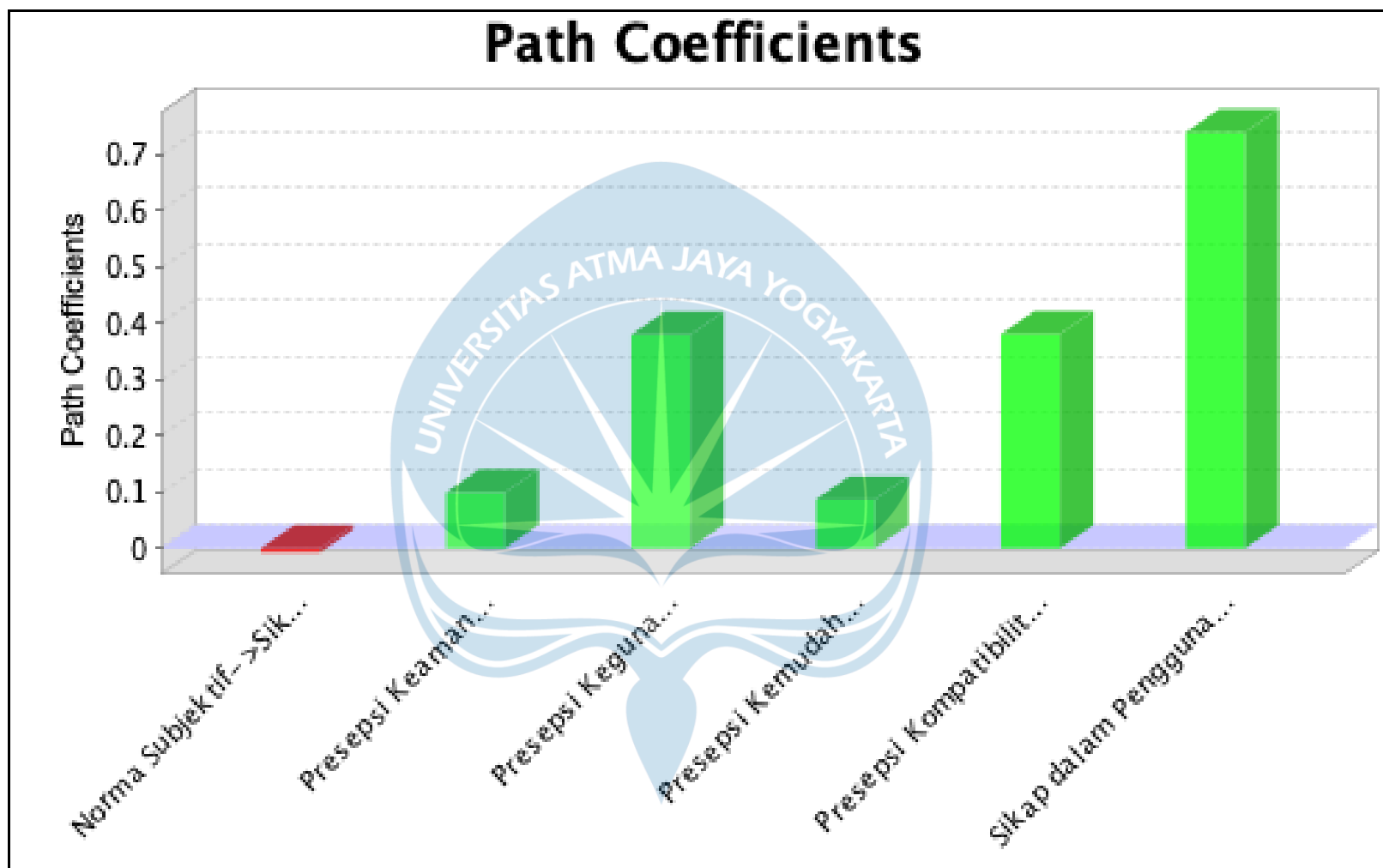
196	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



### Lampiran 4 : Hasil PLS Algorithm

#### Path Coefficients

Variabel	Niat dalam Penggunaan Dompot Digital	Norma Subjektif	Persepsi Keamanan	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kompatibilitas	Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital
Persepsi Keamanan							0,099
Persepsi Kegunaan							0,379
Persepsi Kemudahan							0,087
Persepsi Kompatibilitas							0,381
Norma Subjektif							-0,008
Niat dalam Penggunaan Dompot Digital							
Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,740						

