

*ANALISIS PERCEIVED EASE OF USE MELALUI  
PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR  
INTENTION PADA PENGGUNA GOPAY*  
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Denpasar)

SKRIPSI



POLITEKNIK NEGERI BALI

OLEH:

NAMA : I MADE SATYA DHARMA YOGA PUTRA  
NPM : 2115744181  
PROGRAM STUDI : D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2025

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* melalui *Perceived Enjoyment* pada pengguna e-wallet GoPay studi kasus pada masyarakat di Kota Denpasar. E-wallet telah menjadi metode pembayaran digital yang semakin populer di kalangan generasi muda karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*, menghasilkan 100 responden dari berbagai usia di kalangan masyarakat Gen Z kota Denpasar. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)* dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Enjoyment*. (2) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. (3) *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. (4) *Perceived Enjoyment* terbukti memediasi secara parsial hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Behavior Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi GoPay meningkatkan kenyamanan pengguna, yang pada akhirnya mendorong niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Kata Kunci: E-wallet, GoPay, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Behavior Intention*.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of Perceived Ease of Use on Behavior Intention through Perceived Enjoyment on Behavior Intention in GoPay e-wallet users, a case study on people in Denpasar City. E-wallet has become a digital payment method that is increasingly popular among the younger generation because of the convenience and convenience offered. The research method used is quantitative with the Purposive Sampling technique, producing 100 respondents from various ages among the Gen Z community in Denpasar city. Data analysis is carried out using Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software. Research results show that: (1) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Perceived Enjoyment. (2) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Behavior Intention. (3) Perceived Enjoyment has a positive and significant effect on Behavior Intention. (4) Perceived Enjoyment is proven to partially mediate the relationship between Perceived Ease of Use and Behavior Intention. This finding shows that the ease of use of the GoPay application increases the comfort of users, which ultimately encourages their intention to continue using the application.*

*Keyword: E-wallet, GoPay, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Behavior Intention*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Telaah Teori .....	11
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM) .....	11
2.1.2 Theory of Planned Behaviour (TPB) .....	11
2.1.3 Manajemen Keuangan .....	12
2.1.4 Ruang Lingkup Manajemen Keuangan .....	12
2.1.5 Financial Technology (Fintech) .....	14
2.1.6 Jenis Jenis Fintech .....	14
2.1.7 E-wallet .....	16
2.1.8 Behavior Intention .....	16
2.1.9 Perceived Ease of Use .....	19
2.1.10 Perceived Enjoyment .....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	21
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
3.1 Tempat Penelitian .....	29
3.2 Populasi dan Sample Penelitian .....	29
3.3 Variable Penelitian .....	31
3.4 Sumber Data .....	32
3.5 Jenis Data .....	32

3.6 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7 Metode Analisis Data .....	33
3.7.1 Instrumen Penelitian .....	33
3.7.2 Teknik Analisis Data .....	35
3.7.3 Statistik Inferensial (SEM Partial Least Square) .....	35
3.8 Jadwal Penelitian .....	40
3.9 Sistematika Penulisan .....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran.....	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan GoPay .....	42
4.1.2 Gambaran Aplikasi GoPay .....	43
4.1.3 Karakteristik Responden.....	47
4.1.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	49
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan .....	50
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	50
4.2.2 Hasil Analisis Inferensial .....	54
4.2.3 Pembahasan .....	61
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 Implikasi Teoritis .....	68
4.3.2 Implikasi Praktis .....	68
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN .....	79

POLITEKNIK NEGERI BALI

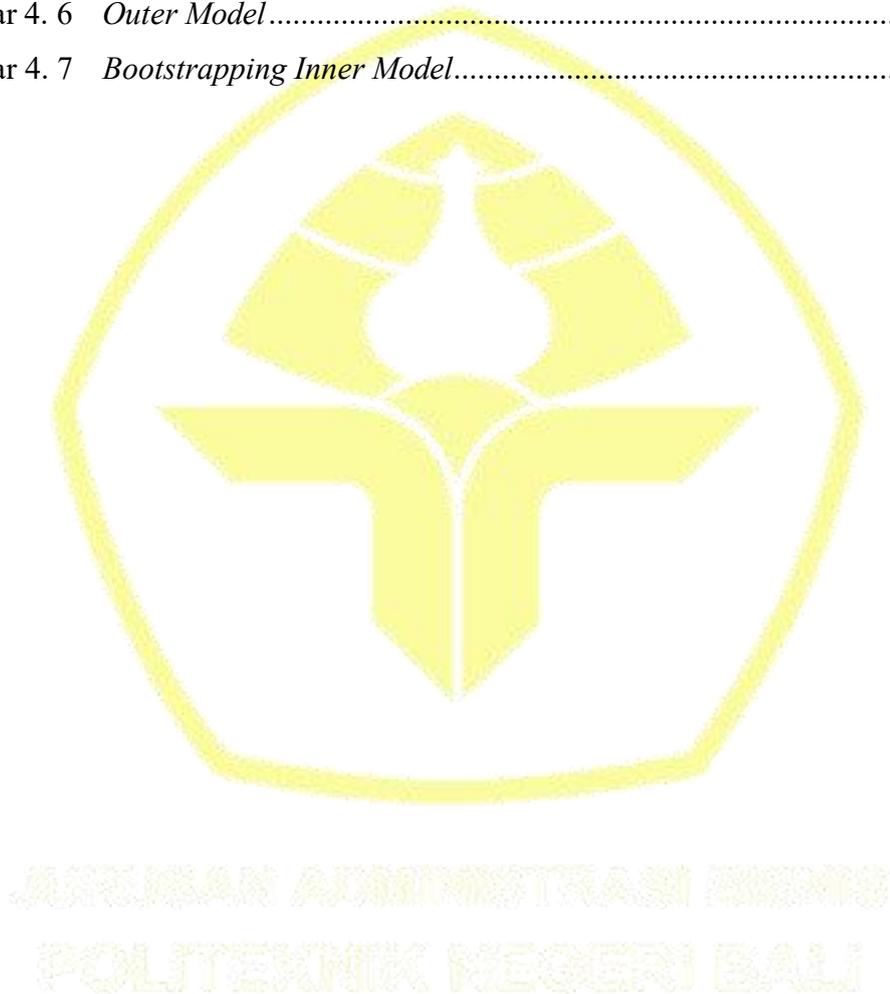
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia .....	3
Tabel 1. 2	Produk Perbankan yang Digunakan Generasi Y dan Generasi Z.....	3
Tabel 1. 3	5 <i>E-wallet</i> Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022 & 2023.....	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1	Skor Skala Likert.....	35
Tabel 3. 2	Penilaian Skor .....	35
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden .....	48
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4. 3	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4. 4	Deskripsi Jawaban Responden terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	51
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	52
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Responden terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .....	53
Tabel 4. 7	<i>Outer Loading</i> .....	55
Tabel 4. 8	Nilai <i>Cross Loadings</i> .....	56
Tabel 4. 9	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	57
Tabel 4. 10	Nilai R-Square.....	58
Tabel 4. 11	<i>Dirrect Effect</i> .....	60
Tabel 4. 12	<i>Indirect Effect</i> .....	61

