

***CRITICAL SUCCESS FACTOR APLIKASI BALIPAY
BERBASIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

**I GUSTI AGUNG AYU DINDA PRAMESWARI SUTHA
NIM. 2115744114**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

***CRITICAL SUCCESS FACTOR APLIKASI BALIPAY
BERBASIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***



POLITEKNIK NEGERI BALI

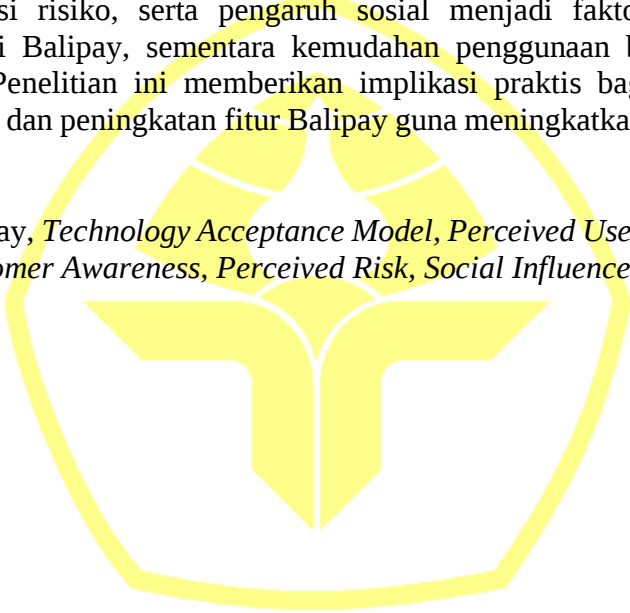
**Oleh
I GUSTI AGUNG AYU DINDA PRAMESWARI SUTHA
NIM. 2115744114**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan (*intention to use*) aplikasi Balipay yang dikembangkan oleh Bank BPD Bali, dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Variabel bebas yang dianalisis mencakup *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Customer Awareness* (CA), *Perceived Risk* (PR), dan *Social Influence* (SI), dengan *Intention to Use* (ITU) sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* kepada 100 responden pengguna aplikasi Balipay. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa empat variabel, yaitu PU, CA, PR, dan SI, berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU. Namun, variabel PEOU tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat, kesadaran pengguna, persepsi risiko, serta pengaruh sosial menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi Balipay, sementara kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor dominan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan fitur Balipay guna meningkatkan niat penggunaan masyarakat.

Kata kunci: Balipay, *Technology Acceptance Model*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, *Intention to Use*.

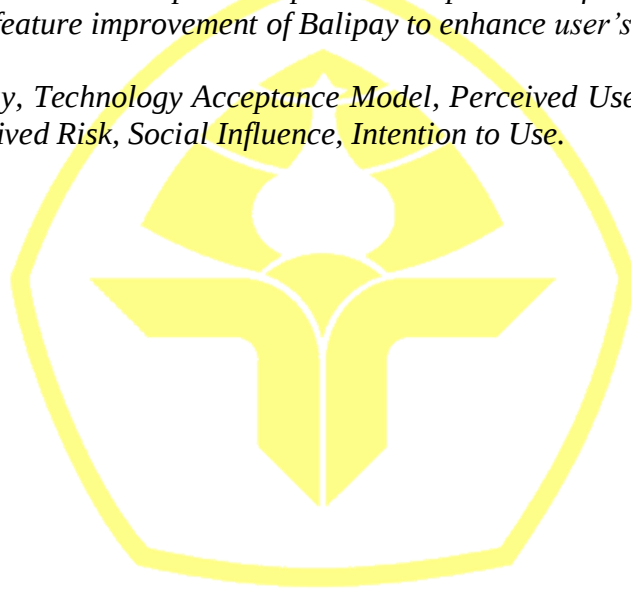


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the intention to use the Balipay application developed by Bank BPD Bali, using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. The independent variables analyzed include Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), Customer Awareness (CA), Perceived Risk (PR), and Social Influence (SI), with Intention to Use (ITU) as the dependent variable. This study employed a quantitative approach with purposive sampling involving 100 users of the Balipay application. The results of multiple linear regression analysis show that four variables PU, CA, PR, and SI have a positive and significant effect on ITU. However, the PEOU variable does not show a significant influence. These findings indicate that perceived usefulness, user awareness, perceived risk, and social influence are important factors driving the adoption of Balipay, whereas ease of use is not a dominant factor. This research provides practical implications for marketing strategy development and feature improvement of Balipay to enhance user's intention to use.

Keywords: *Balipay, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Customer Awareness, Perceived Risk, Social Influence, Intention to Use.*



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

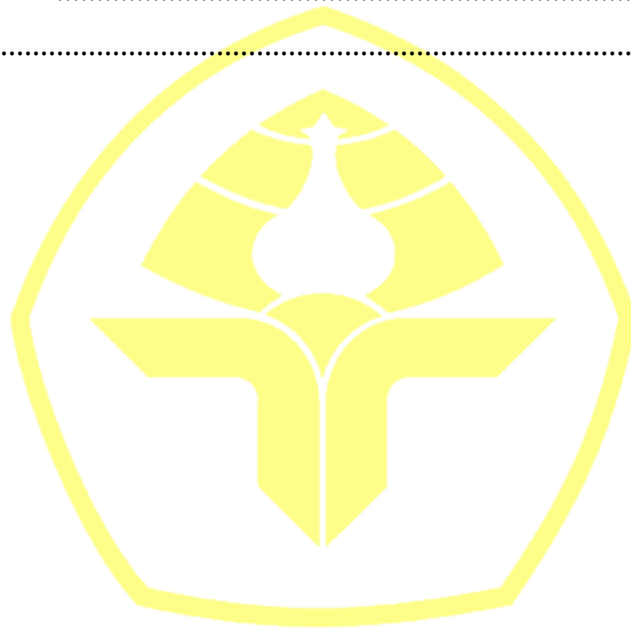
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROYEK AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teori.....	11
2.1.1 Teknologi Informasi (TI).....	11
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	12
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	13
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU).....	15

2.1.5 <i>Customer Awareness (CA)</i>	17
2.1.6 <i>Perceived Risk (PR)</i>	19
2.1.7 <i>Social Influence (SI)</i>	21
2.1.8 <i>Intention to Use (ITU)</i>	23
2.1.9 Evaluasi Sistem Informasi.....	24
2.1.10 Uang Elektronik	26
2.1.11 Balipay	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	41
2.3.1 Pengaruh PU terhadap ITU	41
2.3.2 Pengaruh PEOU terhadap ITU.....	42
2.3.3 Pengaruh CA terhadap ITU.....	42
2.3.4 Pengaruh PR terhadap ITU	43
2.3.5 Pengaruh SI terhadap ITU.....	44
2.3.6 Pengaruh PU, PEOU, CA, PR dan SI terhadap ITU	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Tempat Penelitian	46
3.2 Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Variabel Penelitian	48
3.4 Sumber Data	54
3.4.1 Data Primer	54
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Jenis Peneliatan.....	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	55
3.6.1 Riset Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	56
3.6.2 Riset Lapangan (<i>Field Research</i>).....	56

3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Uji Instrumen.....	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.7.4 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV	63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran.....	63
4.1.1 Sejarah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	63
4.1.2 Identitas Perusahaan	65
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	66
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	67
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	69
4.2.1 Deskripsi Data	69
4.2.2 Uji Instrumen Data	69
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	73
4.2.4 Analisis Deskriptif.....	77
4.2.5 Analisis Jawaban Responden	79
4.2.6 Hasil Analisis Data	89
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.3.1 Pengaruh PU terhadap ITU	108
4.3.2 Pengaruh PEOU terhadap ITU.....	109
4.3.3 Pengaruh CA terhadap ITU.....	111
4.3.4 Pengaruh PR terhadap ITU	111
4.3.5 Pengaruh SI terhadap ITU.....	112
4.3.6 Pengaruh PU, PEOU, CA, PR, dan SI terhadap ITU	113
4.3.7 Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay	114
4.4 Implikasi Hasil Penelitian.....	114

4.3.1 Implikasi Teoritis	115
4.3.2 Implikasi Praktis	117
BAB V	121
PENUTUP	121
5.1 Simpulan	121
5.2 Saran	123
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	123
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	125
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	130



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi Uang Elektronik di Indonesia (2020-2024)	2
Gambar 1. 2 Penilaian Aplikasi BaliPay	3
Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	13
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep	41
Gambar 4. 1 Logo PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	63
Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	67
Gambar 4. 3 Grafik P-P Plot	92
Gambar 4. 4 Grafik <i>Scatter Plot</i>	94

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Topik Keluhan dari Pengguna BaliPay	4
Tabel 2. 1 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	14
Tabel 2. 2 Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	16
Tabel 2. 3 Indikator <i>Customer Awareness</i>	18
Tabel 2. 4 Indikator <i>Perceived Risk</i>	20
Tabel 2. 5 Indikator <i>Social Influence</i>	22
Tabel 2. 6 Indikator <i>Intention to Use</i>	23
Tabel 2. 7 Kajian Empiris	29
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	48
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	57

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan Skripsi.....	130
Lampiran 2 Surat Keterangan Layakan Ujian.....	132
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	134
Lampiran 4 Surat Pernyataan Penerimaan Karya Penelitian	135
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian.....	137
Lampiran 6 Tabulasi Data.....	141
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	142
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas	144
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas	145
Lampiran 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	146
Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	147
Lampiran 12 Hasil Analisis Linier Berganda.....	149
Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis.....	150
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	151
Lampiran 15 Tabel t dan F	152
Lampiran 16 Output Penelitian	154
Lampiran 17 Sertifikat HKI atas Output Penelitian.....	155
Lampiran 18 Riwayat Hidup Peneliti.....	156

BAB I

PENDAHULUAN

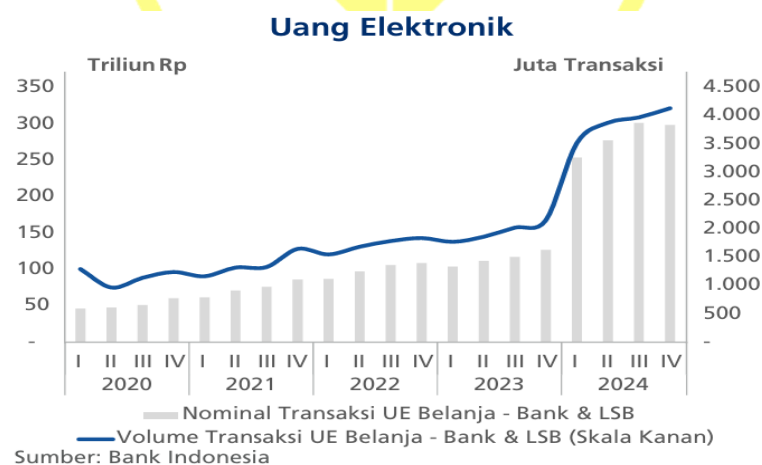
1.1 Latar Belakang Masalah

Struktur demografi Provinsi Bali pada tahun 2024 menunjukkan dominasi Generasi Milenial dan Generasi Z, yang secara keseluruhan menyumbang lebih dari 36% dari jumlah penduduk. Berdasarkan data proyeksi Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Provinsi Bali yang termasuk dalam Generasi Milenial (usia 28-43 tahun) mencapai sekitar 987,4 ribu jiwa, sementara Generasi Z (usia 12-27 tahun) berjumlah sekitar 662 ribu jiwa (BPS Provinsi Bali, 2024). Kedua kelompok ini dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi teknologi, termasuk dalam aktivitas keuangan digital sehari-hari.

Komposisi demografis ini menunjukkan potensi besar dalam adopsi teknologi digital, terutama pada sektor keuangan. Sektor ini mengalami pergeseran menuju *cashless society*, yaitu kondisi di mana transaksi dilakukan tanpa uang tunai dan didukung oleh media digital. Inovasi seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan *QR code*

payment kini menjadi alternatif pembayaran yang lebih cepat, aman, dan efisien dibandingkan dengan sistem konvensional. Perubahan tersebut semakin didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat, disertai dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, sehingga berkontribusi signifikan dalam mempercepat proses adopsi layanan keuangan digital (Duignan, 2023).

Perkembangan ini tidak hanya mendorong inovasi dalam metode pembayaran, tetapi juga memperluas transformasi ke dalam bentuk teknologi finansial (Fintech). Fintech telah merevolusi model bisnis keuangan tradisional dengan menawarkan kemudahan dalam transaksi, penyimpanan, dan pengelolaan secara digital. Di sisi lain, kehadiran fintech juga menjadi tantangan bagi perbankan konvensional karena potensi pengurangan pangsa pasar. Namun demikian, fintech turut membuka peluang besar dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menghadirkan layanan keuangan yang lebih inovatif dan kompetitif di era digital (M. F. Pratama et al., 2025).

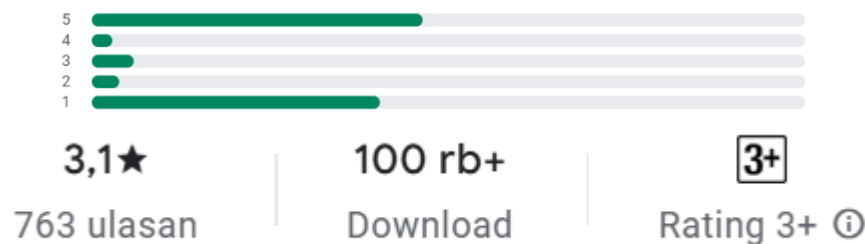


Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi Uang Elektronik di Indonesia (2020-2024)

Sumber: Laporan Perekonomian Indonesia 2024

Salah satu instrumen keuangan digital yang mengalami perkembangan pesat adalah uang elektronik. Instrumen ini berfungsi sebagai alat pembayaran yang dikeluarkan berdasarkan sejumlah dana yang terlebih dahulu disetorkan kepada penerbit, kemudian nilainya disimpan secara elektronik pada media tertentu, baik dalam bentuk server maupun chip. Menurut Bank Indonesia, tingkat adopsi transaksi non-tunai terus meningkat secara signifikan, dengan pertumbuhan lebih dari 35% dibandingkan tahun sebelumnya. Kepraktisan dan efisiensinya mejadikan uang elektronik sebagai solusi yang relevan di era digital (Statistik, 2024).

Berbagai aplikasi pembayaran digital di Indonesia seperti GoPay, ShopeePay, dan DANA telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Aplikasi-aplikasi tersebut menawarkan berbagai kemudahan, mulai dari pembayaran pada *merchant*, *transfer* antar pengguna, hingga integrasi dengan layanan *e-commerce* dan transportasi online. Popularitas mereka didukung oleh ekosistem digital yang kuat, promosi menarik, serta kemudahan akses di berbagai *platform* digital (Sabrina et al., 2024).



Gambar 1. 2 Penilaian Aplikasi BaliPay

Sumber: Play Store

Dalam konteks ini, Balipay hadir sebagai salah satu aplikasi pembayaran digital yang dikembangkan untuk bersaing di tengah ketatnya pasar industri keuangan digital. Aplikasi ini menyediakan beragam fitur inovatif yang disusun untuk menjawab kebutuhan pengguna pada era digital, dengan penekanan pada aspek kemudahan, keamanan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi (bpdbali.co.id, 2025). Namun, berdasarkan data ulasan pengguna melalui Play Store yang diakses pada 2 Februari 2025, Balipay memperoleh nilai rata-rata 3,1 dari 763 ulasan. Penilaian ini menunjukkan adanya persepsi yang beragam di kalangan pengguna, di mana sebagian memberikan ulasan sangat positif dan sebagian lainnya menyampaikan keluhan yang signifikan. Fenomena ini menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi, khususnya pada aplikasi lokal seperti Balipay yang bersaing di tengah dominasi platform besar. Topik-topik utama yang terkandung dalam keluhan pengguna tersaji pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1 Topik Keluhan dari Pengguna BaliPay

No	Topik Keluhan	Deskripsi Keluhan
1	Masalah Kinerja Aplikasi	Pengguna mengeluh aplikasi sering mengalami lag, crash, dan lambat saat digunakan.
2	Masalah Transaksi	Beberapa pengguna melaporkan bahwa transaksi melalui aplikasi sering gagal atau memakan waktu yang lama.
3	Masalah <i>User Interface</i> (UI)	Pengguna mengkritik antarmuka yang tidak intuitif dan membingungkan.

4	Kesulitan dalam registrasi / verifikasi	Terdapat pengguna yang mengalami kesulitan dalam proses registrasi atau verifikasi akun.
5	Kurangnya edukasi dan informasi	Pengguna merasa kurang mendapatkan informasi tentang manfaat dan fitur aplikasi Balipay.

Sumber: Data diolah, 2025

Topik-topik keluhan yang disampaikan oleh pengguna aplikasi Balipay tersebut dapat dikaitkan dengan variabel-variabel utama dalam pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Keluhan mengenai antarmuka yang kurang intuitif serta hambatan dalam proses registrasi maupun verifikasi mencerminkan rendahnya persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), karena pengguna menilai aplikasi tidak cukup mudah dioperasikan dan kurang ramah bagi pengguna baru. Di sisi lain, permasalahan performa aplikasi, seperti adanya lag, crash, serta lambatnya proses transaksi, berpotensi menurunkan persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*), sebab aplikasi dipandang belum mampu memberikan manfaat secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan transaksi pengguna. Kendala dalam transaksi yang menyebabkan ketidakpastian juga dapat meningkatkan persepsi risiko (*Perceived Risk*), yang mencerminkan kekhawatiran terhadap potensi kerugian atau kegagalan dalam menggunakan aplikasi untuk transaksi keuangan. Selain itu, terbatasnya informasi atau edukasi mengenai fitur-fitur aplikasi menunjukkan lemahnya kesadaran pelanggan (*Customer Awareness*), yang dapat menghambat pemahaman dan pemanfaatan aplikasi secara maksimal. Adapun pengaruh opini dan ulasan dari

pengguna lain melalui media sosial atau platform digital berkaitan erat dengan pengaruh sosial (*Social Influence*), yang dapat memengaruhi sikap dan keputusan individu dalam menggunakan aplikasi.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), faktor utama yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi adalah niat untuk menggunakan (*Intention to Use*), yaitu kecenderungan individu dalam memanfaatkan sistem atau aplikasi berbasis teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Model ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian sebelumnya untuk mengkaji faktor-faktor yang berperan dalam adopsi teknologi digital (Rahimi et al,2018). Berlandaskan pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Balipay, dengan menitikberatkan pada dua variabel inti, yakni *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). Selain itu, guna memperluas lingkup analisis dan memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh, penelitian ini turut mengintegrasikan tiga variabel pengembang sebagai pelengkap model TAM, yaitu *Customer Awareness* (CA), *Perceived Risk* (PR), dan *Social Influence* (SI).