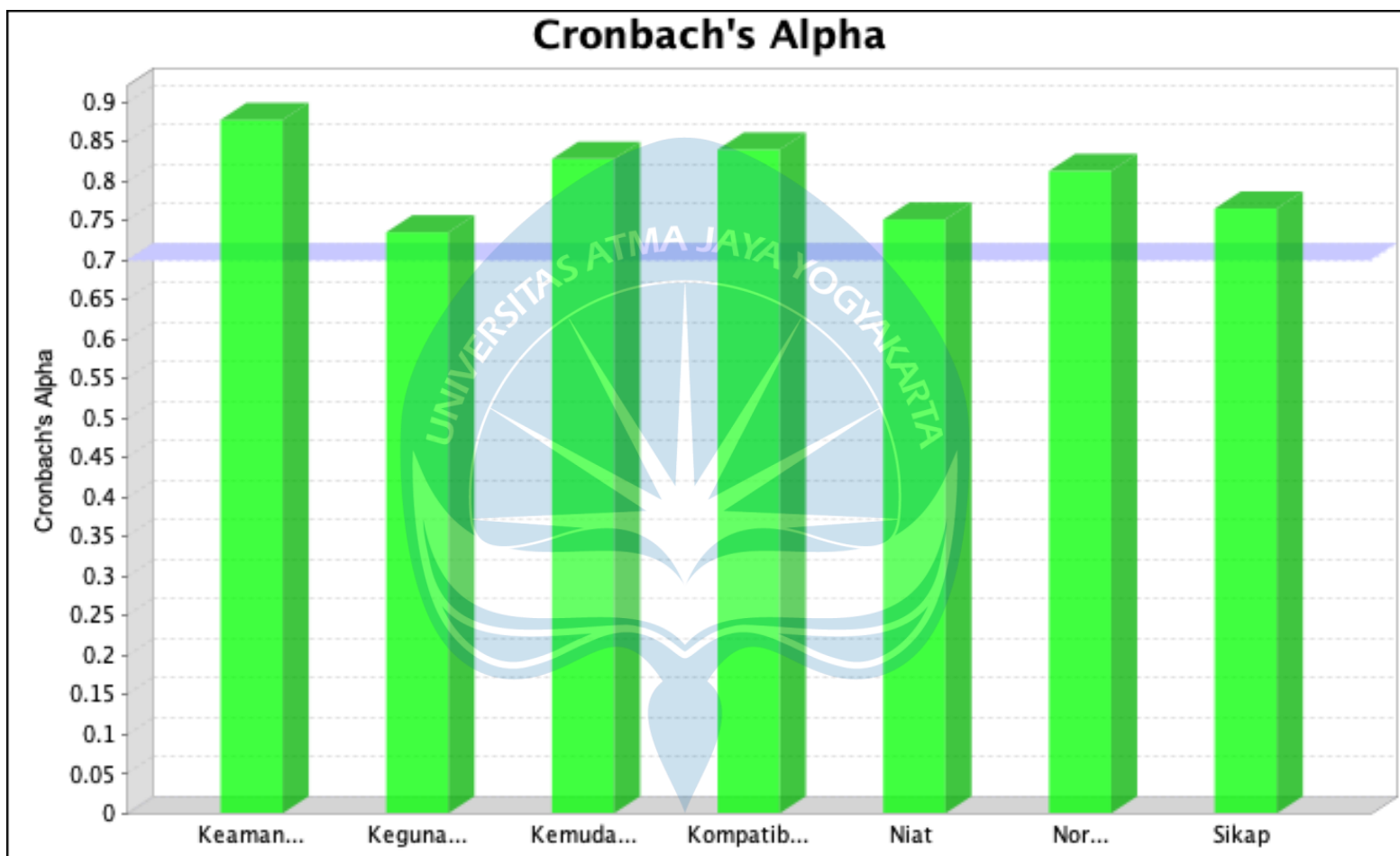


**R-Square & Adjusted R-Square**

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Niat dalam Penggunaan Dompot Digital	0,548	0,546
Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,616	0,606

**Construct Reliability & Validity**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi Keamanan	0,878	0,942	0,890
Persepsi Kompatibilitas	0,840	0,926	0,862
Persepsi Kegunaan	0,735	0,883	0,791
Persepsi Kemudahan	0,828	0,895	0,740
Norma Subjektif	0,813	0,884	0,717
Sikap dalam penggunaan dompet digital	0,765	0,864	0,680
Niat dalam penggunaan dompet digital	0,752	0,855	0,666



**Lampiran 5 : Hasil Bootstrapping**

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
Persepsi Keamanan - > Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,099	1,819	<b>0,034</b>
Persepsi Kegunaan - > Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,379	5,229	<b>0,000</b>
Persepsi Kemudahan -> Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,087	1,013	<b>0,156</b>
Persepsi Kompatibilitas -> Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,381	4,962	<b>0,000</b>
Norma Subjektif -> Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	-0,008	0,132	<b>0,448</b>

Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital -> Niat dalam Penggunaan Dompot Digital	0,740	13,990	<b>0,000</b>
---	-------	--------	--------------

### Lampiran 6 : Hasil Blindfolding

#### Construct Crossvalidated Redundancy

Variabel	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Niat dalam Penggunaan Dompot Digital	0,388
Sikap dalam Penggunaan Dompot Digital	0,390