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

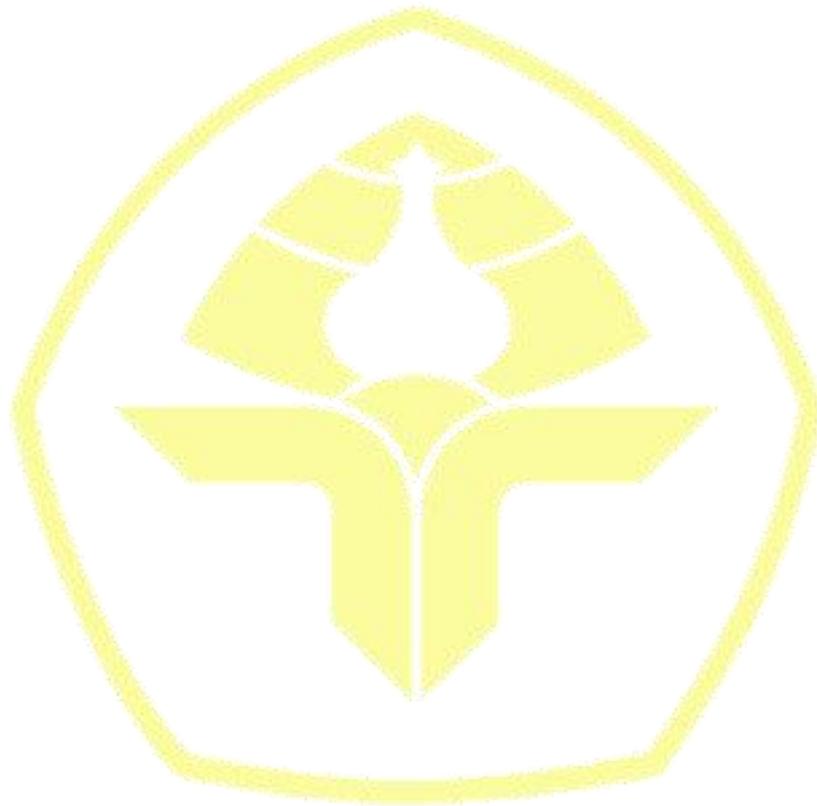
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Konsep Penelitian Analisis <i>Perceived Ease of Use</i> Melalui <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i> Pada Pengguna GoPay Masyarakat di Kota Denpasar .....	25
Gambar 4. 1	Lambang E-Wallet GoPay .....	43
Gambar 4. 2	Halaman Masuk atau Daftar Aplikasi GoPay .....	44
Gambar 4. 3	Halaman Home pada aplikasi GoPay .....	45
Gambar 4. 4	Halaman Pembayaran pada Aplikasi Gopay.....	46
Gambar 4. 5	Halaman Pengaturan dan Keamanan aplikasi GoPay .....	47
Gambar 4. 6	<i>Outer Model</i> .....	54
Gambar 4. 7	<i>Bootstrapping Inner Model</i> .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	79
Lampiran 2	Data Responden .....	83
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden .....	88
Lampiran 4	Karakteristik Data Responden .....	96
Lampiran 5	Hasil Pengolahan Data Menggunakan PLS-SEM.....	97



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan era digital akan terus berkembang pesat, terutama dalam sektor teknologi informasi, yang menghadirkan berbagai inovasi canggih dan mampu memikat minat publik. Mawarni (2023) menjelaskan bahwa digitalisasi adalah transformasi data dari wujud nyata menjadi bentuk digital yang dapat diproses dan dikendalikan melalui sistem teknologi informasi. Proses ini didorong oleh kemajuan teknologi yang membuat kebutuhan masyarakat menjadi lebih mudah diakses, sehingga segala aktivitas dapat dilakukan secara lebih efisien. Penggunaan internet sebagai dampak dari digitalisasi di Indonesia juga menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Jumlah pengguna *internet* yang terus bertambah menciptakan peluang untuk mengembangkan *e-business*. Konsep Dasar *E-Business*, *E-Business* dapat dipahami sebagai penggunaan teknologi digital dan jaringan internet dalam aktivitas pembelian dan atau penjualan barang dan jasa, melayani pelanggan, berkolaborasi dengan mitra bisnis, melakukan komunikasi dan transaksi dalam organisasi (Xu dan Gao, 2021). Peluang ini turut mendorong munculnya berbagai sistem perdagangan daring (*online*) dan Perkembangan teknologi di sektor keuangan yang semakin maju kini telah berubah menjadi suatu kebutuhan penting sekaligus melekat sebagai bagian dari pola hidup masyarakat modern.