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penelitian ini mengusung judul *Critical Success Factor Aplikasi Balipay Berbasis Technology Acceptance Model (TAM)*. Fokus penelitian diarahkan pada pengguna aplikasi Balipay sebagai subjek utama, dengan tujuan untuk mengidentifikasi sekaligus memahami faktor-faktor krusial yang memengaruhi keberhasilan penerimaan serta penggunaan aplikasi Balipay.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness*, *Percieved Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk* dan *Social Influence* secara parsial terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness*, *Percieved Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk* dan *Social Influence* secara simultan terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay?
3. Variabel manakah di antara *Perceived Usefulness*, *Percieved Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk* dan *Social Influence* yang memiliki pengaruh paling dominan dan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan berlandaskan latar belakang dan perumusan masalah sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Percieved Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk* dan *Social Influence* secara parsial terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Customer Awareness*, *Perceived Risk* dan *Social Influence* secara simultan terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay.
3. Untuk mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan serta variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi kajian selanjutnya yang menyoroti evaluasi niat penggunaan dalam kaitannya dengan keberhasilan implementasi aplikasi Balipay

1.4.2 Manfaat Praktis

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis berupa dukungan dalam proses evaluasi niat penggunaan aplikasi Balipay, serta menyajikan rekomendasi dan masukan bagi Bank BPD Bali guna mendukung pengambilan keputusan maupun upaya perbaikan aplikasi Balipay di masa mendatang

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian berjudul “*Critical Success Factor Aplikasi Balipay Berbasis Technology Acceptance Model*”. Penelitian ini disusun dalam lima bab utama dengan sistematika sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bagian ini memberikan gambaran awal mengenai alasan dilaksanakannya penelitian dan arah yang hendak dicapai.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan landasan teori yang relevan dengan penelitian, meliputi kajian teoritis, penelitian terdahulu (kajian empiris), kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian. Pada bab ini dijelaskan teori-teori yang terkait dengan variabel penelitian, dilengkapi dengan hasil penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi dan perbandingan. Hipotesis disusun untuk memperjelas hubungan antarvariabel yang dianalisis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, serta metode analisis data. Bagian ini bertujuan

untuk memberikan gambaran mengenai prosedur dan pendekatan yang ditempuh dalam penelitian.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh, meliputi gambaran umum objek penelitian (Bank BPD Bali), hasil analisis data, serta pembahasan yang menghubungkan temuan dengan teori maupun penelitian sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat implikasi hasil penelitian terhadap adopsi aplikasi Balipay.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis dan pembahasan, serta memberikan saran yang berkaitan dengan faktor-faktor kunci keberhasilan dalam adopsi aplikasi Balipay berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kesimpulan difokuskan pada peran variabel *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Customer Awareness (CA)*, *Perceived Risk (PR)*, *Social Influence (SI)*, dan *Intention to Use (ITU)* dalam memengaruhi niat pengguna mengadopsi aplikasi Balipay, beserta implikasinya terhadap keberhasilan implementasi aplikasi tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Teori

2.1.1 Teknologi Informasi (TI)

TI dapat diartikan sebagai bidang ilmu sekaligus praktik yang menitikberatkan pada aktivitas pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan pemanfaatan informasi dengan dukungan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, serta sistem teknologi yang terintegrasi. Tujuan utama dari penerapan teknologi informasi adalah untuk membangun sistem yang mampu menyajikan informasi secara tepat dan relevan, mendukung proses pengambilan keputusan secara efektif, meningkatkan efisiensi kerja, serta menghadirkan solusi yang inovatif di berbagai sektor kehidupan (Deddy Rudhistiar et al., 2019).

Seiring dengan kemajuan teknologi, TI terus mengalami perkembangan dan inovasi yang berkelanjutan guna meningkatkan efisiensi pada berbagai sektor kehidupan. Secara umum, TI menjadi komponen krusial dalam era

modern, yang berperan penting dalam mendukung kelancaran komunikasi, peningkatan produktivitas, serta mendorong terciptanya berbagai inovasi pada berbagai aspek kehidupan manusia (Sulianta, 2025).

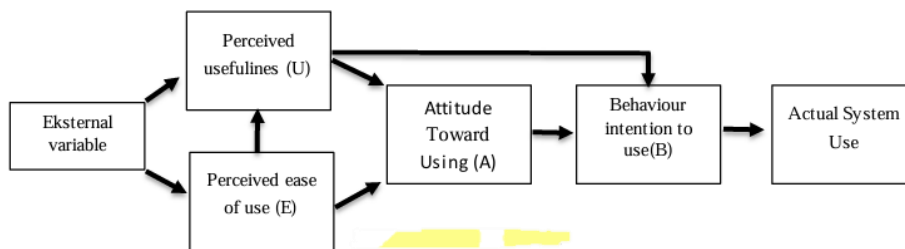
Berdasarkan uraian di atas, TI merupakan bidang ilmu dan praktik yang berfokus pada pengelolaan informasi melalui pemanfaatan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan sistem teknologi yang terintegrasi.

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk memahami serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi computer, model ini dikemukakan oleh Davis pada tahun 1986 (Dillon et al., 2023). Secara umum, TAM berperan sebagai dasar pemikiran yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana individu maupun organisasi menerima serta menggunakan teknologi baru (Emma, 2025a). Lebih lanjut, TAM diposisikan sebagai teori dalam ranah sistem informasi yang dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai cara pengguna menafsirkan dan memanfaatkan teknologi informasi (Dillon et al., 2023).

TAM merupakan salah satu model yang paling banyak dimanfaatkan dalam penelitian untuk mengkaji tingkat penerimaan terhadap suatu teknologi. TAM memiliki keunggulan utama berupa kesederhanaan model atau dikenal sebagai model parsimoni, yaitu model yang sederhana namun tetap valid (A. Pratama et al., 2022).

Selain sebagai model yang membantu memahami penerimaan teknologi, TAM juga berperan penting dalam mendukung transformasi digital dalam berbagai aspek, seperti inovasi bisnis dan pengalaman pelanggan. Tingkat penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh lima konstruk yaitu *PEOU*, *PU*, *ATU*, *behavioral intention to use*, dan *actual system usage* (Davis, 1989).



Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: U. Mari, A. Harahap, R. Pohan et al.

2.1.3 *Perceived Usefulness (PU)*

PU menggambarkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja serta produktivitas mereka, sehingga PU menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi. PU berperan sebagai penentu utama dalam adopsi teknologi, karena individu cenderung lebih mudah menerima dan menggunakan teknologi yang mereka anggap bermanfaat dalam mencapai tujuan mereka (Emma, 2025).

Selain itu, PU juga mencerminkan keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem untuk meningkatkan kinerja, yang nantinya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna. Manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi tidak hanya berpengaruh terhadap sikap pengguna, tetapi juga berdampak langsung pada perilaku mereka dalam mengadopsi teknologi tersebut. Akibatnya, manfaat yang dirasakan dapat dijadikan sebagai indikator pengguna teknologi di masa depan, karena berperan sebagai dasar dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakannya (Abidin, 2021).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula peluang individu untuk menerima dan memanfaatkan teknologi. Selain memengaruhi sikap, PU juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku penggunaan teknologi di masa mendatang

Tabel 2. 1 Indikator *Perceived Usefulness*

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Transaction Speed</i>	Mengukur seberapa cepat pengguna dapat menyelesaikan transaksi keuangan menggunakan aplikasi Balipay	(Hariyanti et al., 2021)
	<i>Management Policy Support</i>	Mencerminkan persepsi pengguna tentang aplikasi Balipay sebagai keputusan strategis oleh pengembangnya	

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
	<i>Application Effectiveness</i>	Menilai seberapa bermanfaat aplikasi Balipay bagi pengguna dalam mencapai tujuan keuangan mereka	
	<i>Support for Activites</i>	Menunjukkan seberapa baik aplikasi Balipay memfasilitasi kegiatan keuangan sehari-hari	

2.1.4 *Perceived Ease of Use (PEOU)*

PEOU merupakan bagaimana suatu teknologi dianggap mudah dipahami dan dioperasikan oleh pengguna, sehingga PEOU menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi penerimaan teknologi tersebut. Kemudahan ini meyakinkan pengguna bahwa teknologi yang diterapkan tidak rumit dan tidak membebani mereka, sehingga lebih berpotensi untuk terus digunakan serta diadopsi dalam jangka panjang (Emma, 2025).

Konsep ini merepresentasikan persepsi individu bahwa sistem teknologi informasi dapat dioperasikan, tidak memerlukan usaha yang signifikan, dan berkontribusi dalam mendukung efisiensi maupun penyederhanaan tugas. Respon terhadap PEOU menjadi tolak ukur utama untuk menilai sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi tersebut dapat dimanfaatkan secara efektif dengan upaya yang minimal, namun tetap memberikan kemudahan dalam penggunaannya (Safira & Sari, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa PEOU merupakan salah satu faktor penting dalam penerimaan teknologi, yang mencerminkan sejauh mana suatu sistem dinilai mudah dipahami serta dioperasikan. Tingkat kemudahan ini tidak hanya mendorong adopsi berkelanjutan, tetapi juga meningkatkan keyakinan pengguna terhadap efisiensi serta penyederhanaan pekerjaan. Respon terhadap konsep ini menjadi indikator utama dalam menilai efektivitas teknologi dengan usaha minimal namun tetap memberikan kemudahan dalam penggunaannya.

Tabel 2. 2 Indikator *Perceived Ease of Use*

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Time Efficiency</i>	Menilai seberapa banyak waktu yang dapat dihemat pengguna dengan menggunakan aplikasi Balipay	(Hariyanti et al., 2021)
	<i>System Reliability</i>	Mengukur konsistensi dan keandalan aplikasi Balipay	
	<i>Ease of Use</i>	Menjelaskan seberapa mudah pengguna dapat mempelajari dan mengoperasikan aplikasi Balipay	
	<i>Flexibility</i>	Menilai seberapa dapat disesuaikan dan diaksesnya aplikasi Balipay dalam berbagai situasi	

2.1.5 *Customer Awareness (CA)*

Dalam konteks teknologi, pelanggan merujuk pada individu atau organisasi yang menggunakan atau membeli produk atau layanan teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka, meningkatkan efisiensi, atau mencapai tujuan tertentu (Tri Pusparini, 2024). Pelanggan dapat mencakup pengguna akhir, bisnis, atau institusi yang memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek operasional. Dalam kaitannya dengan pelanggan teknologi, tingkat kesadaran terhadap suatu produk sangat berpengaruh dalam menentukan adopsi layanan tersebut.

CA merupakan kondisi di mana individu menyadari keberadaan, mengenali, mengingat, dan memahami suatu produk atau layanan. Tingkat kesadaran tersebut menjadi tahapan awal dalam proses adopsi teknologi dan berperan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk menerima maupun menolak suatu produk. Proses ini umumnya melibatkan beberapa tahapan, yaitu pemahaman, persuasi, pengambilan keputusan, dan konfirmasi sebelum akhirnya pelanggan memutuskan untuk mengadopsi atau menolak produk tersebut. Dalam konteks layanan perbankan, misalnya, pelanggan cenderung mencari produk dan layanan yang menawarkan nilai terbaik sesuai dengan kebutuhan mereka (Hariyanti et al., 2021).

Persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan juga berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam mengadopsi teknologi. Meningkatnya kesadaran pelanggan terhadap manfaat suatu layanan akan berbanding lurus dengan kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Pemahaman pelanggan

mengenai fitur dan keuntungan suatu layanan akan menentukan tingkat penerimaan dan penolakannya (Tiwari et al., 2021). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Hassan & Nika (2022), yang memberitahukan bahwa pelanggan yang memiliki informasi lebih banyak mengenai manfaat suatu layanan cenderung lebih mudah menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran pelanggan menjadi faktor krusial dalam mendorong adopsi teknologi di berbagai sektor.

Berdasarkan uraian tersebut, CA dapat dipahami sebagai tingkat kesadaran individu maupun organisasi terhadap eksistensi, karakteristik, serta manfaat dari suatu produk atau layanan berbasis teknologi. Kesadaran ini berfungsi sebagai tahap awal dalam proses adopsi teknologi dan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk menerima atau menolak suatu produk.

Tabel 2. 3 Indikator *Customer Awareness*

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
<i>Customer Awareness</i>	<i>Account Recognition</i>	Mencerminkan kemampuan pengguna untuk mengidentifikasi dan mengingat informasi login mereka	(Hariyanti et al., 2021)
	<i>Service Understanding</i>	Mengukur pemahaman pengguna tentang fitur aplikasi Balipay dan cara menggunakannya	

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
	<i>Usage Interest</i>	Menunjukkan seberapa banyak pengguna menikmati penggunaan aplikasi Balipay	
	<i>Service Preference</i>	Menunjukkan preferensi pengguna terhadap aplikasi Balipay dibandingkan dengan alat keuangan lainnya	

2.1.6 *Perceived Risk (PR)*

PR pertama kali diperkenalkan oleh Bauer pada tahun 1960, merujuk pada kesadaran pelanggan, baik secara eksplisit ataupun implisit terhadap risiko yang mungkin timbul saat pengambilan keputusan pembelian (Nenandha, 2020). Dalam konteks penggunaan teknologi, persepsi risiko dapat berdampak negatif terhadap minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem, terutama dalam transaksi digital atau elektronik. Hal ini disebabkan oleh peran kuat persepsi risiko dalam mengurangi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem. Semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat seseorang untuk menggunakan teknologi, dan sebaliknya (Nenandha, 2020).

Persepsi risiko yang dimiliki konsumen beserta tingkat toleransinya terhadap risiko menjadi salah satu faktor yang memengaruhi strategi pembelian yang dipilih (Cahyaningtyas, 2022). Penting untuk dicatat bahwa persepsi risiko yang dialami konsumen dapat berasal dari risiko yang benar-benar ada maupun hanya merupakan

asumsi. Risiko yang dirasakan menjadi konsep mendasar dalam perilaku konsumen, karena mencerminkan ketidakpastian yang mereka alami sebelum melakukan pembelian, termasuk potensi kerugian yang mungkin timbul akibat penggunaan suatu produk atau layanan (Wijaya, 2023). Oleh karena itu, dalam transaksi digital maupun penggunaan teknologi lainnya, pemahaman terhadap persepsi risiko menjadi aspek penting dalam meningkatkan adopsi teknologi serta kepercayaan pengguna terhadap suatu sistem yang digunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, PR dapat diartikan sebagai kesadaran pengguna terhadap kemungkinan timbulnya risiko dalam proses pengambilan keputusan, khususnya pada transaksi digital dan penggunaan teknologi. Persiapan risiko yang tinggi dapat menurunkan kepercayaan serta minat seseorang dalam mengadopsi suatu sistem. Faktor ini berperan dalam strategi pembelian dan mencerminkan ketidakpastian yang dialami konsumen sebelum melakukan transaksi.

Tabel 2. 4 Indikator *Perceived Risk*

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
<i>Perceived Risk</i>	<i>Risk Awareness</i>	Menjelaskan pemahaman pengguna tentang potensi risiko keamanan	(Hariyanti et al., 2021)
	<i>Response to Device Loss</i>	Menilai seberapa siap pengguna untuk bertindak jika perangkat mereka hilang	
	<i>Risk Acceptance</i>	Mencerminkan kesediaan pengguna untuk menggunakan	

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
		aplikasi Balipay meskipun ada risiko yang dirasakan	
	<i>Security Assurance</i>	Mengukur kepercayaan pengguna terhadap jaminan keamanan yang disediakan oleh aplikasi Balipay	

2.1.7 Social Influence (SI)

Mempengaruhi dan dipengaruhi oleh orang lain merupakan hakikat dari perilaku antar pribadi serta menjadi mekanisme utama yang memungkinkan kehidupan sosial berjalan secara terkoordinasi. Sebagai makhluk sosial, manusia secara alami berinteraksi dengan lingkungannya, di mana pemikiran, penilaian, serta perilaku mereka dipengaruhi secara kuat oleh orang-orang di sekitar. Dalam konteks penerimaan teknologi, pengaruh sosial berperan sebagai determinan utama dalam membentuk niat seseorang untuk mengadopsi sistem, yang dalam TAM dipresentasikan melalui norma subjektif (Agung Kurniawan et al., 2023).

SI dipahami sebagai suatu proses ketika individu menyesuaikan perilakunya agar sejalan dengan tuntutan maupun ekspektasi dari lingkungan sosial di sekitarnya (Raisyaputra, 2024). Tingkat pengaruh sosial yang semakin kuat terhadap individu akan mendorong meningkatnya niat untuk menggunakan suatu produk atau layanan, termasuk pada layanan keuangan digital atau *financial technology* (Fintech).

Keputusan individu untuk menggunakan teknologi tidak terlepas dari faktor lingkungan, khususnya pengaruh sosial yang mampu menentukan arah pilihan seseorang terhadap adopsi teknologi.

SI dapat diartikan sebagai proses di mana individu menyesuaikan tindakan atau perilakunya agar sesuai dengan norma, harapan, serta tekanan yang berasal dari lingkungan sosial. Selain itu, individu cenderung mengadopsi perilaku yang dilakukan oleh mayoritas orang sekitarnya. Bahkan, seseorang dapat mengubah pandangannya akibat pengaruh dari individu lain yang dianggap sebagai ahli dalam bidang tertentu (Azizah & Andarini, 2023).

Dengan demikian, SI menjadi faktor penting yang memengaruhi kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi. Individu cenderung menyesuaikan perilakunya agar sesuai dengan harapan lingkungan sosial, sehingga semakin besar pengaruh sosial yang diterima, semakin tinggi pula kemungkinan adopsi teknologi.