*Financial Technology (FinTech)* merupakan inovasi yang lahir dari perpaduan antara layanan keuangan dan kemajuan teknologi, yang secara signifikan mengubah cara kerja bisnis dari sistem tradisional menuju pendekatan yang lebih modern. Jika sebelumnya transaksi pembayaran mengharuskan pertemuan langsung dan penggunaan uang tunai, kini berkat perkembangan *FinTech*, pembayaran dapat dilakukan dari jarak jauh hanya dalam hitungan detik tanpa perlu interaksi fisik (Bank Indonesia, 2020).

Salah satu inovasi terpenting dalam dunia *Financial Technology (FinTech)* adalah kehadiran *e-wallet* atau dompet digital. Pertumbuhan *FinTech* yang begitu cepat di Indonesia turut mendorong berkembangnya industri *e-wallet* secara signifikan. *E-wallet* adalah layanan berbasis perangkat lunak (aplikasi) yang dirancang sebagai alat pembayaran digital dan dijalankan melalui sistem *server-based*. Fasilitas ini bisa dijangkau secara praktis lewat ponsel pintar dan berperan utama sebagai wadah penyimpanan dana digital yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan pembayaran menggunakan saldo uang elektronik yang ada (Prameswari & Nurbaiti, 2022).

Saat ini *E-wallet* atau disebut juga uang elektronik berbasis *server* sudah banyak beredar di Indonesia khususnya GoPay. Berikut adalah data nilai transaksi uang elektronik di Indonesia dapat dilihat di Tabel 1.1

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia

Tahun	Nilai Transaksi (Rp Miliar)
2020	504.956
2021	786.454
2022	1.177.797
2023	1.859.951
2024	2.503.959

Sumber: Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia  
(Catatan Bank Indonesia (BI) 2024))

Tabel 1.1 menunjukkan nilai transaksi melalui uang elektronik (*E-wallet*)

Indonesia mengalami peningkatan sangat pesat dari tahun 2020 sampai 2024 sebanyak 395,8%.

Bagi Gen Z, transaksi harus serba cepat, praktis, dan bebas ribet, dan di sinilah *E-wallet* tampil sebagai solusi utama. Mulai dari membeli kopi kekinian, membayar ojek online, hingga berburu tiket konser, semuanya bisa diselesaikan hanya dengan beberapa kali sentuh di layar smartphone. Kemudahan penggunaan menjadi alasan utama mengapa Gen Z begitu mengandalkan dompet digital. Berikut adalah peringkat dari produk perbankan yang banyak digunakan oleh Gen Z dan Gen Y dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1. 2 Produk Perbankan yang Digunakan Generasi Y dan Generasi Z

Produk Keuangan	Generasi Y Kelahiran Tahun (1980 – 1995)	Generasi Z Kelahiran Tahun (1995 – 2010)
Dompot Digital / <i>E-wallet</i>	67,8%	68,0%
ATM Bank (Konvensional & Digital)	57,1%	35,4%
Rekening Bank Konvensional	45,7%	19,6%
Mobile Banking	38,7%	20,7%
Rekening Bank Digital	27,5%	18,5%
Internet Banking	19,0%	7,8%
Paylater	16,5%	9,7%
E-money	16,5%	7,3%
Kartu Kredit	9,3%	2,9%
SMS Banking	9,5%	2,9%
Lainnya	0,5%	0,9%
Tidak satupun diatas	4,0%	9,4%

Sumber: Survei Zigi bersama Katadata Insight Center (KIC) 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan hasil survei dari katadata mengenai “Perilaku Keuangan Gen Z dan Gen Y” sebanyak 68% Generasi Z lebih memilih untuk menggunakan *E-wallet* atau dompet digital dibandingkan menggunakan ATM Bank atau produk perbankan lainnya dibandingkan dengan Gen Y sebesar 67,8% yang menggunakan dompet digital atau *E-wallet*.

Ditengah ketatnya persaingan penyedia layanan *E-wallet* di Indonesia, adapun beberapa penyedia layanan *E-wallet* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia dapat dilihat dari tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1. 3. *E-wallet* Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022 & 2023

<i>E-wallet</i>	2022	2023
GoPay	88%	71%

Sumber: Survei Populix 2022 & *E-wallet Industry Outlook* 2023.

Merujuk pada Tabel I.3, sepanjang tahun 2022 dan 2023, GoPay sebagai layanan dompet elektronik dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, yakni sebesar 88% pada 2022 dan menurun menjadi 71% pada 2023.

GoPay merupakan salah satu aplikasi dompet digital yang ringan untuk transfer ke bank mana aja, bayar apa saja dan banyak lagi fitur transaksi online lainnya (GoPay 2023). Dengan ketatnya persaingan *E-wallet* di Indonesia, GoPay sebagai penyedia layanan *E-wallet* terus melakukan inovasi demi meningkatkan kualitas layanan dengan cara meningkatkan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) agar menunjang peningkatan kenyamanan pengguna (*Perceived Enjoyment*), yang mana untuk mempengaruhi niat pengguna (*Behavior Intention*) demi mempertahankan loyalitas pengguna dan menarik lebih banyak pengguna.

Kemudahan dalam mengoperasikan layanan dompet digital GoPay menjadi salah satu aspek krusial yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Pandangan pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor utama yang menentukan sejauh mana mereka mau menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut. Semakin mudah sebuah sistem digunakan, maka semakin erat kaitannya dengan rasa nyaman (*perceived enjoyment*) yang dirasakan oleh pengguna, sebagaimana dijelaskan oleh Rouibah (2016).

*Perceived enjoyment* menggambarkan kondisi ketika seseorang merasa senang dan nyaman saat menggunakan suatu sistem, serta menganggap aktivitas tersebut menyenangkan dan menghibur. Tingkat kenyamanan yang tinggi mendorong pengguna untuk mengakses dan menggunakan teknologi dalam durasi yang lebih lama (Monica & Japariato, 2022). Dalam konteks GoPay, kenyamanan saat memakai aplikasi ini memicu munculnya niat positif, seperti keinginan untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berulang. Rouibah (2016), Monica dan Japariato (2022), dan Elizabeth (2023) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* memberikan dampak signifikan terhadap *perceived enjoyment*.

Kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan GoPay tidak hanya mempengaruhi kenyamanan (*Perceived Enjoyment*) dalam bertransaksi, tetapi juga berdampak pada niat perilaku mereka (*Behavior Intention*) untuk terus menggunakan aplikasi. Jika *Perceived Ease of Use* atau kemudahan penggunaan dirasakan oleh pengguna maka akan memunculkan niat pengguna (*Behavior Intention*) untuk terus menggunakan suatu sistem atau teknologi tersebut. *Behavior intention* merujuk

pada sejauh mana seseorang memiliki niat kuat untuk melakukan suatu tindakan, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi. Niat ini menjadi faktor langsung yang mendorong seseorang untuk benar-benar menggunakan teknologi, serta penting bagi calon pengguna sebelum terjadinya pemakaian secara nyata. Dalam hal ini, kebutuhan individu terhadap layanan *e-wallet* memunculkan perilaku nyata berupa penggunaan aplikasi, yang kemudian berkembang menjadi keinginan kuat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang, termasuk dalam transaksi berulang.

Niat untuk menggunakan teknologi seperti *e-wallet* sering kali dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan sistem, atau *perceived ease of use*. Berdasarkan penelitian dari Monica dan Japariato (2022) dan Setyawati (2022), ditemukan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif terhadap *behavior intention*. Temuan yang sama dikemukakan oleh Muliadi dan Japariato (2021), Siagina et al. (2021), dan Levia et al. (2017) yang menunjukkan bahwa Hal tersebut menandakan bahwa *perceived ease of use* memberikan dampak yang berarti terhadap *behavior intention*.

Keterkaitan antara *perceived ease of use*, *perceived enjoyment*, dan *behavior intention* menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi GoPay tidak hanya berpengaruh langsung terhadap keinginan pengguna untuk terus memanfaatkannya, tetapi juga diperkuat oleh rasa nyaman yang dialami selama penggunaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Monica dan Japariato (2022), ditemukan bahwa baik *perceived ease of use* maupun *perceived enjoyment* memberikan kontribusi signifikan terhadap *behavior intention*. Sementara itu,

Jasin, M. (2022) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* juga berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh positif terhadap niat perilaku tersebut.

Berdasarkan sejumlah studi terdahulu, terlihat bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi (*perceived ease of use*) dan tingkat kenyamanan saat penggunaannya (*perceived enjoyment*) memiliki peranan penting dalam membentuk intensi untuk terus menggunakan layanan GoPay (*behavior intention*).

Beberapa penelitian, termasuk dari Monica dan Japariato (2022), Elizabeth (2023), serta Setyawati (2022), konsisten menunjukkan bahwa persepsi akan kemudahan penggunaan mendorong meningkatnya rasa nyaman, yang pada akhirnya memperkuat niat untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Hubungan positif ini juga tercermin dari ulasan pengguna, di mana beberapa di antaranya menyatakan bahwa mereka merasa nyaman dan terbantu dalam bertransaksi melalui GoPay. Sebagai contoh, komentar dari Wana Sinta pada 20 Oktober 2024 menyebutkan bahwa menggunakan aplikasi GoPay sejauh ini sangat nyaman untuk bertransaksi.

Ulasan-ulasan ini mencerminkan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan kenyamanan (*Perceived Enjoyment*) dapat meningkatkan niat pengguna (*Behavior Intention*) untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Dengan adanya pergeseran alat pembayaran yang mana masyarakat sudah banyak beralih menggunakan *E-wallet* atau dompet elektronik dibandingkan dengan pembayaran cash atau tunai dengan alasan agar lebih mudah, praktis dan cepat, penggunaan *E-wallet* di kalangan Masyarakat di Kota Denpasar juga

semakin meningkat. Namun, di tengah maraknya penggunaan *E-wallet*, belum tentu semua Masyarakat di Kota Denpasar menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran utama mereka. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat Masyarakat di Kota Denpasar untuk memilih dan terus menggunakan GoPay sebagai salah satu opsi pembayaran mereka. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Perceived Ease of Use* melalui *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna GoPay, studi kasus pada Masyarakat di Kota Denpasar”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada pemaparan latar belakang yang telah disampaikan, dapat ditetapkan beberapa inti masalah seperti berikut.

1. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Enjoyment* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay?
2. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay?
3. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay?
4. Bagaimanakah peran mediasi *Perceived Enjoyment* pada pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah yang telah disajikan sebelumnya, sasaran yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Enjoyment* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui peran mediasi *Perceived Enjoyment* pada pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik dan bermanfaat kepada berbagai pihak, sebagai berikut.

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna menjadi sarana menerapkan ilmu pengetahuan dan keilmuan khususnya dibidang pemasaran yang menyangkut *behavior intention* terhadap *perceived ease of use* melalui *perceived enjoyment* dalam penggunaan GoPay.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan masyarakat mengenai penerapan ilmu yang telah diperoleh dalam dunia nyata. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai alasan dan dorongan seseorang dalam memilih serta

memanfaatkan sebuah aplikasi digital. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan masyarakat bisa lebih bijak dalam menilai kenyamanan dan pengalaman yang dirasakan saat berinteraksi dengan layanan berbasis teknologi, khususnya dalam konteks penggunaan layanan seperti GoPay.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan fitur-fitur yang memperhatikan kemudahan penggunaan dan kenyamanan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan *Behavior Intention* pengguna untuk tetap setia pada GoPay dan menambah loyalitas pengguna di kalangan Masyarakat.

c. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil dari penelitian ini untuk mengevaluasi kemampuan para mahasiswa dalam menganalisis kasus serta memecahkan masalah secara ilmiah dalam rangka menerapkan ilmu yang diperoleh serta sebagai bahan referensi bagi penelitian lebih lanjut.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Teori

##### 2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu pendekatan teoritis yang memiliki pengaruh besar dalam memprediksi penerimaan terhadap teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model ini berangkat dari sudut pandang perilaku dalam sistem informasi dan dirancang untuk menjelaskan sejauh mana seseorang tertarik untuk menerima serta memanfaatkan teknologi dalam aktivitasnya. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada 1989 dan sejak itu menjadi salah satu landasan teori yang paling luas dimanfaatkan untuk menjelaskan bagaimana pengguna merespons penggunaan sistem digital.