Tabel 2. 5 Indikator Social Influence

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
Social Influence	Peer Influence	Menunjukkan seberapa besar pengaruh teman terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi Balipay	(Hariyanti et al., 2021)
	Family Influence	Mencerminkan seberapa besar pengaruh rekomendasi	

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
		keluarga terhadap penggunaan aplikasi Balipay	
	<i>Community Influence</i>	Mengukur dampak kelompok sosial atau organisasi terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Balipay	

2.1.8 *Intention to Use (ITU)*

ITU dipahami sebagai kecenderungan atau niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitasnya. Niat ini mencerminkan tingkat kesediaan pengguna dalam mengadopsi teknologi yang pada akhirnya memengaruhi realisasi penggunaan secara nyata. Lebih jauh, ITU juga menggambarkan sejauh mana keseriusan seseorang dalam merencanakan keberlanjutan penggunaan sistem tersebut di masa mendatang (Emma, 2025).

Intention to use adalah “a persons to perform certain behaviors that are considered right”, yang dimaknai sebagai niat individu untuk melakukan suatu tindakan yang dianggap tepat (Davis, 1989).

Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui bahwa ITU merupakan faktor psikologis yang mencerminkan keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem. Niat ini berperan penting dalam menentukan apakah seseorang benar-benar akan mengadopsi teknologi tersebut atau tidak di masa depan.

Tabel 2. 6 Indikator Intention to Use

Variabel	Indikator	Definisi	Referensi
Intention to Use	<i>Continued Usage Intention</i>	Mencerminkan kesediaan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Balipay	(Hariyanti et al., 2021)
	<i>Feature Suitability</i>	Menilai seberapa baik fitur aplikasi Balipay sesuai dengan kebutuhan pengguna	
	<i>Technological Relevance</i>	Menunjukkan seberapa terkini dan relevan aplikasi Balipay dengan tren digital saat ini	
	<i>Recommendation Intention</i>	Mengukur kemungkinan pengguna merekomendasikan aplikasi Balipay kepada orang lain	

2.1.9 Evaluasi Sistem Informasi

Evaluasi adalah suatu proses sistematis dalam mengumpulkan data yang bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan telah tercapai, serta mengidentifikasi aspek-aspek dan bagian tertentu yang memerlukan perhatian. Apabila tujuan belum tercapai, evaluasi juga berfungsi untuk mengidentifikasi bagian yang belum memenuhi sasaran dan menganalisis penyebabnya. Selain mengukur pencapaian, evaluasi juga berperan penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk perbaikan dan pengembangan kedepannya (Mulyana et al., 2023).

Sistem informasi didefinisikan sebagai himpunan komponen yang terintegrasi dan saling berinteraksi dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik (Montrado, 2022). Lebih lanjut, sistem informasi dapat dipahami sebagai sebuah sistem yang mengintegrasikan aktivitas manusia dengan teknologi untuk mendukung proses pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi yang dibutuhkan dalam organisasi (Humas Tel-U Surabaya, 2024).

Evaluasi sistem informasi merupakan upaya sistematis untuk memahami kondisi aktual dari penerapan suatu sistem informasi. Melalui proses ini, dapat dianalisis sejauh mana pencapaian pelaksanaan sistem, serta dirumuskan langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan efektivitas dan kinerja implementasinya. Tujuan evaluasi sistem informasi adalah untuk menilai manfaat yang diperoleh dari penggunaan sistem serta mengidentifikasi potensi kendala yang dihadapi oleh pengguna (Juli et al., 2024).

Evaluasi sistem informasi dapat dipahami sebagai suatu proses untuk menghimpun serta menganalisis data dalam rangka menilai tingkat ketercapaian tujuan sistem, sekaligus menemukan bagian yang belum optimal beserta faktor penyebabnya. Temuan dari evaluasi ini selanjutnya dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan maupun penyusunan strategi perbaikan sistem nantinya.

2.1.10 Uang Elektronik

Berdasarkan Pasal 1 Ayat 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014, *Electronic Money* diartikan sebagai instrumen pembayaran yang memiliki beberapa karakteristik (Bank Indonesia, 2014), yaitu:

- a. diterbitkan berdasarkan sejumlah dana yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang tersebut tersimpan secara elektronik dalam media server atau chip;
- c. dapat digunakan sebagai sarana pembayaran kepada pihak pedagang yang tidak menerbitkan uang elektronik tersebut; dan
- d. dana yang tersimpan dalam uang elektronik dikelola oleh penerbit, namun tidak termasuk dalam kategori simpanan sebagaimana diatur dalam peraturan perbankan.

Nilai uang elektronik sendiri merujuk pada sejumlah dana yang disimpan dalam bentuk digital pada media server atau chip dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi maupun transfer dana. Berdasarkan ketentuan tersebut, uang elektronik terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. *registered*, yakni uang elektronik yang identitas pemegangnya tercatat dan terdaftar pada penerbit, sertag elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit; dan
- b. *unregistered*, yaitu uang elektronik yang identitas pemegangnya tidak terdaftar maupun tercatat pada penerbit.

Adapun fasilitas yang ditawarkan penerbit kepada pemegang uang elektronik registered meliputi registrasi pengguna, pengisian ulang (*top up*), pembayaran transaksi, pembayaran tagihan, transfer dana, hingga penarikan tunai. Sementara itu, pemegang uang elektronik unregistered hanya dapat memanfaatkan layanan pengisian ulang (*top up*), pembayaran transaksi, dan pembayaran tagihan.

2.1.11 Balipay

Dilansir melalui website resmi Bank BPD Bali (bpd Bali.co.id), Balipay merupakan layanan uang elektronik berbasis aplikasi server-based mobile yang diterbitkan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Bali. Layanan ini dikembangkan sebagai bentuk dukungan terhadap transaksi keuangan digital di Provinsi Bali, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. BaliPay telah terdaftar dan memperoleh izin yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dengan nomor 24/266/DKSP/Srt/B. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan masyarakat Bali dan pengunjung untuk melakukan berbagai jenis pembayaran secara elektronik, tanpa perlu menggunakan uang tunai.

Dalam implementasinya, Balipay menawarkan beragam fitur pendukung transaksi digital sebagai berikut:

a. Balipay *Basic* Standar

Balipay *Basic* Standar adalah layanan di mana pengguna hanya perlu mendaftar menggunakan nomor telepon seluler dan mendapatkan akses pada saldo serta fitur yang standar.

b. Balipay Premium

Balipay Premium merupakan layanan lanjutan yang dapat diakses setelah pengguna melakukan pendaftaran lengkap sebagai pengguna *Basic Standard*. Melalui layanan ini, pengguna memperoleh akses terhadap saldo dan fitur dengan layanan penuh (*full service*).

c. Balipay QRIS

Fitur Balipay QRIS memungkinkan pengguna melakukan transaksi pembayaran di seluruh merchant atau toko yang menerima QRIS, baik dalam bentuk transaksi online maupun offline.

d. Isi Saldo (*Top Up*)

Pengisian saldo (*top up*) Balipay dapat dilakukan melalui fitur *Buat Kode Top Up* atau *Virtual Account*. Pembayaran dapat dilakukan melalui berbagai kanal, seperti ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Teller Bank BPD Bali, serta transfer dari bank lain dengan memilih Bank BPD Bali atau menggunakan kode bank 129 yang diikuti dengan kode prefix 99888 serta nomor telepon seluler pengguna.

e. Layanan Pembayaran dan Tagihan

Aplikasi Balipay menyediakan fasilitas pembayaran untuk berbagai kebutuhan, antara lain meliputi layanan seperti pembelian tiket objek wisata, pembayaran pajak dan retribusi daerah, kontribusi dari wisatawan, tagihan listrik (PLN), air bersih rumah tangga (PDAM), telepon rumah (Telkom), telepon seluler,

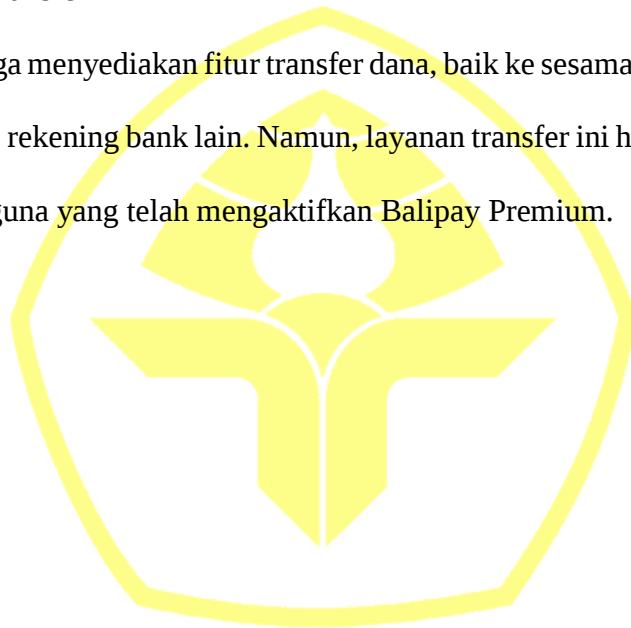
transaksi melalui e-commerce, biaya pendidikan, serta berbagai tagihan lainnya.

f. Pembelian Digital

Melalui Balipay, pengguna dapat melakukan pembelian produk digital seperti pengisian pulsa telepon genggam, paket internet, maupun token listrik Prabayar dari PLN, voucher digital, serta produk serupa lainnya.

g. Layanan Transfer

Balipay juga menyediakan fitur transfer dana, baik ke sesama pengguna Balipay maupun ke rekening bank lain. Namun, layanan transfer ini hanya dapat diakses oleh pengguna yang telah mengaktifkan Balipay Premium.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 7 Kajian Empiris

Peneliti dan Metode	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Analisis Penerimaan Aplikasi FLIP dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) oleh FITRIA et al., 2023. Menggunakan metode kuantitatif dengan survei dan sampling jenuh.	Menganalisis penerimaan aplikasi FLIP dengan fokus pada persepsi kemudahan dan kebermanfaatan.	PEOU dan PU berpengaruh signifikan terhadap penerimaan aplikasi.	Sama-sama meneliti penerimaan aplikasi keuangan berbasis digital dengan model TAM.	Fokus penelitian adalah aplikasi FLIP, sedangkan penelitian ini berfokus pada Balipay.
Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA <i>Mobile</i> di Kota Malang	Menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan dari aplikasi BCA <i>Mobile</i>	PU, PEOU, dan <i>Behavioral Intention to Use</i> berpengaruh terhadap penggunaan nyata.	Sama-sama meneliti suatu aplikasi perbankan digital dengan TAM	Subjek penelitian adalah pengguna BCA <i>Mobile</i> di Malang, sementara penelitian saya fokus

Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) oleh Christopher et al., 2022. Menggunakan metode kuantitatif dengan survei.				pada Balipay di Provinsi Bali.
Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan <i>Mobile Banking</i> dengan Pendekatan Model TAM pada Bank BRI Kantor Cabang Renon oleh Kresna, I., Gede, I., & Sarjana, 2023. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh <i>trust</i> , PR, PU, dan PEOU terhadap ITU <i>mobile banking</i> BRIImo, dan untuk mengetahui upaya Bank BRI Cabang Renon dalam meningkatkan minat penggunaan BRIImo oleh nasabahnya.	<i>Trust</i> , PR, PU, dan PEOU berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap ITU <i>mobile banking</i> BRIImo.	Sama-sama menggunakan model TAM sebagai kerangka kerja untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan sistem keuangan. Keduanya juga berfokus pada analisis sistem keuangan, yang menunjukkan	Perbedaan antara kedua penelitian terletak pada objek yang diteliti, serta tahun penelitian yang berbeda, yaitu 2023 dan 2025.

pendekatan regresi linier berganda.			relevansi dan pentingnya teknologi dalam meningkatkan kinerja keuangan.	
<i>Conceptual Model for Adoption of Mobile Banking Technology in Savings and Loans Cooperatives</i> oleh Hariyanti et al., 2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.	Untuk mengidentifikasi serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi <i>mobile banking</i> di KSP, dengan harapan dapat membangun model penerimaan yang aplikatif.	Hasil studi menunjukkan adanya dua faktor utama yang memengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan <i>mobile banking</i> , yaitu faktor kepercayaan pengguna meliputi PR dan SI serta faktor sikap pengguna yang terdiri dari PU, PEOU, dan CA.	Berfokus pada model adopsi teknologi dengan pendekatan TAM.	Terletak pada objek dan pada periode waktu yang tidak sama.

<i>Emerging Market & Mobile Technology Usage:</i> <i>Evaluating Intention to Use Mobile Banking in India</i> oleh Hassan & Nika, 2022. Menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner terstruktur. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).	Menyelidiki faktor yang mempengaruhi niat untuk mengadopsi <i>mobile banking</i> di India, serta mengidentifikasi hambatan yang ada dari perspektif pengguna untuk meningkatkan pemahaman tentang perilaku pengguna dan penggunaan teknologi.	Terdapat tujuh dimensi yang berpengaruh positif terhadap niat pengguna untuk mengadopsi <i>mobile banking</i>, yaitu: PU, PEOU, <i>Facilitating Conditions</i>, <i>Relative Advantage</i>, <i>Trust</i>, <i>Perceived Self-Efficacy</i>, dan <i>Awareness</i>. Sementara itu, dua faktor, yaitu PR dan SI, memiliki pengaruh negatif terhadap niat adopsi <i>mobile banking</i>.	Menggunakan TAM untuk menganalisis adopsi teknologi.	Penelitian dilakukan di India, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengguna di Bali.
--	--	---	---	--

Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik oleh M. E. Safira & Susanti, 2020. Menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik <i>sampling Purposive sampling</i>	Menelaah pengaruh literasi keuangan, promosi uang elektronik, serta persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan individu dalam menggunakan uang elektronik, baik secara bersama-sama maupun secara terpisah	Secara simultan, literasi keuangan, promosi uang elektronik, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Namun, secara parsial, hanya promosi uang elektronik dan kemudahan pengguna yang berpengaruh signifikan, sementara literasi	Meneliti determinan yang berkontribusi terhadap kecenderungan individu dalam memanfaatkan layanan uang elektronik	Fokus penelitian adalah pada keputusan penggunaan uang elektronik secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada aplikasi Balipay.
--	--	--	---	--

		keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik.		
<i>Evaluation of Digital Banking Application Adoption Based on the Technology Acceptance Model (TAM) oleh Nihayah & Purnama, 2024. Menggunakan metode kuantitatif dengan PLS-SEM.</i>	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi digital banking.	PEOU dan PU berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan.	Sama-sama menekankan peran PEOU dan PU sebagai determinan utama yang mempengaruhi niat penggunaan.	Studi ini mengkaji adopsi digital banking secara umum, sedangkan penelitian ini secara spesifik fokus pada aplikasi pembayaran digital Balipay.
<i>Understanding Mobile Banking Adoption via The Technology</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan	Kedua penelitian menggunakan TAM untuk memahami	Studi ini dilakukan di Yordania, sementara penelitian ini berfokus

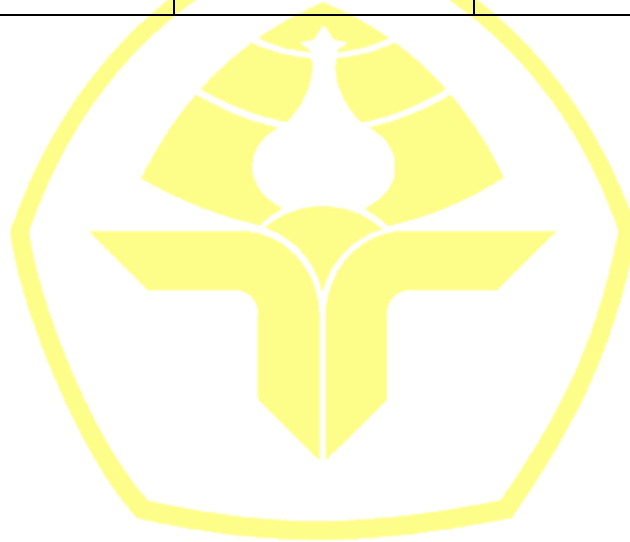
<i>Acceptance Model:</i> <i>Evidence from Jordan</i> oleh Rababa et al., 2025. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna layanan perbankan di Yordania.	memengaruhi penerimaan mobile banking di Yordania dengan menggunakan kerangka TAM. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku pengguna serta tantangan yang muncul dalam proses adopsi teknologi perbankan modern	(PU) merupakan <i>predictor</i> utama yang mempengaruhi niat masyarakat Yordania untuk mengadopsi <i>mobile</i> <i>banking</i>. Selain itu, persepsi risiko juga berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking, sementara persepsi kemudahan (PEOU) menjadi penghalang signifikan namun moderat terhadap adopsi. Penelitian ini juga menemukan	adopsi layanan perbankan mobile/digital.	pada pengguna di Bali, sehingga latar budaya dan dinamika pasar berbeda.
--	--	--	---	--

		bahwa pengaruh sosial (SI) memiliki peran penting dalam adopsi layanan <i>mobile banking</i>, sedangkan kepercayaan (<i>trust</i>) tidak berpengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan layanan tersebut.		
<i>The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust as Intervening Variabels on Internets in Using Digital Banks among</i>	Mengkaji pengaruh PEOU, PU, dan <i>trust</i> terhadap minat penggunaan bank digital.	PEOU dan PU berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i>, PU dan <i>trust</i> berpengaruh signifikan terhadap ITU, PEOU tidak	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan kerangka teori TAM dan berfokus pada analisis niat	Perbedaan utama antara kedua penelitian terletak pada pengembangan model. Penelitian yang dilakukan oleh Rizkyla et al. menambahkan variabel <i>trust</i> sebagai

<i>Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z)</i> oleh Rizkyla et al., 2024, menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis SEM menggunakan SmartPLS terhadap 170 responden generasi Z dan Milenial.		signifikan terhadap ITU.	penggunaan (ITU) suatu teknologi.	variabel mediasi, sedangkan dalam penelitian ini ditambahkan tiga variabel pengembang yang mendukung model TAM, yaitu PR, CA, dan SI.
<i>Evaluating the Sabah Pay Mobile Application (e-Wallet) Using the Technology Acceptance Model</i> oleh Jupit et al., 2025. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang	Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi <i>e-wallet</i> Sabah Pay dengan menitikberatkan pada dua dimensi utama,	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa persepsi kegunaan (PU) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Kedua penelitian menerapkan TAM untuk mengkaji penerimaan pengguna terhadap aplikasi pembayaran digital, dengan menggunakan	Studi Sabah Pay berfokus pada kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>) sebagai variabel utama, sedangkan penelitian Balipay meneliti niat penggunaan (ITU)

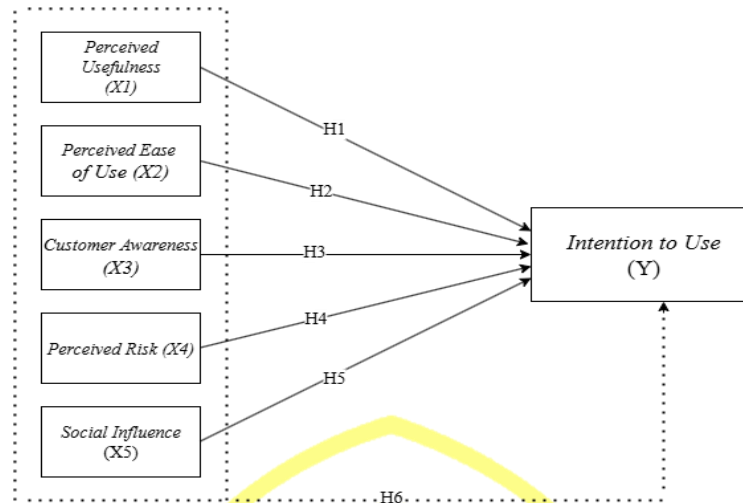
melibatkan pengguna aplikasi Sabah Pay.	yaitu persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam pemanfaatan aplikasi tersebut, sekaligus memberikan masukan yang relevan bagi praktisi maupun regulator guna meningkatkan pengalaman pengguna serta mendorong adopsi	(CS), meskipun terdapat korelasi positif yang relatif lemah. Sebaliknya, persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin sederhana dan praktis aplikasi digunakan, maka tingkat kepuasan pengguna juga semakin meningkat. Hasil ini menekankan bahwa aspek kemudahan	instrumen kuesioner sebagai metode pengumpulan data.	sebagai indikator penerimaan teknologi.
---	--	---	--	---

	layanan pembayaran digital di Sabah	penggunaan memiliki peran krusial dalam mendorong kepuasan terhadap layanan <i>e-wallet</i> .		
--	-------------------------------------	---	--	--



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis



Gambar 2. 2 Kerangka Konsep

Sumber: Data diolah, 2025

Kerangka konseptual tersebut menjelaskan keterkaitan antara lima variabel independen dengan satu variabel dependen, yang difokuskan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intention to use terhadap aplikasi Balipay. Merujuk pada Gambar 2.2, keterhubungan antarvariabel tersebut menjadi landasan dalam penyusunan hipotesis penelitian berikut

2.3.1 Pengaruh PU terhadap ITU

PU diartikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini bahwa penggunaan Balipay dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan transaksi. Pengguna cenderung memilih aplikasi yang mereka anggap memberikan manfaat yang signifikan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria et al.

(2023), Christopher et al. (2022), Nihayah & Purnama (2024), serta Rababa et al. (2025), yang mengungkapkan bahwa PU memiliki pengaruh positif terhadap ITU. Dengan merujuk pada temuan tersebut, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: PU berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

2.3.2 Pengaruh PEOU terhadap ITU

PEOU didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan aplikasi Balipay dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Semakin sederhana suatu aplikasi untuk dioperasikan, semakin besar pula kemungkinan pengguna memiliki niat untuk memanfaatkannya. Hasil ini konsisten dengan penelitian Fitria et al. (2023), Christopher et al. (2022), serta Nihayah & Purnama (2024), yang menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh positif terhadap ITU dalam konteks layanan keuangan digital. Berdasarkan landasan tersebut, hipotesis penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut

H2: PEOU berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

2.3.3 Pengaruh CA terhadap ITU

Untuk menarik minat pengguna, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah proaktif dan merancang strategi yang efektif. Pelanggan cenderung memilih layanan yang memberikan manfaat paling tinggi bagi mereka. Oleh karena itu, perusahaan

harus meningkatkan customer awareness dengan menjelaskan bagaimana layanan yang ditawarkan dapat memberikan nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap suatu layanan akan memperbesar kemungkinan pelanggan untuk menggunakannya (Tiwari et al., 2021). Dalam konteks model penerimaan teknologi (TAM), CA dapat meningkatkan PU dan PEOU yang pada akhirnya mendorong ITU (Davis, 1989). Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Hassan & Nika (2022), yang menyatakan bahwa pelanggan dengan pengetahuan lebih luas mengenai manfaat suatu layanan cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa semakin baik tingkat CA, maka semakin besar pula ITU terhadap layanan teknologi. Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3: CA berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

2.3.4 Pengaruh PR terhadap ITU

PR didefinisikan sebagai bagaimana kondisi ketidakpastian yang muncul dalam penggunaan aplikasi Balipay akibat sifat infrastruktur teknologi internet yang terbuka. Risiko yang dihadapi pelanggan terutama berkaitan dengan aspek keamanan serta perlindungan kerahasiaan data (Hariyanti et al., 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rababa et al. (2025), yang membuktikan bahwa PR berpengaruh positif

terhadap ITU dalam konteks layanan keuangan. Dengan merujuk pada temuan tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: PR berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

2.3.5 Pengaruh SI terhadap ITU

SI merujuk pada perubahan sikap atau perilaku individu yang dipengaruhi oleh interaksi dengan pihak lain. Faktor ini **diamati** melalui peran lingkungan sekitar dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rababa et al. (2025), yang menunjukkan bahwa SI memiliki pengaruh positif terhadap ITU dalam konteks keuangan digital. Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

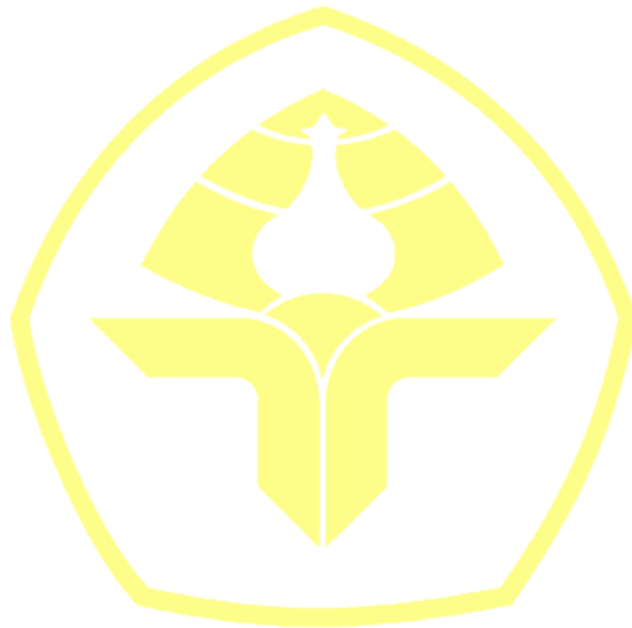
H5: SI berpengaruh signifikan terhadap ITU dalam penggunaan aplikasi Balipay.

2.3.6 Pengaruh PU, PEOU, CA, PR dan SI terhadap ITU

Secara bersama-sama PU, PEOU, CA, PR dan SI berperan sebagai faktor yang memengaruhi ITU. Hal ini sejalan dengan kerangka TAM yang menyatakan bahwa penerimaan serta penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh variabel-variabel tersebut. Meskipun demikian, minat penggunaan masih memerlukan kajian penelitian yang lebih mendalam untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Hariyanti et al., 2021 yang menunjukkan bahwa kelima

faktor tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan niat menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H6: PU, PEOU, CA, PR, dan SI berpengaruh signifikan terhadap ITU dalam penggunaan aplikasi Balipay.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Provinsi Bali dengan fokus pada pengguna aplikasi Balipay. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran Balipay sebagai salah satu platform transaksi digital yang mulai banyak digunakan di Bali, baik oleh individu maupun pelaku usaha. Provinsi Bali dipilih karena ketersediaan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian serta kemudahan dalam pengumpulan data melalui distribusi kuesioner secara daring maupun luring.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam hal ini didefinisikan sebagai himpunan subjek atau objek dengan sifat serta karakter tertentu yang dijadikan fokus kajian oleh peneliti. Populasi ini digunakan sebagai dasar untuk pengambilan data dan analisis, sehingga memungkinkan peneliti menarik kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menetapkan populasi berupa pengguna aplikasi Balipay hingga akhir Desember 2024 dengan total 115.814 individu.

3.2.2 Sampel

Sampel diartikan sebagai subset dari populasi yang memiliki karakteristik khusus. Temuan dari analisis sampel dapat digunakan untuk mewakili dan digeneralisasikan pada keseluruhan populasi (Sugiyono, 2013). Oleh sebab itu, proses pemilihan sampel perlu dilakukan secara teliti agar representatif serta dapat mencerminkan karakteristik populasi secara tepat. Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditetapkan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = *sample*

N = jumlah populasi

e = *error* atau tingkat kesalahan dalam hal ini penulis menentukan 10%

Dengan demikian, maka sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{115.814}{1 + (115.814 \times 0.10)^2}$$

$$n = \frac{115.814}{1 + (115.814 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{115.814}{1 + 1.158,14}$$

$$n = \frac{115.814}{1.159,14}$$

$$n \approx 99,91$$

$$= 100 \text{ sampel (dibulatkan)}$$

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang berperan sebagai faktor penentu atau pemberi pengaruh terhadap variabel lain, dan lazim dilambangkan dengan simbol "X" (Sugiyono, 2013). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu:

a. *Perceived Usefulness* (X_1)

PU merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas kinerjanya. PU juga dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan transaksi online (Aditya & Dwiana Putra, 2021) (Purwanza et al., 2022).

b. *Perceived Ease of Use* (X_2)

PEOU merupakan sejauh mana seseorang menilai kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin sedikit upaya yang diperlukan, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pengguna dalam memanfaatkan teknologi tersebut (Azizah & Andarini, 2023).

c. *Customer Awareness (X₃)*

CA mengacu pada sejauh mana pelanggan memiliki pemahaman dari informasi mengenai karakteristik suatu produk atau layanan, termasuk manfaat, fitur dan kegunaannya. Selain itu, CA juga mencerminkan seberapa besar pengaruh informasi tersebut terhadap minat pelanggan dalam mencoba, mempertimbangkan, serta mengingat untuk menggunakan produk atau layanan tersebut di masa mendatang (Akaileh & Almrafee, 2023).

d. *Perceived Risk (X₄)*

PR mengacu pada ketidakpastian atau kekhawatiran yang dirasakan pengguna mengenai kemungkinan dampak negatif dari penggunaan suatu teknologi atau aplikasi. Kekhawatiran ini dapat meliputi aspek perlindungan data pribadi, risiko menjadi korban penipuan, serta potensi kesalahan dalam proses transaksi (Kahar, A., Wardi, Y., 2018)

e. *Social Influence (X₅)*

SI diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa individu lain yang dipercayainya menyarankan untuk menggunakan sistem baru, di mana faktor ini memiliki hubungan positif dengan niat perilaku dalam mengadopsi teknologi (Effendy et al., 2021).

3.3.2 Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan biasanya dilambangkan dengan simbol “Y”. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dianalisis adalah ITU yaitu kecenderungan atau keinginan individu untuk terus memanfaatkan suatu teknologi atau aplikasi dalam aktivitas sehari-hari (Shanmugavel et al., 2024).

Berdasarkan variabel-variabel yang telah diidentifikasi di atas, pertanyaan kuesioner disusun untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Balipay. Adapun pertanyaan kuesioner yang dirancang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Daftar Pernyataan Kuesioner

Variabel		
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>		
PU ₁	<i>Transaction Speed</i>	Saya merasa aplikasi Balipay memiliki kecepatan akses yang baik.
PU ₂	<i>Management Policy Support</i>	Kebijakan pengembangan aplikasi Balipay merupakan keputusan manajemen yang tepat.
PU ₃	<i>Application Effectiveness</i>	Aplikasi Balipay sangat efektif dan bermanfaat dalam kegiatan keuangan saya.

PU ₄	<i>Support for Activites</i>	Aplikasi Balipay mendukung berbagai aktivitas transaksi keuangan saya.
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>		
PEOU ₁	<i>Time Efficiency</i>	Aplikasi Balipay membantu saya menghemat waktu.
PEOU ₂	<i>System Reliability</i>	Aplikasi Balipay selalu berjalan dengan baik dan tidak pernah mengalami kesalahan.
PEOU ₃	<i>Ease of Use</i>	Aplikasi Balipay mudah digunakan.
PEOU ₄	<i>Flexibility</i>	Aplikasi Balipay sangat fleksibel dan dapat digunakan dimanapun kapanpun.
<i>Customer Awareness (CA)</i>		
CA ₁	<i>Account Recognition</i>	Saya dapat mengenali dan mengingat informasi akun aplikasi Balipay, seperti nama pengguna dan kata sandi.
CA ₂	<i>Service Understanding</i>	Prosedur penggunaan aplikasi Balipay mudah dipahami dan sistematis.

CA ₃	<i>Usage Interest</i>	Saya senang menggunakan aplikasi Balipay karena tampilannya sederhana dan elegan.
CA ₄	<i>Service Preference</i>	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi Balipay untuk pembayaran dan transaksi keuangan dibandingkan metode lainnya.
<i>Perceived Risk (PR)</i>		
PR ₁	<i>Risk Awareness</i>	Saya menyadari pentingnya menjaga kerahasiaan nama pengguna dan kata sandi saat menggunakan aplikasi Balipay.
PR ₂	<i>Response to Device Loss</i>	Saya akan segera melaporkan kepada pihak Balipay jika terjadi kehilangan perangkat.
PR ₃	<i>Risk Acceptance</i>	Meskipun memiliki risiko, saya tetap menganggap aplikasi Balipay sebagai kebutuhan penting.
PR ₄	<i>Security Assurance</i>	Saya percaya bahwa keamanan aplikasi Balipay dijamin oleh organisasi pengembang.

<i>Social Influence (SI)</i>		
SI ₁	<i>Peer Influence</i>	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena mendapat rekomendasi dari teman.
SI ₂	<i>Family Influence</i>	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena disarankan oleh anggota keluarga.
SI ₃	<i>Community Influence</i>	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena diperkenalkan oleh komunitas atau koperasi tempat saya bergabung.
<i>Intention to Use (ITU)</i>		
ITU ₁	<i>Continued Usage Intention</i>	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi Balipay di masa depan.
ITU ₂	<i>Feature Suitability</i>	Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi Balipay lengkap dan mudah dipahami.
ITU ₃	<i>Technological Relevance</i>	Aplikasi Balipay sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman.

ITU ₄	<i>Recommendation Intention</i>	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Balipay kepada orang lain.
------------------	---------------------------------	--

Sumber: Hariyanti et al., 2021

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer dapat diartikan sebagai data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara, sehingga mencerminkan informasi autentik dan relevan dengan tujuan penelitian (Rahmadi, 2011). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh responden yang menggunakan aplikasi Balipay.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder dapat diartikan sebagai data yang dikumpulkan dari referensi yang telah ada sebelumnya, seperti laporan, dokumen, atau publikasi yang mendukung penelitian (Rahmadi, 2011). Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh langsung dari Bank BPD Bali Kantor Pusat, seperti data jumlah pengguna aplikasi Balipay.

3.5 Jenis Peneliatan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor dalam TAM terhadap ITU aplikasi Balipay. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna potensial aplikasi Balipay. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Dalam hal ini, responden dipilih secara sengaja untuk memastikan bahwa mereka adalah individu yang benar-benar pernah menggunakan aplikasi Balipay. Penggunaan teknik *purposive sampling* dianggap tepat karena model TAM secara khusus menitikberatkan pada persepsi dan pengalaman pengguna terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, hanya individu yang telah menggunakan aplikasi Balipay yang dianggap relevan untuk memberikan penilaian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi tersebut (Santina et al., 2021). Dengan demikian, teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan (*critical success factor*) dari aplikasi Balipay.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian merupakan serangkaian prosedur atau metode yang digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan

dengan tujuan studi. Pemilihan teknik ini sangat penting karena berpengaruh terhadap tingkat validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Oleh karena itu, metode yang dipilih harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, karakteristik data yang diperlukan, ketersediaan sumber daya, serta pertimbangan etika yang terkait (Dr. Zainuddin Iba, SE, 2019).

3.6.1 Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Pada penelitian ini, peneliti menghimpun dan menelaah berbagai literatur, meliputi buku, artikel, jurnal, serta sumber informasi relevan lainnya. Melalui kajian tersebut, diperoleh konsep, teori, dan definisi yang dijadikan landasan dalam proses analisis penelitian. Data yang digunakan bersumber dari data primer maupun sekunder.

3.6.2 Riset Lapangan (*Field Research*)

- a. Metode kuesioner dilakukan dengan memberikan angket berisi pertanyaan kepada pengguna aplikasi Balipay di wilayah Provinsi Bali, yang bertujuan untuk mengumpulkan data primer. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel PU, PEOU, CA, PR, SI, dan ITU pada aplikasi Balipay. Skala pengukuran yang digunakan adalah Likert dengan lima tingkat jawaban, yaitu nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), nilai 2 untuk Tidak Setuju (TS), nilai 3 untuk Normal (N), nilai 4 untuk Setuju (S), dan nilai 5 untuk Sangat Setuju (SS).