Dalam berbagai studi, model ini berfungsi sebagai dasar untuk menelusuri faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan keputusan individu dalam mengadopsi teknologi. Fokus utamanya adalah pada keyakinan akan kegunaan suatu sistem *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, yang keduanya berperan dalam membentuk niat dan perilaku aktual dalam menggunakan teknologi (Hasanah et al., 2021).

Dalam penerapannya, TAM banyak digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara manusia dan penerimaan teknologi dengan menitikberatkan pada tiga konstruk utama, yaitu *perceived ease of use*, *perceived e-trust*, dan *perceived usefulness*. Ketiga elemen ini dianggap sebagai indikator krusial dalam

memprediksi sejauh mana suatu sistem informasi atau teknologi akan diterima oleh pengguna (Setyaningrat, Annas Mushlihin, & Zunaidi, 2023).

### **2.1.2 Theory of Planned Behaviour (TPB)**

Ajzen (1991) mengemukakan *Theory of planned Behaviour* (TPB) sebagai teori yang berkelanjutan dari teori pendahulunya yakni *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dinilai memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku individu. Terdapat dua indikator yang berasal dari pengembangan *Theory of Reasoned Action* yakni sikap dan norma subjektif, sedangkan indikator lainnya yakni kontrol perilaku persepsian ditambahkan sebagai pengembangan terbaru. Hal ini didasari dengan alasan bahwa tidak semua perilaku individu dapat dikendalikan oleh dirinya sendiri, sehingga muncul teori berkelanjutan dari TRA yakni *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang mencakup 3 indikator didalamnya yakni norma subjektif, sikap terhadap perilaku dan control perilaku persepsian. Menurut Ajzen (2005), niat merupakan suatu keinginan yang timbul dalam diri seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, hal ini sesuai dengan kaidah yang terdapat dalam indikator-indikator TPB. Lebih lanjut, TPB juga terbukti menunjukkan tingkat akurasi yang tinggi dalam memprediksi niat perilaku tertentu dan dapat mengacu pada munculnya perilaku aktual (Beck & Ajzen, 1991).

### **2.1.3 Manajemen Keuangan**

Menurut Dicky Perwita (2023), manajemen keuangan merupakan suatu rangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, pengawasan, serta pengambilan keputusan terkait keuangan, yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka

mengelola aset keuangannya secara optimal, baik dari segi efektivitas maupun efisiensi.

#### **2.1.4 Ruang Lingkup Manajemen Keuangan**

Menurut Samsurijal (2022), ruang lingkup manajemen keuangan mencakup batasan serta aspek-aspek utama dari fungsi manajerial keuangan yang dijalankan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Adapun empat cakupan utama dalam manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Terkait Investasi

Bagian ini berfokus pada bagaimana perusahaan mendistribusikan dan menempatkan dana ke berbagai pilihan investasi, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal.

2. Keputusan Mengenai Sumber Pembiayaan

Ruang lingkup ini mencakup strategi perusahaan dalam memperoleh dana dari berbagai sumber modal, serta bagaimana dana tersebut dikelola secara efisien untuk mendukung kelangsungan usaha.

3. Keputusan Pembagian Dividen

Aspek ini menyangkut penentuan kebijakan pembagian keuntungan kepada pemegang saham. Keputusan ini merupakan bagian penting dari tanggung jawab manajemen keuangan terhadap para investor.

4. Keputusan Mengenai Modal Kerja

Meski termasuk dalam kategori keputusan investasi, pengelolaan modal kerja memiliki lingkup tersendiri. Fokusnya tidak hanya pada aktivitas internal

perusahaan, tetapi juga mencakup pengelolaan aset lancar dan kewajiban jangka pendek yang mempengaruhi likuiditas perusahaan secara keseluruhan.

### **2.1.5 *Financial Technology (Fintech)***

Bank Indonesia menjelaskan bahwa *financial technology* atau teknologi finansial merupakan pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang bertujuan untuk menciptakan layanan, produk, teknologi, atau model bisnis baru. Hal ini diatur dalam Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang

Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Kehadiran teknologi ini berpotensi memberikan dampak terhadap stabilitas moneter, sistem keuangan, serta mendukung terciptanya sistem pembayaran yang efisien, aman, lancar, dan andal.

Sementara itu, menurut *Financial Stability Board* yang dikutip oleh Nizar (2017), *fintech* dipahami sebagai hasil inovasi berbasis teknologi di sektor keuangan. Inovasi ini mampu menghadirkan berbagai aplikasi, produk, proses, maupun model bisnis baru yang secara signifikan mempengaruhi cara layanan keuangan disediakan kepada masyarakat.

### **2.1.6 Jenis Jenis *Fintech***

Menurut Adji dan Muhammad (2023) ada 5 jenis jenis dari Financial Technology yaitu sebagai berikut:

#### **1. Pembayaran Digital**

Beberapa perusahaan berbasis *fintech* menyediakan fasilitas transaksi keuangan secara elektronik, termasuk layanan pembayaran daring, sistem pembayaran melalui pihak ketiga (*third-party payment systems*), serta layanan transfer antar bank secara digital.

## 2. Pinjaman Peer-to-Peer (P2P)

Berdasarkan Peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016, layanan *peer-to-peer lending* merupakan sistem peminjaman uang secara langsung antara individu pemberi pinjaman (*lender*) dan penerima pinjaman (*borrower*) dalam mata uang rupiah yang difasilitasi melalui platform berbasis teknologi informasi.

## 3. Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

*Crowdfunding* adalah metode pendanaan kolektif yang memungkinkan individu atau pelaku usaha memperoleh modal dengan cara mengumpulkan kontribusi dana dari sejumlah besar orang melalui platform digital, untuk mendukung proyek atau bisnis tertentu.

## 4. Perlindungan Asuransi

Layanan asuransi dalam dunia *fintech* mengacu pada kesepakatan antara pihak nasabah dan perusahaan penyedia asuransi, di mana nasabah membayar sejumlah premi guna memperoleh jaminan keuangan atas risiko kerugian, kejadian tidak terduga, atau kerusakan yang mungkin terjadi di masa depan.

## 5. Layanan Investasi

*Fintech* juga mencakup layanan keuangan berbasis digital yang berkaitan dengan kegiatan menabung dan berinvestasi. Beberapa instrumen investasi yang dapat diakses secara online meliputi *peer-to-peer lending*, reksa dana, logam mulia seperti emas, hingga aset digital seperti *cryptocurrency*.

### **2.1.7 E-wallet**

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 angka 7 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, dompet elektronik atau *e-wallet* merupakan layanan digital yang berfungsi layaknya uang elektronik, yaitu untuk menyimpan dana sekaligus melakukan pembayaran.

Senada dengan hal tersebut, Rosmayanti (2019) menyatakan bahwa *e-wallet* adalah layanan berbasis elektronik yang berperan sebagai media penyimpanan dana dan alat transaksi, serupa dengan konsep uang elektronik. Karena kemudahannya dalam memfasilitasi transaksi secara cepat dan praktis, layanan ini semakin diminati, terutama oleh kalangan muda yang mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Dalam penelitian ini, pengertian *e-wallet* mengacu pada rumusan dari Peraturan Bank Indonesia dan pendapat Rosmayanti (2019), yaitu sebagai suatu sistem layanan digital yang memungkinkan penggunanya menyimpan saldo secara elektronik, melakukan pembayaran, serta menyelesaikan berbagai transaksi secara *online* dengan cara yang mudah dan fleksibel.

### **2.1.8 Behavior Intention**

#### **1. Definisi Behavior Intention**

Monica dan Japariato (2022) mengemukakan bahwa behavior intention merupakan tingkat kekuatan niat pengguna dalam melakukan suatu perilaku tertentu yang dipengaruhi oleh pengalaman yang pernah dialami pengguna pada penggunaan sistem informasi.

## 2. Faktor faktor *Behavior Intention*

Niat pengguna atau *behavioral intention* dapat bervariasi antara satu individu dengan individu lainnya, bergantung pada berbagai faktor yang memengaruhinya. Venkatesh et al. (2003) mengidentifikasi enam elemen utama yang membentuk *behavioral intention*, yaitu dorongan seseorang dalam memutuskan untuk menggunakan atau membeli suatu produk melalui platform daring. Berikut penjelasan masing-masing faktor:

### a. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Menggambarkan tingkat di mana individu merasa bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa kesulitan berarti. Apabila suatu teknologi atau aplikasi memiliki tampilan antarmuka yang intuitif serta tidak membingungkan, maka potensi seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut akan meningkat secara signifikan.

### b. Kesenangan dan Kenyamanan (*Perceived Enjoyment*)

Faktor psikologis ini berkontribusi besar terhadap niat seseorang dalam menggunakan suatu sistem. *Perceived enjoyment* mengacu pada tingkat kepuasan dan kesenangan yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan teknologi, terlepas dari manfaat fungsionalnya. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*, pengalaman positif dari pengguna akan mendorong keinginan untuk terus menggunakan teknologi tersebut secara berulang.

### c. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Menggambarkan pemahaman pengguna terhadap manfaat dan kemajuan

teknologi. Misalnya, meningkatnya jumlah platform belanja daring yang dapat diakses melalui perangkat seperti ponsel pintar atau komputer yang terhubung ke internet.

d. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan saat mengakses situs *e-commerce*. Semakin mudah sistem tersebut dioperasikan, semakin besar kemungkinan pengguna merasa nyaman, termasuk terhadap tampilan visual atau tata letak situs yang mendukung pengalaman pengguna.

e. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Yaitu keyakinan pengguna bahwa orang lain, khususnya yang sudah berpengalaman dalam transaksi daring, dapat memengaruhi keputusannya untuk berbelanja secara online. Pendapat atau pengalaman orang lain dapat menjadi rujukan dalam menentukan perilaku konsumen.

f. Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Faktor ini mencakup ketersediaan infrastruktur teknologi yang mendukung aktivitas daring, seperti adanya perangkat laptop, komputer, ponsel pintar, serta akses internet. Dukungan ini penting agar pengguna dapat menjalankan transaksi dengan lancar di platform *e-commerce*.

3. Indikator *Behavior Intention*

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Indikator menurut Upayana (2022) dan Zeithaml (1996) menguraikan indikator dari *Behavior Intention* dibagi menjadi 3 indikator, yaitu:

a. *Intention to use* (keinginan untuk menggunakan)

Indikator *intention to use* diartikan sebagai keinginan dari pengguna untuk menggunakan suatu *system* atau aplikasi.

b. *Motivation to use* (motivasi untuk menggunakan)

Indikator *motivation to use* diartikan sebagai motivasi dari pengguna untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi.

c. *Repeat to use* (mengulangi penggunaan)

Indikator *repeat to use* diartikan sebagai niat pengguna untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi secara berulang.