- b. Teknik wawancara digunakan dengan cara melakukan percakapan secara langsung dengan informan yang memiliki kewenangan, guna mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.
- c. Teknik dokumentasi dilakukan dengan menghimpun data dari sumber tertulis mengenai aplikasi Balipay, seperti buku, artikel, jurnal, dan tabloid yang memberikan informasi terkait sejarah, produk, serta faktor lain yang menunjang penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen ditentukan oleh validitas dan reliabilitas alat ukur, sedangkan kualitas data sangat dipengaruhi oleh ketepatan metode pengumpulan data yang digunakan. Oleh karena itu, pemenuhan validitas dan reliabilitas pada setiap variabel menjadi hal yang esensial agar hasil penelitian dapat (Auliya et al., 2020).

a. Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan data yang diperoleh peneliti dengan kondisi nyata dari objek penelitian. Artinya, data dikatakan valid apabila informasi yang dilaporkan sesuai dengan keadaan sebenarnya tanpa mengalami penyimpangan (Auliya et al., 2020). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis korelasi Pearson antara skor tiap

butir pernyataan dengan skor total. Suatu item dianggap valid apabila nilai korelasi yang diperoleh (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, di mana n menunjukkan jumlah responden.

b. Reliabilitas

Reliabilitas diuji guna memastikan sejauh mana jawaban responden pada suatu instrumen penelitian bersifat konsisten (Devi et al., 2024). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat yang perlu dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memiliki estimasi yang tepat, tidak bias, serta konsisten secara optimal (Aditiya et al., 2023). Pengujian ini terdiri dari empat tahap, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi distribusi data dalam model regresi dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig, dimana data

dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05, sedangkan jika nilai signifikan kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Uji statistic yang digunakan yaitu normal probability plots (Normal P-Plot) untuk analisis grafik, dan uji Kolmogorov-smirnov untuk analisis tabel.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi potensi penyimpangan yang muncul akibat adanya hubungan linier antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan memperhatikan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai toleransi melebihi 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians pada model regresi. Gejala heteroskedastisitas dapat terdeteksi apabila pola sebaran titik menunjukkan bentuk tertentu, seperti bergelombang, melebar, atau menyempit. Sebaliknya, jika sebaran titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa pola yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Devi et al., 2024). Metode scatterplot digunakan dalam penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan antara dua atau lebih variabel, sekaligus untuk mengetahui arah hubungan yang terbentuk antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) (Devi et al., 2024). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah ITU, sedangkan variabel bebasnya terdiri dari PU, PEOU, CA, PR, dan SI. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan model matematis yang dianalisis dengan bantuan SPSS versi 27.

3.7.4 Uji Hipotesis

a. Uji t

Melalui uji t dapat dilihat kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Dalam pengujian ini, terdapat dua hipotesis yang diuji, yaitu hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa parameter $\beta_i = 0$, sehingga variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, serta hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa parameter $\beta_i \neq 0$, yang berarti variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai apakah model regresi yang dibangun mampu secara keseluruhan menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berbeda dengan uji t yang menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F menilai kontribusi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini, terdapat dua hipotesis utama (Ghozali, 2018):

1) Hipotesis nol (H_0)

Semua koefisien regresi sama dengan nol ($b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$), yang berarti tidak ada hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen.

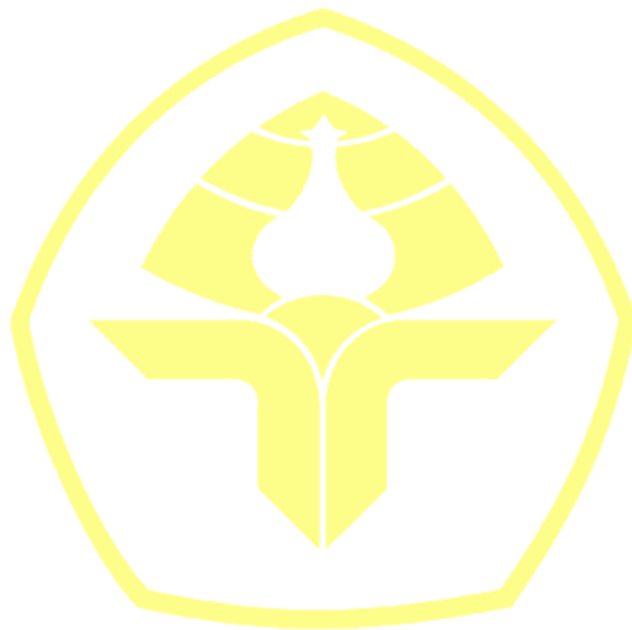
2) Hipotesis alternatif (H_a)

Setidaknya satu koefisien regresi tidak sama dengan nol ($b_1 \neq b_2 \neq \dots b_k \neq 0$), yang menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk menilai seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1. Apabila nilai R^2 rendah, maka variabel independen hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam

memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Umumnya, pada data cross-section nilai R^2 cenderung rendah karena terdapat perbedaan yang cukup besar antar pengamatan, sedangkan pada data time series nilai R^2 biasanya lebih tinggi akibat adanya pola hubungan antarvariabel yang lebih stabil (Ghozali, 2018).



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran

4.1.1 Sejarah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali



Gambar 4. 1 Logo PT. Bank Pembangunan Daerah Bali

Sumber: *bpd Bali.co.id*

PT. Bank Pembangunan Daerah Bali didirikan sebagai upaya Pemerintah Provinsi Bali untuk meningkatkan perekonomian daerah dengan memperkuat sektor keuangan. Berdiri pada tanggal 5 Juni 1962, Bank BPD Bali awalnya berfungsi sebagai lembaga keuangan yang berfokus pada pembangunan daerah. Pendirian Bank BPD

Bali ini didasarkan pada Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 6 Tahun 1962, yang menjadi landasan hukum bagi operasionalnya.

Pada masa awal berdirinya, Bank BPD Bali berperan sebagai bank pembangunan yang bertujuan untuk mengelola dana yang bersumber dari masyarakat lokal serta menyediakan pembiayaan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat dan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tujuannya adalah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di Bali, khususnya dalam sektor pertanian, pariwisata, dan industri kecil yang menjadi pilar utama ekonomi daeran.

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat dan perkembangan perekonomian, pada tahun 1969, Bank BPD Bali mengalami perubahan status menjadi bank umum. Perubahan ini bertujuan untuk memperluas layanan perbankan yang diberikan, tidak hanya terbatas pada sektor pembangunan daerah, tetapi juga meliputi layanan perbankan umum seperti simpanan, kredit, dan berbagai produk keuangan lainnya.

Selama perjalananya, Bank BPD Bali terus berinovasi dan memperluas jangkauan layanannya. salah satu langkah signifikan yang diambil adalah dengan melakukan modernisasi sistem teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi layanan. Bank BPD Bali telah mengembangkan berbagai produk dan layanan digital, termasuk Balipay, sebuah aplikasi mobile banking yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara digital. Aplikasi ini menjadi bagian dari strategi Bank BPD Bali untuk menjawab tantangan era digitalisasi, memperluas akses perbankan, dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hingga saat ini, Bank BPD Bali memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Bali, terutama dalam mendukung sektor UMKM dan pariwisata. Bank ini berfokus pada pemberdayaan ekonomi lokal dengan memberikan akses pembiayaan kepada pelaku usaha di berbagai sektor yang menjadi unggulan provinsi Bali.

Berbagai penghargaan telah diraih oleh Bank BPD Bali atas komitmen dan kinerjanya dalam industri perbankan. Penghargaan ini mencerminkan kepercayaan masyarakat dan keberhasilan bank dalam menjalankan fungsinya sebagai bank pembangunan daerah yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Sejalan dengan hal tersebut, Bank BPD Bali konsisten dalam upayanya untuk menjadi pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Bali serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat Bali.

4.1.2 Identitas Perusahaan

Berikut ini merupakan identitas PT. Bank Pembangunan Daerah Bali:

Nama Perusahaan : PT. Bank Pembangunan Daerah Bali

Bidang Usaha : Bank Umum Devisa

Alamat : Jalan Raya Puputan, Niti Mandala, Denpasar, Bali,
Indonesia

Telepon : (0361) 237691

Izin : Surat Keputusan Menteri Urusan Bank Sentral Gubernur
Bank Negara Indonesia No.Kep. 110/025/65.-

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

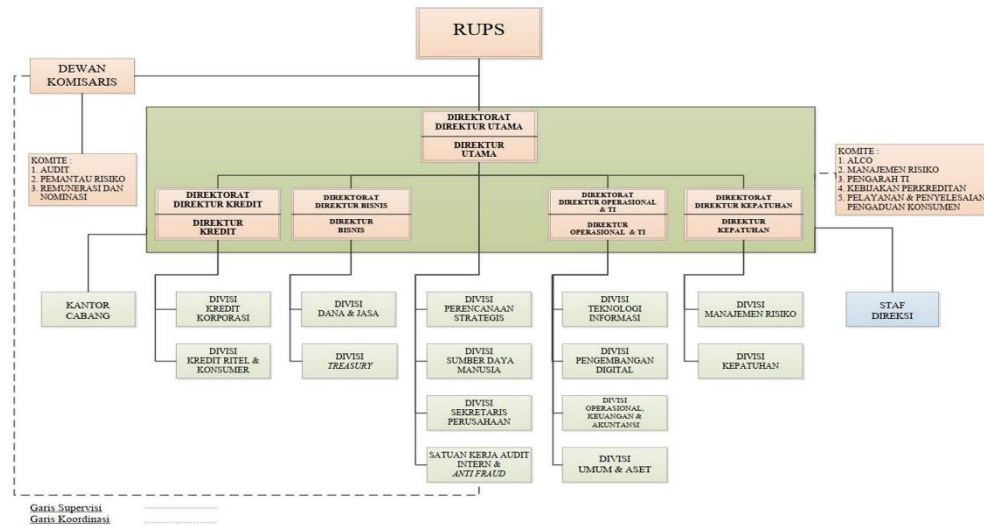
Berikut ini merupakan visi dan misi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali:

- Visi : Menjadi Bank yang Kuat, Berdaya Saing Tinggi, dan Terkemuka dalam Melayani UMKM serta Berkontribusi bagi Pertumbuhan Perekonomian Daerah yang Berkelanjutan
- Misi :
2. Memberikan Solusi Produk, Layanan, dan/atau Jasa Keuangan yang Inovatif melalui Pengembangan Ekosistem Digital
 3. Memberdayakan Sektor UMKM dalam rangka Menggerakkan Pembangunan Daerah
 4. Meningkatkan Kualitas SDM, Teknologi dan Informasi serta Budaya Perusahaan
 5. Meningkatkan Penerapan Tata Kelola yang Baik, Manajemen Risiko, dan Pengendalian dalam Operasional Organisasi.
 6. Meningkatkan Kepedulian Sosial bagi Komunitas dan Lingkungan

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini merupakan struktur organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali yang ditampilkan pada gambar 4.2



Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali

Sumber: Keputusan Direksi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Nomor

0438/KEP/DIR/RENSTRA/2024

Uraian tugas dan tanggung jawab divisi Dana dan Jasa adalah

1. Perencanaan strategis dan anggaran

Menyusun dan mengevaluasi kebijakan, rencana kerja, serta anggaran tahunan guna mendukung pencapaian target bisnis Bank.

2. Manajemen dana dan produk jasa

Mengelola strategi funding, pengembangan produk simpanan (tabungan, giro, deposito), serta layanan cash management dan payroll untuk meningkatkan profit dan loyalitas nasabah.

3. Pengembangan bisnis digital dan payment channels

Merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis digital, layanan e-banking, card center, dan pengembangan terminal perbankan elektronik (ATM, CRM, EDC) yang mendukung transaksi 24/7.

4. Hubungan kelembagaan dan kemitraan strategis

Menjalin kerjasama dengan pemerintah (Pemda), BUMD, BLUD, koperasi, serta lembaga lainnya guna memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan basis dana pihak ketiga.

5. Literasi dan inklusi keuangan

Merancang dan melaksanakan program literasi serta inklusi keuangan yang efektif, serta melaporkannya kepada regulator (OJK/BI).

6. Pengawasan kualitas layanan dan pengelolaan risiko

Memastikan layanan kepada nasabah berjalan dengan baik melalui contact center, pengelolaan keluhan, survei kepuasan, serta penerapan strategi anti-fraud, manajemen risiko terintegrasi, budaya kepatuhan, dan perlindungan data pribadi.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Deskripsi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan aplikasi Balipay dengan menggunakan pendekatan TAM yang diperluas melalui penambahan tiga variabel. Populasi penelitian adalah seluruh pengguna aplikasi Balipay yang tercatat hingga bulan Desember 2024, yaitu sebanyak 115.814 pengguna. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 99,91 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini melibatkan enam variabel, yakni PU, PEOU, CA, PR, SI dan ITU.

4.2.2 Uji Instrumen Data

Karena pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, maka ketelitian serta kesungguhan responden dalam memberikan jawaban menjadi faktor yang sangat menentukan. Untuk menjamin kualitas data, dilakukan pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan memastikan bahwa instrumen benar-benar mampu mengukur konstruk yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi instrumen dalam menghasilkan jawaban yang stabil apabila digunakan secara berulang.

a. Uji Validitas

Penilaian terhadap validitas instrumen merupakan tahapan krusial dalam suatu penelitian untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mempresentasikan konstruk yang hendak diukur. Validitas

menunjukkan sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat, sehingga validitas instrumen menjadi elemen utama dalam menentukan kualitas dan ketepatan hasil penelitian (Aditya Wardhana, 2024)

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan didasarkan pada nilai korelasi Pearson antara setiap butir pernyataan dengan total skor dari variabel terkait. Korelasi ini menunjukkan sejauh mana suatu pertanyaan memiliki hubungan yang kuat dengan keseluruhan konstruk yang diukur. Suatu item dinyatakan valid apabila koefisien korelasi *Pearson* (r hitung) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji validitas secara lengkap disajikan pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> (X_1)	$X_{1,1}$	0.826	Valid
	$X_{1,2}$	0.818	Valid
	$X_{1,3}$	0.805	Valid
	$X_{1,4}$	0.747	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i> (X_2)	$X_{2,1}$	0.813	Valid
	$X_{2,2}$	0.878	Valid

	X _{2,3}	0.839	Valid
	X _{2,4}	0.845	Valid
<i>Customer Awareness (X₃)</i>	X _{3,1}	0.888	Valid
	X _{3,2}	0.903	Valid
	X _{3,3}	0.738	Valid
	X _{3,4}	0.822	Valid
<i>Perceived Risk (X₄)</i>	X _{4,1}	0.531	Valid
	X _{4,2}	0.379	Valid
	X _{4,3}	0.824	Valid
	X _{4,4}	0.664	Valid
<i>Social Influence (X₅)</i>	X _{5,1}	0.471	Valid
	X _{5,2}	0.413	Valid
	X _{5,3}	0.491	Valid
<i>Intention to Use (Y₁)</i>	Y _{1,1}	0,880	Valid
	Y _{1,2}	0.805	Valid
	Y _{1,3}	0.852	Valid
	Y _{1,4}	0.803	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, seluruh item instrumen pada masing-masing variabel dalam penelitian ini terbukti memenuhi kriteria validitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi *Perason* (*r* hitung) yang lebih tinggi

daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) serta didukung oleh nilai signifikansi (p -value) yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran variabel dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu alat ukur mampu memberikan hasil yang konsisten. Jika alat ukur tersebut tidak konsisten, maka data yang dihasilkan dapat diragukan keabsahannya (Purwanza et al., 2022). Oleh karena itu, pengujian reliabilitas instrumen menjadi langkah penting dalam proses penelitian untuk memastikan bahwa instrumen menjadi langkah penting dalam proses penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan menghasilkan data yang andal dan konsisten (Aditya Wardhana, 2024).

Pengujian reliabilitas pada instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Perceived Usefulness</i>	0.959	Reliabel
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	0.958	Reliabel
3	<i>Customer Awareness</i>	0.959	Reliabel
4	<i>Perceived Risk</i>	0.961	Reliabel
5	<i>Social Influence</i>	0.722	Reliabel
6	<i>Intention to Use</i>	0.959	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.2, diketahui bahwa semua instrumen penelitian memperoleh nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan bersifat reliabel atau memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat dipergunakan secara layak sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI BALI

4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Data karakteristik responden dikumpulkan guna memperoleh gambaran umum mengenai profil responden dalam penelitian ini, yang melibatkan sebanyak 100 responden. Informasi lebih detail mengenai karakteristik tersebut disajikan dalam Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
1	Jenis Kelamin	Laki - laki	40	40
		Perempuan	60	60
	Jumlah		100	100
2	Usia	< 20 tahun	35	35
		21 – 30 tahun	48	48
		31 – 40 tahun	4	4
		> 40 tahun	13	13
	Jumlah		100	100
3	Pendidikan Terakhir	SMA / sederajat	63	63
		Diploma	7	7
		Sarjana	24	24
		Pascasarjana	6	6
	Jumlah		100	100
4	Pekerjaan	Pelajar / mahasiswa	71	71
		Karyawan	25	25

		Wiraswasta	0	0
		Lainnya	4	4
		Jumlah	100	100
5	Frekuensi Penggunaan Aplikasi Balipay	Setiap hari	14	14
		2 – 3 kali	41	41
		seminggu		
		1 kali	20	20
		seminggu		
		Jarang	25	25
	Jumlah		100	100
6	Lama Menggunakan Aplikasi Balipay	< 1 bulan	25	25
		1 – 3 bulan	31	31
		> 3 bulan	44	44
	Jumlah		100	100

Sumber: Data diolah 2025

Mengacu pada Tabel 4.3, penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel. Berdasarkan jenis kelamin, proporsi terbesar berasal dari responden laki-laki sebanyak 60 orang atau 60%, sementara responden perempuan tercatat sebanyak 40 orang (40%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini, yang dapat mencerminkan tingkat keterlibatan mereka terhadap pengguna aplikasi Balipay.

Dari segi kelompok usia, responden terbanyak berada pada rentang 21 hingga 30 tahun, yakni sebanyak 40 individu (40%), disusul oleh mereka yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 35 orang (35%). Sisanya terdiri dari responden berusia 31-40 tahun (15%) dan di atas 40 tahun (10%). Sebagian besar responden termasuk dalam kategori usia produktif, yang secara umum lebih adaptif terhadap teknologi finansial yang berbasis digital.

Dilihat dari jenjang pendidikan terakhir yang ditempuh, mayoritas responden merupakan lulusan SMA/ sederajat dengan jumlah 63 orang (63%). Selanjutnya, terdapat 20 responden yang menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana (20%), sedangkan diploma dan pascasarjana masing-masing berjumlah 7%, serta kategori lainnya sebanyak 3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna Balipay memiliki latar belakang pendidikan menengah atas hingga perguruan tinggi.

Dari sisi profesi, sebagian besar responden berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, sebanyak 71 orang (71%). Sementara itu, responden yang bekerja sebagai karyawan berjumlah 10 orang, wiraswasta sebanyak 12 orang, dan lainnya 7 orang. Komposisi ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Balipay dalam studi ini didominasi oleh kalangan akademik atau generasi muda yang aktif secara digital.

Meninjau intensitas penggunaan aplikasi, mayoritas responden mengakses Balipay secara harian, yaitu sebanyak 44 orang (44%). Pengguna yang mengakses aplikasi 2 hingga 3 per minggu berjumlah 41 orang (41%), sedangkan 10% menggunakannya sekali seminggu dan 5% menggunakannya hanya sesekali. Ini

mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki keterlibatan rutin dalam memanfaatkan fitur Balipay.

Berdasarkan durasi penggunaan aplikasi, ditemukan bahwa 44 responden (44%) telah memanfaatkan Balipay lebih dari tiga bulan, 35 responden (35%) selama satu hingga tiga bulan, dan 21 orang (21%) menggunakannya kurang dari satu bulan. Fakta ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah cukup familiar dengan layanan Balipay, sehingga dapat memberikan gambaran yang relevan dalam menganalisis persepsi dan pengalaman pengguna terhadap aplikasi Balipay.

4.2.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan data secara sistematis agar dapat menggambarkan fenomena penelitian secara lebih jelas. Metode ini merangkum data numerik melalui penyajian statistik sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola, kecenderungan, dan karakteristik dasar dari data yang diperoleh. Dalam praktiknya, analisis deskriptif melibatkan penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, pengukuran tendensi sentral (modus, median, dan mean), perhitungan penyebaran data (seperti standar deviasi), serta perhitungan persentase (Aziza, 2023). Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel-variabel penelitian secara objektif.

Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU	100	4	20	13.52	5.149
PEOU	100	5	20	11.99	4.921
CA	100	5	20	12.12	4.513
PR	100	5	20	15.77	4.197
SI	100	4	15	10.84	3.262
ITU	100	5	20	13.52	4.245
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 4.4, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Rincian hasil analisis untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- PU memiliki nilai minimum sebesar 4, nilai maksimum sebesar 20, dengan rata-rata (mean) sebesar 13,52 dan standar deviasi sebesar 5,149.
- PEOU menunjukkan nilai minimum sebesar 5, nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata sebesar 11,99, serta standar deviasi sebesar 4,921.
- CA memiliki rentang nilai dari 5 hingga 20, dengan nilai rata-rata sebesar 12,12 dan standar deviasi sebesar 4,513.

- d. PR menunjukkan nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20, dengan rata-rata sebesar 15,77 dan standar deviasi sebesar 4,197.
- e. SI tercatat memiliki nilai minimum sebesar 4, nilai maksimum sebesar 15, rata-rata sebesar 10,84, dan standar deviasi sebesar 3,262.
- f. ITU memiliki nilai minimum sebesar 5 dan maksimum sebesar 20, dengan nilai rata-rata sebesar 13,52 serta standar deviasi sebesar 4,345.

4.2.5 Analisis Jawaban Responden

Untuk memperoleh gambaran yang lebih terstruktur mengenai penilaian responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian, perlu dilakukan pengelompokan data berdasarkan distribusi frekuensi (Kresna, 2023). Pengelompokan tersebut ditentukan melalui pembagian nilai ke dalam beberapa interval yang dihitung menggunakan rumus tertentu. besarnya interval kelas dalam distribusi frekuensi pada dasarnya dapat ditentukan secara fleksibel oleh peneliti, selama panjang interval untuk setiap kelas dibuat seragam. Dalam hal ini, terdapat rumus khusus yang digunakan untuk menghitung besar interval kelas secara sistematis (Nuryadi et al., 2017).

$$C_i = \frac{R}{K} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Skala penilaian dalam penelitian ini menggunakan skor dengan nilai terendah sebesar 1 dan nilai tertinggi sebesar 5.

Tabel 4. 5 Kriteria dan Kategori Penilaian dari Jawaban Responden

No	Kriteria	Pernyataan
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
2	1,81 – 2,60	Tidak Setuju
3	2,61 – 3,40	Ragu-Ragu
4	3,41 – 4,20	Setuju
5	4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2013

Persepsi responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur melalui sejumlah pernyataan, yaitu PU sebanyak 4 item pernyataan, PEOU terdiri dari 4 item, CA mencakup 4 pernyataan, PR diukur dengan 4 butir pernyataan, SI terdiri atas 3 pernyataan, dan ITU dijabarkan melalui 4 item pernyataan. Rincian penilaian responden terhadap variabel-variabel tersebut disajikan sebagai berikut.

a. Perceived Usefulness

Variabel PU dalam penelitian ini berperan sebagai variabel independent yang diukur melalui empat pernyataan. Rincian dari pengukuran tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Usefulness

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa aplikasi Balipay memiliki kecepatan akses yang baik.	6	28	21	18	27	3.32	Ragu-ragu
2	Kebijakan pengembangan aplikasi Balipay merupakan keputusan manajemen yang tepat.	19	8	15	30	28	3.4	Ragu-ragu
3	Aplikasi Balipay sangat efektif dan bermanfaat dalam kegiatan keuangan saya.	15	15	10	37	23	3.38	Ragu-ragu
4	Aplikasi Balipay mendukung berbagai aktivitas transaksi keuangan saya.	13	17	11	33	26	3.42	Setuju
Rata-rata keseluruhan							3.38	Ragu-ragu

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6, secara keseluruhan variabel PU berada pada kategori ragu-ragu, yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 3,38. pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “Aplikasi Balipay mendukung berbagai aktivitas transaksi keuangan saya,” yaitu sebesar 3,42 dan termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah adalah “Saya merasa aplikasi Balipay memiliki kecepatan akses yang baik,” dengan nilai sebesar 3,32 yang termasuk dalam kategori ragu-ragu.

b. Perceived Ease of Use

Dalam penelitian ini, variabel PEOU berperan sebagai variabel independent yang diukur melalui empat butir pernyataan. Rincian pengukuran tersebut disajikan secara lengkap pada Tabel 4.7 berikut

Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Ease of Use

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Aplikasi Balipay membantu saya menghemat waktu.	9	22	18	21	30	3.41	Setuju
2	Aplikasi Balipay selalu berjalan dengan baik dan tidak pernah mengalami kesalahan.	18	36	15	19	12	2.71	Ragu-ragu

3	Aplikasi Balipay mudah digunakan.	26	23	11	20	20	2.85	Ragu-ragu
4	Aplikasi Balipay sangat fleksibel dan dapat digunakan di mana saja serta kapan saja.	13	31	15	23	18	3.02	Ragu-ragu
Rata-rata keseluruhan							2,3	Tidak Setuju

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7, secara keseluruhan variabel PEOU berada dalam kategori tidak setuju, yang ditunjukkan oleh rata-rata skor sebesar 2,3. Pernyataan dengan rata-rata tertinggi adalah “Aplikasi Balipay membantu saya menghemat waktu,” dengan nilai 3,41 yang masuk dalam kategori setuju. Adapun pernyataan dengan rata-rata terendah adalah “Aplikasi Balipay selalu berjalan dengan baik dan tidak pernah mengalami kesalahan,” yang memperoleh nilai 2,85 dan termasuk dalam kategori ragu-ragu.

c. Customer Awareness

Pada penelitian ini, variabel CA berfungsi sebagai variabel independen yang diukur melalui empat pernyataan. Rincian mengenai pengukuran variabel tersebut disajikan secara lengkap pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Awareness

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya dapat mengenali dan mengingat informasi akun aplikasi Balipay, seperti nama pengguna dan kata sandi.	3	22	18	28	29	3.58	Setuju
2	Prosedur penggunaan aplikasi Balipay mudah dipahami dan sistematis.	19	27	14	24	16	2.91	Ragu-ragu
3	Saya senang menggunakan aplikasi Balipay karena tampilannya sederhana dan elegan.	28	29	9	14	20	2.69	Ragu-ragu
4	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi Balipay untuk pembayaran dan transaksi keuangan dibandingkan metode lainnya.	9	29	30	23	9	2.94	Ragu-ragu

Rata-rata keseluruhan	3.03	Ragu-ragu
-----------------------	------	-----------

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, variabel CA secara keseluruhan berada pada kategori ragu-ragu, yang tercermin dari rata-rata skor sebesar 3,03. Pernyataan dengan nilai tertinggi adalah “Saya dapat mengenali dan mengingat informasi akun aplikasi Balipay, seperti nama pengguna dan kata sandi,” dengan skor 3,58 yang tergolong dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan rata-rata terendah adalah “Saya senang menggunakan aplikasi Balipay karena tampilannya sederhana dan elegan,” yang memperoleh skor 2,69 dan termasuk dalam kategori ragu-ragu.

d. Perceived Risk

Dalam penelitian ini, variabel PR berperan sebagai variabel independen yang diukur melalui empat butir pernyataan. Rincian pengukuran variabel tersebut disajikan secara lengkap pada Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Risk

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya menyadari pentingnya menjaga kerahasiaan nama pengguna dan kata sandi saat	5	7	10	24	54	4.15	Setuju

	menggunakan aplikasi Balipay.							
2	Saya akan segera melaporkan kepada pihak Balipay jika terjadi kehilangan perangkat.	9	5	6	34	46	4.03	Setuju
3	Meskipun memiliki risiko, saya tetap menganggap aplikasi Balipay sebagai kebutuhan penting.	7	10	18	36	29	3.7	Setuju
4	Saya percaya bahwa keamanan aplikasi Balipay dijamin oleh organisasi pengembang.	5	10	11	39	35	3.89	Setuju
Rata-rata keseluruhan							3.9	Setuju

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9, secara keseluruhan variabel PR berada dalam kategori setuju, yang ditunjukkan oleh rata-rata skor sebesar 3,9. Pernyataan dengan skor tertinggi adalah “Saya menyadari pentingnya menjaga kerahasiaan nama pengguna dan kata sandi saat menggunakan aplikasi Balipay,” dengan nilai 4,15 yang termasuk dalam kategori setuju. Adapun pernyataan dengan skor terendah adalah “Meskipun memiliki

risiko, saya tetap menganggap aplikasi Balipay sebagai kebutuhan penting,” yang memperoleh nilai 3,7 dan juga tergolong dalam kategori setuju.

e. Social Influence

Pada penelitian ini, variabel SI berfungsi sebagai variabel independen yang diukur menggunakan tiga pernyataan. Rincian pengukuran variabel tersebut disajikan secara lengkap pada Tabel 4.10 berikut.

Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Social Influence

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena mendapat rekomendasi dari teman.	1	19	14	35	31	3.76	Setuju
2	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena disarankan oleh anggota keluarga.	14	10	22	30	24	3.4	Ragu-ragu
3	Saya menggunakan aplikasi Balipay karena diperkenalkan oleh komunitas.	7	16	13	30	34	3.68	Setuju
Rata-rata keseluruhan							3.61	Setuju

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10, secara keseluruhan variabel SI berada pada kategori setuju, yang tercermin dari rata-rata skor sebesar 3,61. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “Saya menggunakan aplikasi Balipay karena mendapat rekomendasi dari teman,” dengan skor 3,76 yang termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan skor terendah adalah “Saya menggunakan aplikasi Balipay karena disarankan oleh anggota keluarga,” yang memperoleh nilai 3,4 dan tergolong dalam kategori ragu-ragu.

f. Intention to Use

Dalam penelitian ini, variabel ITU berperan sebagai variabel dependen yang diukur melalui empat butir pernyataan. Rincian pengukuran variabel tersebut disajikan secara lengkap pada Tabel 4.11 berikut.

Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Intention to Use

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi Balipay di masa depan.	7	11	28	24	30	3.59	Setuju
2	Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi Balipay lengkap dan mudah dipahami.	11	42	11	17	19	2.91	Ragu-ragu

3	Aplikasi Balipay sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman.	12	15	21	29	23	3.36	Ragu-ragu
4	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Balipay kepada orang lain.	9	7	22	33	29	3.66	Setuju
Rata-rata keseluruhan							3.38	Ragu-ragu

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11, variabel ITU secara keseluruhan berada pada kategori ragu-ragu, yang ditunjukkan oleh rata-rata skor sebesar 3,38. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Balipay kepada orang lain,” dengan skor 3,66 yang termasuk dalam kategori setuju. Adapun pernyataan dengan skor terendah adalah “Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi Balipay lengkap dan mudah dipahami,” yang memperoleh nilai 2,91 dan berada dalam kategori ragu-ragu.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI BALI

4.2.6 Hasil Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria sebagai estimator linier yang tidak bias

dan efisien. Beberapa pengujian yang umum digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linier berganda antara lain adalah sebagai berikut.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa residual pada model regresi memiliki distribusi yang normal. Salah satu teknik yang umum digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov Test, yang menilai normalitas melalui nilai signifikansi (Asymp. Sig). Model regresi dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) melebihi 0,05 (Kresna, 2023).

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

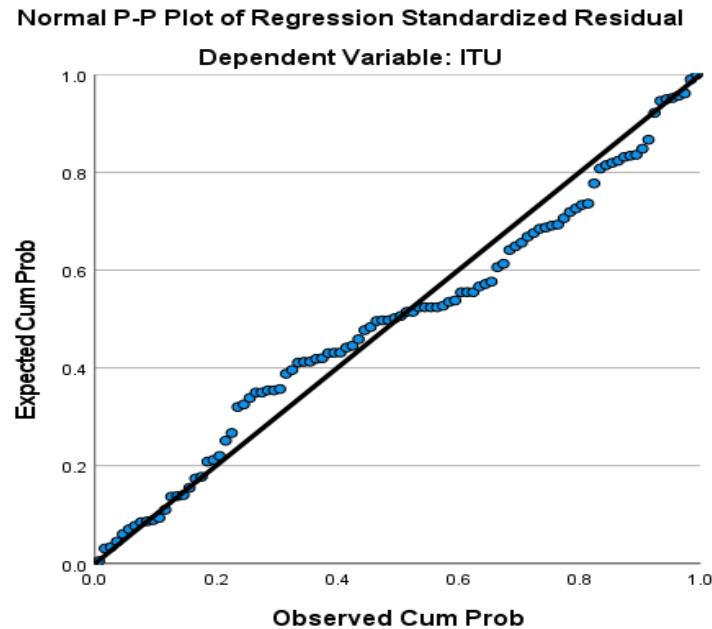
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.92026002
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.081
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065

Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.068
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.061
		Upper Bound	.074

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.12, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) tercatat sebesar 0,065. Karena nilai ini lebih besar daripada batas signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi terdistribusi normal. Dengan kata lain, asumsi normalitas pada model telah terpenuhi. Hasil pengujian ini juga divisualisasikan pada Gambar 4, yang membantu memperkuat interpretasi data.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 4. 3 Grafik P-P Plot

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan grafik P-P Plot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal, sementara histogram menampilkan pola yang menyerupai distribusi normal. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linier di antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang ideal adalah model yang bebas dari korelasi antar variabel bebas. Apabila terjadi korelasi antar variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat orthogonal. Dalam penelitian ini, Multikolinieritas diuji

melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Suatu variabel dikatakan bebas dari indikasi multikoleniaritas apabila memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 (Kresna, 2023).

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikoleniaritas

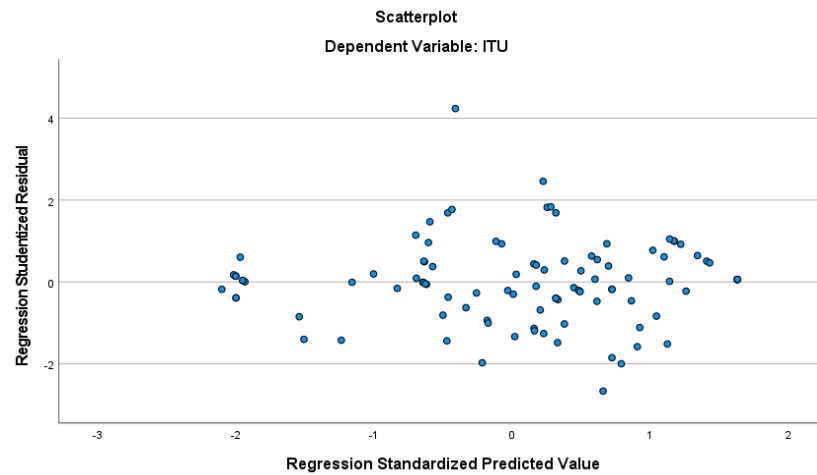
No	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
1	Perceived Usefulness	0.305	3.284
2	Perceived Ease of Use	0.148	6.761
3	Customer Awareness	0.195	5.129
4	Perceived Risk	0.391	2.560
5	Social Influence	0.498	2.007

Sumber: Data diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 4.13, terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai tolerance di atas 0,1 serta nilai VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Apabila varian residual bersifat konstan untuk setiap pengamatan, maka kondisi tersebut disebut homokedastisitas. Sebaliknya, jika varian residual berbeda-beda antar pengamatan, maka dinamakan heteroskedastisitas (Kresna, 2023).



Gambar 4. 4 Grafik Scatter Plot

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil output *Scatterplot* yang ditampilkan pada Gambar 4.4, tampak bahwa titik-titik residual meyebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu Y dan tidak menunjukkan adanya pola tertentu. Pola sebaran tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi serta memodelkan hubungan antara sejumlah variabel. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan serta sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Kresna, 2023).

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.196	.810		-.242	.809
	<i>Perceived Usefulness</i>	.189	.070	.224	2.718	.008
	<i>Perceived Ease of Use</i>	.198	.105	.224	1.891	.062
	<i>Customer Awareness</i>	.204	.099	.211	2.048	.043
	<i>Perceived Risk</i>	.263	.076	.254	3.488	<.001
	<i>Social Influence</i>	.199	.086	.150	2.319	.023
a. Dependent Variable: ITU						

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan pada Tabel 4.14, diperoleh persamaan structural sebagai berikut:

$$Y = -0,196 + 0,189 X_1 + 0,198 X_2 + 0,204 X_3 + 0,263 X_4 + 0,199 X_5$$

Persamaan ini menggambarkan arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel independen dan *intention to use*, artinya semakin tinggi nilai variabel tersebut, maka *intention to use* juga cenderung meningkat. Sebaliknya, koefisien regresi yang negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, yaitu ketika nilai variabel tersebut meningkat, maka *intention to use* cenderung menurun (Kresna, 2023). Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, berikut ini penjabaran masing-masing koefisien secara lebih rinci.