### 2.1.9 *Perceived Ease of Use*

1. Definisi *Perceived Ease of Use*

Menurut Monica dan Japariato (2022), *perceived ease of use* mencerminkan tingkat keyakinan seorang pengguna bahwa kemudahan dalam mengoperasikan suatu sistem dapat mendorong ketertarikan mereka untuk menggunakan serta mempelajari berbagai fitur pendukung yang tersedia di dalam sistem tersebut.

2. Indikator *Perceived Ease of Use*

Penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Davis (1989) untuk mengukur *perceived ease of use*, yang terdiri dari lima aspek utama:

a. Kemudahan dalam Memahami (*easy to learn*)

Indikator ini menunjukkan bahwa suatu sistem atau teknologi dirancang agar pengguna dapat dengan cepat memahami cara kerjanya tanpa kesulitan yang berarti.

b. Kemampuan untuk Mengendalikan (*controllable*)

Mengacu pada sejauh mana pengguna memiliki kendali penuh terhadap sistem atau teknologi yang digunakan, sehingga pengguna merasa dapat mengoperasikannya dengan lancar.

c. Mudah Dipahami dan Jelas (*clear and understandable*)

Aspek ini menekankan bahwa sistem harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang jelas dan tidak membingungkan, sehingga pengguna bisa mengakses dan memanfaatkannya secara efektif.

d. Bersifat Fleksibel (*flexible*)

Menunjukkan bahwa sistem tersebut memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya kapan pun dan di mana pun, tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga meningkatkan kenyamanan dalam penggunaannya.

e. Sangat bermanfaat (*Easy to become skillful*)

Dimensi *easy to become skillful* merupakan per-paduan dari faktor *easy-to-use* (mudah digunakan) dan *easy to remember* (mudah di ingat).

### 2.1.10 *Perceived Enjoyment*

#### 1. Definisi *Perceived Enjoyment*

Monica dan Japariato (2022) mengemukakan bahwa *Perceived Enjoyment* adalah perasaan nyaman dan suka yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu sistem atau teknologi dan menganggap penggunaan sistem tersebut sebagai aktivitas yang menyenangkan.

## 2. Indikator *Enjoyment*

Li Y (2016) menguraikan indikator dari variabel *Perceived Enjoyment* dibagi menjadi 3 indikator, yaitu:

### a. *Pleasure* (menyenangkan)

Indikator *pleasure* dapat diartikan sebagai pengalaman menyenangkan yang dirasakan oleh pengguna ketika dapat memanfaatkan teknologi atau aplikasi.

### b. *Enjoyable* (kenyamanan)

Indikator *enjoyable* dapat diartikan sebagai perasaan nyaman yang dirasakan oleh pengguna ketika suatu teknologi atau aplikasi bermanfaat bagi berbagai macam kebutuhan.

### c. *Fun* (menarik)

Indikator *fun* dapat diartikan sebagai ketertarikan pengguna yang timbul akibat fitur yang ada pada teknologi atau aplikasi

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

Berikut beberapa referensi peneliti terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai acuan dalam meneliti mengenai Analisis *Perceived Ease of Use* melalui *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna GoPay.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Elizabeth (2023)	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> yang di Mediasi	Hasil penelitian menunjukan <i>Perceived ease Of Use</i> berpengaruh positif terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel

		<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i> pada Pengguna <i>E-wallet</i> GoPay		mediasinya yaitu <i>Perceived Usefulness</i> , sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel <i>Perceived enjoyment</i>
2	Rouibah (2016)	<i>The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: New perspectives from an Arab country</i>	Kemudahan penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) terbukti memberikan pengaruh nyata terhadap tingkat kesenangan ( <i>Perceived Enjoyment</i> ) dalam membentuk sikap pengguna terhadap penerapan suatu sistem informasi. Artinya, semakin sederhana dan tidak rumit sistem tersebut dioperasikan, maka akan semakin meningkatkan rasa nyaman dan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel penelitiannya yang mana penelitian ini memakai variabel <i>perceived risk on trust formation and intention to use</i> , dan perbedaan pada objek penelitian yang mana penelitian sebelumnya menggunakan online payment system dan juga perbedaan pada Lokasi penelitian yang dilakukan di Negara Arab.
3	Monica dan Japariato (2022)	<i>Perceived Ease of Use</i> dan Melalui <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Behavior Intention</i> Pada Digital Payment mahasiswa Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukan pada penggunaan aplikasi <i>digital payment</i> . <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> . Dan menunjukan juga <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Enjoyment</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel <i>Behavior</i>	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yang mana pada penelitian sebelumnya menggunakan digital payment sedangkan penelitian ini e-