- 1) Nilai konstanta sebesar -0,196 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Customer Awareness* (X_3), *Perceived Risk* (X_4), dan *Social Influence* (X_5), berada pada nilai nol, maka nilai *Intention to Use* diperkirakan sebesar -0,196. Dengan kata lain, jika tidak terdapat pengaruh dari kelima variabel tersebut, maka tingkat *Intention to Use* cenderung bernilai negatif.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel *Perceived Usefulness* (X_1) sebesar 0,189 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi

terhadap kegunaan, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan *Intention to Use* sebesar 0,189 satuan.

- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel *Perceived Ease of Use* adalah 0,198. Hal ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dalam penggunaan, maka kecenderungan individu untuk menggunakan meningkat sebesar 0,198, dengan asumsi bahwa variabel lain berada dalam kondisi tetap.
- 4) Variabel *Customer Awareness* memiliki koefisien regresi sebesar 0,204, yang berarti bahwa tingkat kesadaran konsumen yang lebih tinggi dapat mendorong peningkatan *Intention to Use* sebesar 0,204, ketika faktor lainnya tidak mengalami perubahan.
- 5) Koefisien sebesar 0,263 pada variabel *Perceived Risk* menunjukkan bahwa persepsi terhadap risiko secara tidak biasa berdampak signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Artinya, ketika nilai persepsi risiko meningkat satu satuan dan variabel lainnya tetap konstan, maka *Intention to Use* juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,263.
- 6) Untuk variabel *Social Influence*, nilai koefisien regresi sebesar 0,199 menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh sosial yang dirasakan, maka niat seseorang untuk menggunakan akan bertambah sebesar 0,199, selama pengaruh dari variabel lain dianggap tidak berubah.

c. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menilai kebenaran hipotesis mengenai karakteristik suatu populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Melalui proses ini, peneliti dapat menarik kesimpulan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau harus ditolak (Nuryadi et al., 2017).

1) Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari masing-masing koefisien regresi, sehingga dapat ditentukan apakah variabel independen secara parsial benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen, atau pengaruh yang muncul hanya bersifat kebetulan dan tidak signifikan secara statistik (Kresna, 2023).

Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.196	.810		-.242	.809
	Perceived Usefulness	.189	.070	.224	2.718	.008

	<i>Perceived Ease of Use</i>	.198	.105	.224	1.891	.062
	<i>Customer Awareness</i>	.204	.099	.211	2.048	.043
	<i>Perceived Risk</i>	.263	.076	.254	3.488	<.001
	<i>Social Influence</i>	.199	.086	.150	2.319	.023
b. Dependent Variable: ITU						

Sumber: Data diolah, 2025

a) Pengaruh PU terhadap ITU

(1) Rumus Hipotesis

H0 : PU tidak berpengaruh terhadap ITU aplikasi Balipay.

H1 : PU berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

(2) Ketentuan Pengujian

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan sebesar $n - k$, maka

pada uji dua sisi (dua arah) akan diperoleh nilai $t_{\alpha;(df=n-k)} =$

$$t_{0,05;(100-6)} = t_{0,05;94} = 1,985.$$

(3) Kriteria Pengujian

(a) Apabila nilai t -hitung $< 1,985$, maka H_0 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(b) Sebaliknya, jika nilai t -hitung $> 1,985$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

(4) Interpretasi Hasil Uji t dan Keputusan Hipotesis

Karena nilai t hitung sebesar 2,718 lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebesar 1,985, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa PU berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

b) Pengaruh PEOU terhadap ITU

(1) Rumus Hipotesis

H_0 : PEOU tidak berpengaruh terhadap ITU aplikasi Balipay.

H_2 : PEOU berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

(2) Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan sebesar $n - k$,

maka pada uji dua sisi (dua arah) akan diperoleh nilai $t_{\alpha;(df=n-k)} = t_{0,05;(100-6)} = t_{0,05;94} = 1,985$.

(3) Kriteria Pengujian

(a) Apabila nilai t -hitung $< 1,985$, maka H_0 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(b) Sebaliknya, jika nilai t -hitung $> 1,985$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

(4) Interpretasi Hasil Uji t dan Keputusan Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai t hitung sebesar 1,891 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, secara parsial variabel PEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay pada tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_2 ditolak.

c) Pengaruh *Customer Awareness* terhadap *Intention to Use*

(1) Rumus Hipotesis

H_0 : CA tidak berpengaruh terhadap ITU aplikasi Balipay.

H_3 : CA berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

(2) Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan sebesar $n - k$, maka pada uji dua sisi (dua arah) akan diperoleh nilai $t_{\alpha;(df=n-k)} = t_{0,05;(100-6)} = t_{0,05;94} = 1,985$.

(3) Kriteria Pengujian

- (a) Apabila nilai t-hitung $< 1,985$, maka H_0 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- (b) Sebaliknya, jika nilai t-hitung $> 1,985$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

(4) Interpretasi Hasil Uji t dan Keputusan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,048 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *customer awareness* berpengaruh terhadap *intention to use* aplikasi Balipay.

d) Pengaruh PR terhadap ITU

(1) Rumusan Hipotesis

H_0 : PR tidak berpengaruh terhadap ITU aplikasi Balipay.

H_4 : PR berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

(2) Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan sebesar $n - k$, maka pada uji dua sisi (dua arah) akan diperoleh nilai $t_{\alpha;(df=n-k)} = t_{0,05;(100-6)} = t_{0,05;94} = 1,985$.

(3) Kriteria Pengujian

(a) Apabila nilai t-hitung $< 1,985$, maka H_0 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(b) Sebaliknya, jika nilai t-hitung $> 1,985$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

(4) Interpretasi Hasil Uji t dan Keputusan Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai t hitung sebesar 3,488 lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985. Oleh karena

itu, H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel PR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ITU.

e) Pengaruh SI terhadap ITU

(1) Rumusan Hipotesis

H_0 : SI tidak berpengaruh terhadap ITU aplikasi Balipay.

H_5 : SI berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay.

(2) Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan sebesar $n - k$, maka pada uji dua sisi (dua arah) akan diperoleh nilai $t_{\alpha;(df=n-k)} = t_{0,05;(100-6)} = t_{0,05;94} = 1,985$.

(3) Kriteria Pengujian

(a) Apabila nilai t-hitung $< 1,985$, maka H_0 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(b) Sebaliknya, jika nilai t-hitung $> 1,985$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

(4) Interpretasi Hasil Uji t dan Keputusan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis, nilai t hitung sebesar 2,319 lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_5 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel SI berpengaruh secara signifikan terhadap ITU.

2) Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen, atau jika hubungan yang teridentifikasi hanyalah bersifat kebetulan (Kresna, 2023).

Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1503.908	5	300.782	77.450	<.001 ^b
	Residual	365.052	94	3.884		
	Total	1868.960	99			
a. Dependent Variabel: ITU						
b. Predictors: (Constant), SI, CA, PU, PR, PEOU						

Sumber: Data diolah, 2025

a) Rumus Hipotesis

H_0 : Variabel PU, PEOU, CA, PR, dan SI tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap intention to use aplikasi Balipay.

H_6 : Variabel PU, PEOU, CA, PR, dan SI memberikan pengaruh signifikan terhadap intention to use aplikasi Balipay.

b) Ketentuan Pengujian

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$), serta derajat kebebasan pembilang (N_1) sebesar $k - 1 = 6 - 1 = 5$ dan derajat kebebasan penyebut (N_2) sebesar $n - k = 100 - 6 = 94$, maka diperoleh nilai F tabel sebesar $F(0,05; 5; 94) = 2,31$.

c) Kriteria Pengujian

(1) Apabila nilai F-hitung $> 2,31$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan.

(2) Sebaliknya, jika F-hitung $< 2,31$, maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang terjadi tidak signifikan.

d) Pengujian Hipotesis dan Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai F-hitung sebesar 77,450 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$. Dalam penelitian ini,

derajat kebebasan pembilang (N_1) adalah 5 dan penyebut (N_2) adalah 94, sehingga nilai F-tabel pada tingkat signifikansi 0,05 adalah $F(0,05: 5: 94) = 2,31$. Karena $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($77,450 > 2,31$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_6 diterima, yang menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan.

3) Analisis Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi yang telah dihitung sebelumnya, kemudian dikalikan dengan 100 persen. Hasil perhitungan ini dinyatakan dalam bentuk persentase, yang mencerminkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Sugiyono, 2013).

Tabel 4. 17 Hasi Analisis Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.794	1.971
a. Predictors: (Constant), SI, CA, PU, PR, PEOU				
b. Dependent Variabel: ITU				

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,794 menunjukkan bahwa sebesar 79,4% variasi pada variabel ITU dapat dijelaskan oleh variabel PU, PEOU, CA, PR, dan SI. Sementara itu, sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak turut di analisis.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh PU terhadap ITU

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa variabel PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, serta nilai t hitung sebesar 2,718 yang melebihi nilai t tabel sebesar 1,985. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan terhadap aplikasi Balipay, maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

PU dianggap sebagai faktor kunci dalam proses adopsi teknologi, karena individu cenderung lebih menerima dan menggunakan teknologi yang mereka nilai mampu memberikan manfaat dalam pencapaian tujuan mereka (Emma, 2025). PU juga mempresentasikan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja, yang pada gilirannya akan memengaruhi sikap serta perilaku penggunaan. Persepsi terhadap manfaat teknologi tidak hanya memengaruhi sikap seseorang terhadap teknologi tersebut, tetapi juga

memberikan dampak langsung terhadap keputusan mereka dalam mengadopsinya (Abidin, 2021).

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitria et al. (2023), Christopher et al. (2022), Nihayah dan Purnama (2024), serta Rababa et al. (2025), yang sama-sama menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh signifikan terhadap ITU.

4.3.2 Pengaruh PEOU terhadap ITU

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa PEOU memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,198, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,062, yang melebihi batas signifikansi 0,05, serta nilai t hitung sebesar 1,891 yang lebih kecil daripada t tabel sebesar 1,985. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan belum tentu menjadi faktor penentuan dalam meningkat niat pengguna. Dengan kata lain, meskipun pengguna merasakan aplikasi Balipay mudah digunakan, hal tersebut tidak secara langsung mendorong peningkatan intensi untuk terus menggunakannya.

Hal ini dapat terjadi karena pengaruh PEOU terhadap minat dalam menggunakan aplikasi Balipay dapat bervariasi tergantung pada konteks penggunaan serta karakteristik penggunanya. Perbedaan tingkat literasi teknologi, kemampuan digital, maupun preferensi individu dapat mempengaruhi sejauh mana kemudahan

pengguna berdampak pada minat pengguna. Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini yang mayoritas berasal dari generasi Y dan Z dengan latar belakang pendidikan yang baik, menyebabkan faktor kemudahan penggunaan dianggap sebagai hal yang sudah sewajarnya ada dan bukan lagi menjadi penentu utama dalam membentuk minat penggunaan. Generasi ini cenderung menilai suatu layanan berdasarkan manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan seberapa mudah layanan tersebut digunakan (Rizkyla et al., 2024).

Dengan demikian, meskipun PEOU tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini, hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh dominasi peran faktor lain seperti PU dan variabel pengembang yang mendukung model TAM CA, PR, dan SI. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rizkyla et al., 2024), yang menyatakan bahwa variabel PEOU tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan perbankan digital. Namun demikian, hasil ini justru bertentangan dengan sejumlah penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Fitria et al. (2023), Christopher et al. (2022), dan Kresna et al. (2023), yang menemukan bahwa PEOU berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi digital seperti FLIP, BCA Mobile, dan BRImo. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas PEOU sebagai faktor yang memengaruhi ITU bersifat kontekstual. Artinya, pengaruh bisa berbeda-beda tergantung pada karakteristik pengguna, jenis aplikasi yang digunakan, serta kebutuhan dan harapan pengguna terhadap layanan tersebut.

4.3.3 Pengaruh CA terhadap ITU

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa CA memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,043 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, serta t hitung sebesar 2,048 yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,981. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran pengguna terhadap aplikasi Balipay, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berniat menggunakan aplikasi Balipay. Tingkat pemahaman yang baik mengenai fungsi dan manfaat aplikasi secara tidak langsung dapat meningkatkan minat pengguna untuk mengadopsinya.

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hariyanti et al., (2021), yang menunjukkan bahwa CA memiliki pengaruh signifikan terhadap ITU suatu layanan digital. Hal ini menguatkan bahwa tingkat kesadaran pengguna berperan penting dalam membentuk minat untuk menggunakan aplikasi seperti Balipay.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

4.3.4 Pengaruh PR terhadap ITU

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa PR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05, serta nilai t hitung sebesar 3,488 yang lebih tinggi dibandingkan dengan t tabel sebesar

1,981. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin besar persepsi pengguna terhadap keamanan dan minimnya risiko dalam penggunaan aplikasi Balipay, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya. Persepsi terhadap risiko yang rendah dapat meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pengguna, yang pada akhirnya mendorong intensi mereka untuk mengadopsi aplikasi Balipay.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Kresna, I., Gede, I., & Sarjana, (2023) serta Hariyanti et al., (2021), yang sama-sama menunjukkan bahwa PR memiliki pengaruh signifikan terhadap ITU layanan digital. Hasil ini mendukung bahwa persepsi pengguna terhadap tingkat keamanan dan risiko dalam penggunaan suatu aplikasi berkontribusi penting dalam membentuk niat mereka untuk menggunakannya, termasuk dalam konteks Balipay.

4.3.5 Pengaruh SI terhadap ITU

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa SI berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,023 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, serta *t hitung* sebesar 2,319 yang lebih besar dibandingkan *t tabel* sebesar 1,981. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh sosial yang diterima seseorang, baik dari teman, keluarga, maupun lingkungan sekitar, maka semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk berniat menggunakan aplikasi Balipay. Dukungan sosial dan rekomendasi dari orang-orang di sekitar dapat membentuk

persepsi positif serta mendorong pengguna untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Hariyanti et al., (2021) dan Rababa et al., (2025), yang menunjukkan bahwa SI berpengaruh signifikan terhadap ITU layanan digital.

4.3.6 Pengaruh PU, PEOU, CA, PR, dan SI terhadap ITU

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa variabel PU, PEOU, CA, PR, dan SI secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi uji F sebesar $<0,001$, yang berada di bawah ambang signifikansi 0,05, serta nilai F hitung sebesar 77,450 yang jauh melebihi nilai F tabel sebesar 2,31. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan secara bersamaan pada kelima variabel tersebut dapat mendorong peningkatan niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Balipay.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Hariyanti et al., (2021), yang mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan, kesadaran konsumen, persepsi risiko, serta pengaruh sosial merupakan determinan penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan digital. Kesesuaian ini memperkuat validitas hasil penelitian bahwa kombinasi dari faktor internal dan eksternal pengguna berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan niat dalam menggunakan teknologi berbasis digital, khususnya pada konteks aplikasi keuangan seperti Balipay.

4.3.7 Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *Coefficients*, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap *Intention to Use* aplikasi Balipay adalah *Perceived Risk* (PR) dengan nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,254 dan signifikansi < 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terkait keamanan, privasi, serta rendahnya risiko menjadi faktor utama yang mendorong niat mereka untuk menggunakan aplikasi Balipay.

Sementara itu, variabel PEOU memiliki nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,224 namun tingkat signifikansinya sebesar 0,062 ($> 0,05$), sehingga dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap ITU. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor utama yang secara langsung memengaruhi minat pengguna, kemungkinan karena mayoritas responden telah terbiasa menggunakan teknologi serupa sehingga tidak terlalu mempertimbangkan aspek kemudahan.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

4.4 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa PU, PEOU, CA, PR, dan SI secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay, maka ditemukan sejumlah implikasi penting yang dapat dijadikan dasar dalam upaya meningkatkan niat penggunaan aplikasi Balipay di kalangan pengguna.

4.3.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan model TAM melalui penambahan variabel-variabel pengembangan yang mendukung TAM, yakni CA, PR, dan SI, dalam konteks adopsi aplikasi layanan keuangan digital Balipay.

a. Penguatan TAM melalui Variabel Tambahan yang Mendukung

Penelitian ini menunjukkan bahwa PU tetap menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi intention to use, yang memperkuat landasan teoritis dari TAM. Namun, penelitian ini juga menambahkan dimensi baru melalui CA, PR dan SI sebagai faktor-faktor yang mampu menjelaskan niat penggunaan secara lebih komprehensif. Integrasi variabel-variabel ini memperluas cakupan teori dengan mempertimbangkan faktor sosial, persepsi risiko, dan kesadaran pengguna terhadap aplikasi.

b. PEOU Tidak Selalu Relevan dalam Konteks Modern

Menariknya, dalam penelitian ini, PEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap intention to use, yang mengindikasikan bahwa dalam konteks pengguna muda yang sudah terbiasa dengan teknologi (seperti generasi Y dan Z), kemudahan penggunaan bukan lagi faktor utama dalam pengambilan keputusan. Temuan ini memberikan implikasi teoritis bahwa TAM perlu disesuaikan secara kontekstual, terutama untuk pengguna dengan literasi digital yang tinggi.

c. CA sebagai Dimensi Baru dalam Model Adopsi Teknologi

Temuan bahwa CA berpengaruh signifikan terhadap ITU menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran terhadap aplikasi menjadi prasyarat penting dalam proses adopsi. Hal ini memperkaya model TAM dengan aspek literasi digital pengguna, yang relevan dalam pengembangan teori adopsi teknologi di era transformasi digital.

d. PR sebagai Penjamin Kepercayaan

Penelitian ini juga mengungkap bahwa PR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, berbeda dari asumsi klasik yang menganggap risiko sebagai hambatan. Dalam konteks ini, persepsi akan sistem keamanan dan mitigasi risiko yang baik justru meningkatkan kepercayaan dan keinginan untuk menggunakan aplikasi. Ini membuka peluang pengembangan teori bahwa persepsi risiko dapat berperan sebagai indikator kepercayaan, bukan semata-mata hambatan.

e. Peran SI dalam Memperluas TAM

Temuan bahwa SI berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi memperkuat argumen teori-teori perilaku lain seperti TPB (*Theory of Planned Behavior*) dan UTAUT. Dengan demikian, integrasi faktor sosial ke dalam kerangka TAM dapat menjadi arah pengembangan teori yang relevan dalam era digital, khususnya dalam konteks aplikasi yang mengandalkan adopsi massal melalui rekomendasi sosial.

4.3.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah implikasi praktis yang dapat menjadi acuan strategis bagi pengembang dan pengelola aplikasi Balipay, maupun pelaku industri layanan keuangan digital secara umum, khususnya dalam meningkatkan intensi pengguna untuk mengadopsi layanan aplikasi berbasis digital.

a. Optimalisasi Fitur yang Memberikan Nilai Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Temuan bahwa PU berpengaruh signifikan terhadap intention to use menunjukkan bahwa pengguna akan lebih terdorong menggunakan aplikasi apabila mereka merasakan manfaat nyata dari penggunaannya. Oleh karena itu, pengembang aplikasi Balipay perlu memprioritaskan pengembangan fitur yang relevan dan fungsional, seperti proses transaksi yang lebih cepat dan efisien, integrasi dengan berbagai platform keuangan lain (misalnya dompet digital, e-commerce, maupun layanan perbankan). Manfaat yang jelas dan langsung dirasakan memperkuat alasan pengguna dalam mengadopsi aplikasi secara aktif.

b. Peningkatan Literasi Digital dan Kesadaran Pengguna (*Customer Awareness*)

Karena variabel CA dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap ITU, maka pengelola aplikasi Balipay disarankan untuk meningkatkan intensitas dan kualitas kegiatan edukatif yang ditujukan kepada calon pengguna maupun pengguna aktif. Upaya ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan kampanye digital yang terstruktur, penyuluhan mengenai prosedur dan manfaat penggunaan aplikasi, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang bersifat edukatif dan komunikatif. Dengan meningkatnya tingkat

kesadaran masyarakat terhadap aplikasi Balipay, diharapkan akan muncul kepercayaan lebih tinggi, yang pada akhirnya mendorong individu untuk mengadopsi layanan Balipay secara lebih terbuka dan berkelanjutan.

c. Penguatan Kepercayaan melalui Pengelolaan Risiko yang Transparan (*Perceived Risk*)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa PR memiliki pengaruh signifikan terhadap ITU. Hal ini berarti bahwa persepsi terhadap keamanan, privasi data, dan kejelasan prosedur penggunaan sangat memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi aplikasi Balipay. Pengembang perlu memastikan bahwa sistem keamanan siber, seperti enkripsi data, autentikasi berlapis (*multi-factor authentication*), serta perlindungan informasi pribadi pengguna telah berjalan optimal. Selain itu, penting bagi pihak Balipay untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan privasi dan ketentuan penggunaan secara terbuka dan mudah dipahami agar menumbuhkan kepercayaan pengguna.

d. Pemanfaatan Pengaruh Sosial dalam Strategi Pemasaran (*Social Influence*)

Variabel SI dalam penelitian ini terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap ITU. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna dapat terdorong untuk menggunakan Balipay karena adanya rekomendasi dari orang-orang terdekat maupun figur yang memiliki pengaruh dan kredibilitas di mata publik. Oleh karena itu, strategi promosi berbasis komunitas menjadi relevan untuk diimplementasikan, seperti program referensi (*referral*), testimoni dari pengguna, serta *endorsement* dari individu berpengaruh, seperti tokoh industri teknologi

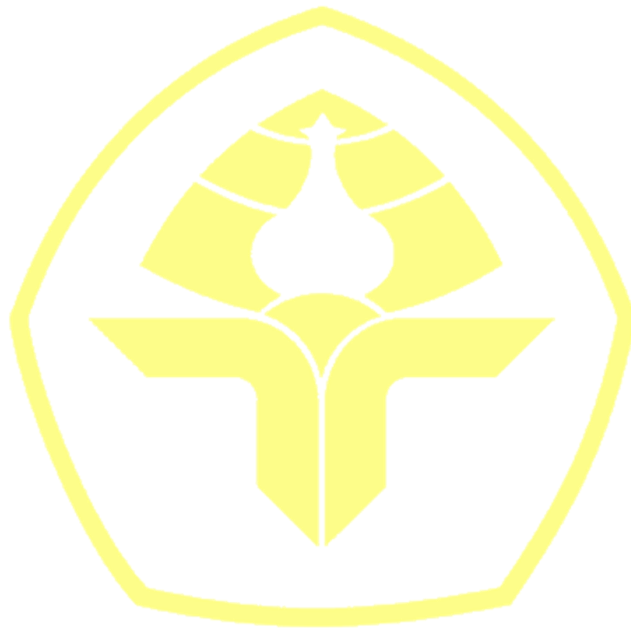
finansial, figur publik muda, atau *influencer* yang aktif dalam bidang literasi keuangan. Selain itu, Balipay juga dapat memperluas jangkauan promosi melalui kolaborasi dengan content creator, pemanfaatan komunikasi digital, atau mitra strategis lainnya guna membentuk persepsi positif di masyarakat.

e. Evaluasi Berkelanjutan terhadap Antarmuka dan Pengalaman Pengguna (*UI/UX*)

Meskipun hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel PEOU tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ITU, hal tersebut tidak dapat dijadikan dasar untuk mengesampingkan pentingnya aspek kemudahan penggunaan. Dalam konteks pengguna yang berasal dari generasi digital *native*, kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi serta kejelasan alur navigasi telah menjadi ekspektasi dasar yang secara implisit diharapkan. Oleh karena itu, pengembang aplikasi Balipay tetap perlu melakukan evaluasi dan pembaruan secara berkala terhadap elemen *user interface* (UI) dan *user experience* (UX). Penerapan prinsip desain yang responsif, intuitif, dan mudah digunakan menjadi penting agar Balipay dapat terus memberikan pengalaman penggunaan yang optimal, sekaligus mempertahankan daya saing dalam ekosistem layanan keuangan digital yang dinamis. Dengan demikian, meskipun kemudahan penggunaan tidak secara langsung memengaruhi niat penggunaan secara parsial, UI/UX tetap harus diperlakukan sebagai aspek fundamental dalam menciptakan loyalitas dan kenyamanan jangka panjang.

Penelitian ini menghasilkan sebuah prototype aplikasi Balipay yang mencakup pembaruan desain antarmuka (UI/UX) serta pengembangan fitur-fitur tambahan.

Prototype ini dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan menghadirkan layanan yang lebih responsif, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui pengembangan ini, diharapkan pengguna dapat melakukan transaksi secara lebih cepat dan praktis, sehingga mendorong penggunaan aplikasi Balipay secara berkelanjutan.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan sebagai berikut. Secara parsial, PU terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay dengan kontribusi relatif sebesar 21,07%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan aplikasi Balipay. Sementara itu, PEOU juga memberikan pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap ITU dengan kontribusi relatif sebesar 11,12%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan belum menjadi faktor dominan dalam meningkatkan niat penggunaan, kemungkinan karena mayoritas responden telah terbiasa dengan teknologi digital.

Lebih lanjut, CA berpengaruh positif dan signifikan terhadap ITU dengan kontribusi relatif sebesar 19,85%, yang menegaskan bahwa semakin tinggi kesadaran pengguna terhadap aplikasi Balipay, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengadopsinya. Selain itu, PR juga terbukti memberikan pengaruh positif dan

signifikan terhadap ITU dengan kontribusi relatif sebesar 23,89%, artinya persepsi pengguna mengenai keamanan, privasi, serta tingkat risiko yang rendah mendorong mereka untuk meningkatkan niat dalam menggunakan aplikasi Balipay. Hal serupa ditunjukkan oleh variabel SI yang juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ITU dengan kontribusi relatif sebesar 23,89%, yang berarti bahwa dukungan sosial, rekomendasi orang terdekat, serta opini publik berperan penting dalam memengaruhi keputusan pengguna.

Secara simultan, kelima variabel independen yang diteliti, yaitu PU, PEOU, CA, PR, dan SI terbukti berpengaruh signifikan terhadap ITU aplikasi Balipay. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi faktor internal maupun eksternal secara bersama-sama mampu mendorong perilaku adopsi teknologi keuangan digital pada pengguna.

Adapun variabel yang memberikan pengaruh paling dominan dalam penelitian ini adalah PR dan SI dengan kontribusi relatif terbesar masing-masing sebesar 23,89%. Sebaliknya, variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah PEOU meskipun arah pengaruhnya tetap positif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa niat penggunaan aplikasi Balipay lebih banyak dipengaruhi oleh faktor keamanan, dukungan sosial, dan kesadaran pengguna, dibandingkan dengan faktor kemudahan penggunaan aplikasi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *intention to use* aplikasi Balipay, terdapat beberapa indikator dengan nilai rata-rata penilaian responden yang tergolong rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat aspek-aspek yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar aplikasi Balipay dapat lebih diterima dan diminati oleh pengguna. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kinerja Kecepatan Balipay

Indikator “Saya merasa aplikasi Balipay memiliki kecepatan akses yang baik” memperoleh nilai rata-rata 3,32, yang menunjukkan bahwa pengguna belum sepenuhnya puas dengan performa aplikasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan optimalisasi teknis terhadap sistem aplikasi, termasuk peningkatan kapasitas server dan efisiensi loading time,

2. Memastikan Stabilitas dan Minimalkan Kesalahan Sistem

Pernyataan “Aplikasi Balipay selalu berjalan dengan baik dan tidak pernah mengalami kesalahan” memiliki skor rata-rata 2,71, yang menjadi salah satu yang terendah dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi masih kerap mengalami error atau bug. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan pengujian perangkat lunak (*software testing*) secara berkala, serta mempercepat proses perbaikan bila ditemukan kendala teknis yang mengganggu kenyamanan pengguna.

3. Menyempurnakan Tampilan dan Antarmuka Aplikasi

Indikator “Saya senang menggunakan aplikasi Balipay karena tampilannya sederhana dan elegan” hanya memperoleh nilai 2,69, menjadi nilai terendah dalam seluruh variabel. Hal ini menunjukkan bahwa desain antarmuka belum sepenuhnya menarik bagi pengguna. Perusahaan sebaiknya melakukan pembaruan UI/UX dengan desain yang lebih modern, bersih, dan mudah digunakan oleh semua kalangan, khususnya generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna.

4. Memperkuat Komunikasi Mengenai Keamanan Aplikasi

Meskipun persepsi risiko secara umum positif, indikator “Meskipun memiliki risiko, saya tetap menganggap aplikasi Balipay sebagai kebutuhan penting” memiliki skor 3,70, yang mengindikasikan masih adanya keraguan dari sebagian pengguna. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat komunikasi terkait sistem keamanan, perlindungan data, dan manajemen risiko agar rasa percaya pengguna semakin meningkat. Ini dapat dilakukan melalui kampanye edukatif, sertifikasi keamanan, atau testimoni pengguna.

5. Mengembangkan Strategi Promosi Berbasis Komunitas atau Keluarga

Pernyataan “Saya menggunakan aplikasi Balipay karena disarankan oleh anggota keluarga” memperoleh nilai 3,40, menandakan bahwa pengaruh keluarga belum optimal dalam mendorong penggunaan aplikasi. Oleh sebab itu, perusahaan disarankan untuk merancang strategi promosi yang lebih inklusif, seperti program *referral* keluarga, bundling transaksi kelompok, atau diskon khusus yang bisa digunakan bersama-sama dalam satu keluarga atau komunitas.

6. Menyederhanakan dan Menjelaskan Fitur Aplikasi

Indikator dengan nilai terendah pada variabel intention to use adalah “Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi Balipay lengkap dan mudah dipahami” dengan nilai 2,91. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa fitur yang tersedia belum cukup jelas atau mudah digunakan. Perusahaan perlu menyederhanakan navigasi aplikasi, menyediakan petunjuk interaktif, serta menghadirkan tutorial penggunaan agar seluruh fitur dapat dipahami dan dimanfaatkan dengan baik oleh pengguna dari berbagai latar belakang.

5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

1. Menambahkan Variabel yang memiliki Relevansi terhadap Penelitian

Penelitian ini menggunakan lima variabel independen, yaitu PU, PEOU, CA, PR, dan SI. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi niat penggunaan, seperti *trust* (kepercayaan), *user experience*, atau *perceived cost*, guna memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap perilaku pengguna.

2. Melakukan Studi Perbandingan Antar Aplikasi

Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melakukan studi perbandingan antara Balipay dan aplikasi sejenis lainnya (misalnya GoPay, OVO, atau Dana), untuk melihat perbedaan persepsi pengguna dan faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan atau kelemahan relatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2021). *the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use*. 4(2), 77–86.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). *Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda*. 2(2), 102–110.
- Aditya Wardhana, Z. I. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Penelitian Kuantitatif. In *CV.Eureka Media Aksara* (Issue Juni).
<https://exsight.id/blog/2022/04/18/uji-validitas-realibilitas-di-kuisisioner/>
- Akaileh, M., & Almrafee, M. N. (2023). *The mediating role of customer awareness to enhance the relationship between using social media tools and post-purchase behavior upon electrical devices buyers in Jordan*. January.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.5.014>
- Al, A. K. et. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence Toward Purchase Intention Mediated by Trust in Live Streaming Platform. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(9), e1284. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i9.1284>
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Aziza, N. (2023). Metodologi penelitian 1 : deskriptif kuantitatif. *ResearchGate*, July, 166–178.
- Azizah, B. R. K., & Andarini, S. (2023). The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3678–3691.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- BPS Provinsi Bali. (2024). Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota (Ribuan Jiwa). *Badan Pusat Statistik Provinsi Bali*, 1–2.
<https://bali.bps.go.id/indicator/12/28/1/proyeksi-penduduk-provinsi-bali-menurut-jenis-kelamin-dan-kabupaten-kota.html>
- Cahyaningtyas, A. W. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, RISIKO, DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING*. 10, 149–159.
- Davis, B. F. D. (1989). Information Technology Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *MIS Quarterly*, September, 319–339.
- Deddy Rudhistiar et al. (2019). Teknologi Informasi. In *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan dan Ilmu Informasi* (Vol. 1, Issue 1).
<https://doi.org/10.24036/ib.v1i1.12>
- Devi, S. O., Budiono, K., & Yusuf, H. F. (2024). *Pengaruh harga , promosi , word of mouth , kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minuman dees glenmore Banyuwangi*. 1(2), 66–79.

- Dillon, J. M., Magsamen-conrad, K., Verhoff, C. C. B., & Dillon, J. M. (2023). *Model Penerimaan Teknologi Model Penerimaan Teknologi*. 2, 199–208.
- Dr. Zainuddin Iba, SE, M. dan A. W. (2019). Teknik Pengumpulan Data Penelitian. In *Jurnal Keperawatan* (Issue July).
- Duignan, B. (2023). *What Is a Cashless Society and How Does It Work?* | Britannica. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/story/what-is-a-cashless-society-and-how-does-it-work>
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 311–315. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Emma, L. (2025). *The Impact of Technology Acceptance Models on Business Innovation and Digital Transformation*. February.
- Hariyanti, N. K. D., Sanjaya, I. G. N., Sutawinaya, I. P., & Sudhana, I. G. P. F. P. (2021). Conceptual Model for Adoption of Mobile Banking Technology in Savings and Loans Cooperatives. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020)*, 544, 114–120. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.023>
- Hassan, J., & Nika, F. A. (2022). Emerging Market & Mobile Technology Usage: Evaluating intention to use Mobile Banking in India. *Gurukul Business Review*, 18(1). <https://doi.org/10.48205/gbr.v18.6>
- Humas Tel-U Surabaya. (2024). Apa yang Dimaksud Dengan Sistem Informasi: Pengertian dan Manfaat. *Universitas Telkom Surabaya*, 1–4. <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/apa-yang-dimaksud-dengan-sistem-informasi-pengertian-dan-manfaatnya/?btwaf=72863400>
- Juli, N., Wijayanti, E. P., Nurhayati, A., & Surakarta, U. A. (2024). Evaluasi Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) dengan Metode Hot-Fit pada Unit Rawat Jalan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kartasura. *Jurnal Ilmu Kesehatan Dan Gizi*, 2(3), 118–144.
- Kahar, A., Wardi, Y., & D. P. (2018). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived. *Business and Management*, 7(2), 429–438. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/05/ZV2155428436.pdf>
- Kresna, I., Gede, I., & Sarjana, I. (2023). (2023). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model Tam Pada Bank Bri Kantor Cabang Renon*.
- Kresna, I. G. A. A. W. (2023). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model Tam Pada Bank Bri Kantor Cabang Renon*.
- Montrado, R. (2022). *Penjualan Barang Bekas Berbasis Web Di*.
- Mulyana, M., Situmorang, M., & Fatikasari, S. (2023). Evaluasi Sistem Informasi (Electronic Medical Record) Dengan Metode Hot-Fit Terhadap Mutu Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit X Tahun 2023. *Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1580–1599. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i4.3809>

- Nenandha, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.235>
- Pratama, M. F., Efendi, B., Nasution, L. N., Studi, P., Ekonomi, M., Pembangunan, U., & Budi, P. (2025). *Transformasi Digital Ekonomi dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia*.
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Raisyaputra, D. A. A. F. H. H. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness dan Social Influence terhadap Intention to Use Layanan Pembayaran Kredit Digital Kredivo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2022. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). the Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust As Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks Among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(1), 94–107. <https://doi.org/10.34128/jra.v7i1.272>
- Sabrina, N. N., Malau, N. H., & Samosir, O. (2024). *PENERAPAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL*. 8(11), 118–123.
- Safira, A. Y., & Sari, A. Y. (2024). “DANA ” Usage : The effect of perceived ease of use & perceived security. 8(2), 2517–2525. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2>.
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)
- Shanmugavel, N., Rana, N. P., Parayitam, S., & Kumar, K. (2024). Assessing Continuance Intention to Use Digital Wallet : A Dual-Factor Approach Using UTAUT2. 32(1), 1–29. <https://doi.org/10.4018/JGIM.361120>
- Statistik, B. P. (2024). *Perekonomian indonesia 2024*.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulianta, F. (2025). *Kapita Selekta Teknologi Informasi* (Issue February).

- Tiwari, P., Tiwari, S. K., & Gupta, A. (2021). Examining the Impact of Customers' Awareness, Risk and Trust in M-Banking Adoption. *FIIB Business Review*, 10(4), 413–423. <https://doi.org/10.1177/23197145211019924>
- Tri Pusparini, E. (2024). *Jenis , Karakteristik , dan Apa itu Pelanggan (Customer)?* 1–16.
- Wijaya, F. M. (2023). Evaluasi Mobile Banking Adoption Intention di BCA dan Variabel-Variabel yang Mendukung Use Behavior. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 20(1), 86. <https://doi.org/10.30651/blc.v20i1.16381>