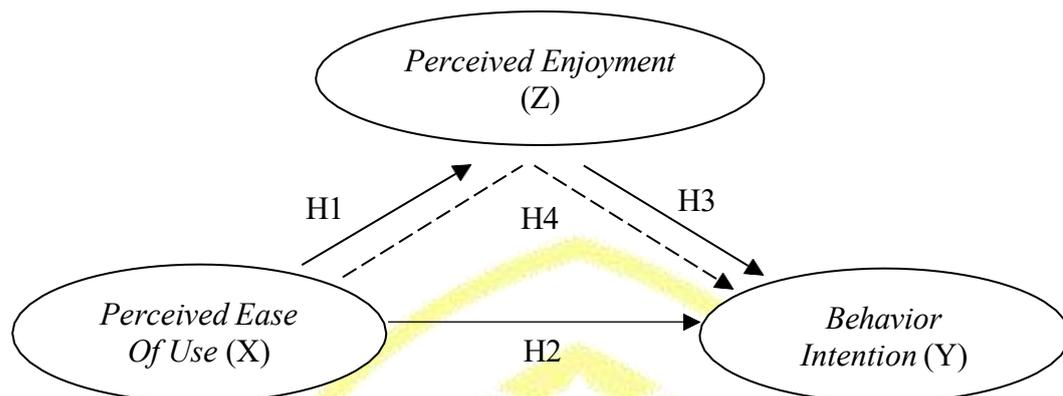
			<i>Intention.</i>	wallet GoPay. Dan juga perbedaan Lokasi penelitian, yang mana penelitian sebelumnya dilakukan di Yogya
4	Marbun dan Panjaitan (2022)	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan GoPay Dengan <i>Social Influence</i> Sebagai Moderasi	Hasil penelitian menunjukan <i>Perceived Ease of Use</i> tidak memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i> dalam penggunaan GoPay	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada <i>Perceived Ease of Use</i> tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini menggunakan <i>moderator Social Influence</i> , tidak ada mediasi.
5	Setyawati (2020)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Behavioral Intention To Use</i> Dengan <i>Attitude Towards Using</i> Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian menunjukan <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel bebasnya yakni <i>Perceived Usefulness</i> dan variabel mediasi nya yaitu <i>Attitude Towards Using</i>
6	Chin & Ahmad (2015)	<i>Perceived Enjoyment and Malaysian Consumers' Intention to Use a Single Platform E-Payment</i>	Temuan studi tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap kenyamanan memiliki keterkaitan yang kuat dengan keinginan konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel nya dan juga Objek penelitian
7	Leiva (2017)	<i>Determinants of intention to</i>	Hasil penelitian menunjukan <i>Perceived</i>	Perbedaan penelitian

		<i>use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model F.</i>	<i>ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>	sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada analisis data nya menggunakan Teknik pendekatan TAM dan perbedaan pada variabel nya.
8	Jasin, M. (2022).	<i>The effect of perceived ease of use on behavior intention through perceived enjoyment as an intervening variable on digital payment in the digital era</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Perceived Enjoyment</i> memediasi pengaruh positif terhadap <i>Behavior Intention</i> , hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya konsumen yang merasa nyaman akibat kemudahan penggunaan <i>e-wallet</i> sehingga suka menggunakan aplikasi tersebut.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu menggunakan digital payment sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>e-wallet</i> GoPay.

## 2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis

### 2.3.1 Kerangka Konsep

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian



Keterangan:

—————> : Berpengaruh langsung

- - - - -> : Variabel Z memediasi pengaruh variabel X terhadap variabel Y

### 2.3.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dipahami sebagai suatu perkiraan dugaan atau jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Karena sifatnya belum terbukti, hipotesis tersebut memerlukan pengujian lebih lanjut melalui pengumpulan data empiris yang relevan (Sugiyono, 2019:64). Oleh karena itu, berdasarkan kerangka pemikiran dan referensi teoritis yang telah dijelaskan, penulis merumuskan dugaan sementara penelitian ini dengan hipotesis berikut.:

#### 2.3.2.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Enjoyment*

Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu sistem (*perceived ease of use*), maka semakin besar pula hubungan positifnya dengan

kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna (*perceived enjoyment*), sebagaimana dijelaskan oleh Rouibah (2016). Dalam penelitiannya, Rouibah menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* secara signifikan memengaruhi *perceived enjoyment* dalam membentuk sikap seseorang terhadap adopsi sistem informasi tertentu. Temuan serupa juga disampaikan oleh Monica dan Japariato (2022), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem berdampak positif terhadap kenyamanan pengguna. Sementara itu, penelitian oleh Elizabeth (2023) turut memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment*. Ketika pengguna merasa sistem mudah untuk dijalankan, maka akan muncul perasaan nyaman dalam proses penggunaannya. Rasa nyaman ini kemudian mendorong individu untuk terus menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan dalam aktivitas sehari-hari.

H1 : Pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Perceived Enjoyment* pada Masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.

### **2.3.2.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention***

Riset yang dilaksanakan oleh Monica dan Japariato (2022) menunjukkan bahwa pandangan mengenai kemudahan pemakaian memberi dampak positif terhadap keinginan individu untuk bertindak. Hasil yang sejalan ditemukan pada penelitian Setyawati (2022), yang menegaskan bahwa semakin sederhana suatu sistem untuk digunakan, semakin kuat pula keterkaitannya dengan niat perilaku pengguna. Selain itu, riset dari Muliadi dan Japariato (2021) mengungkap bahwa persepsi kemudahan memainkan peran signifikan dalam membentuk keinginan

bertindak. Ketika seseorang merasa sistem atau teknologi yang digunakan tidak menyulitkan, maka dorongan untuk menggunakannya secara berkelanjutan pun cenderung meningkat.

H2 : Pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Behavior Intention* pada Masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.

### **2.3.2.3 Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention***

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chin dan Ahmad (2015), terdapat hubungan yang kuat antara persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) dan intensi perilaku (*behavior intention*) konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran digital atau *e-payment*. Penelitian lain oleh Monica dan Japariato (2022) juga mendukung temuan tersebut, di mana *perceived enjoyment* terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Ketika pengguna merasakan kenyamanan selama menggunakan suatu sistem, maka hal ini akan memperkuat niat mereka untuk terus mengakses, menggunakan, atau mengulangi tindakan tertentu dalam konteks penggunaan teknologi tersebut.

H3 : Pengaruh antara variabel *Perceived Enjoyment* terhadap variabel *Behavior Intention* pada Masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.

### **2.3.2.4 Pengaruh Mediasi *Perceived Enjoyment* pada *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention***

Feryanto (2024) menyampaikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dari *perceived ease of use* terhadap *behavior intention* melalui *perceived enjoyment*. Artinya, ketika individu merasakan *perceived enjoyment* yang muncul akibat *perceived ease of use*, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih

besar untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan (dibandingkan dengan mereka yang tidak merasakannya. Penemuan ini diperkuat oleh penelitian Monica dan Japariato (2022) yang menunjukkan bahwa baik *perceived ease of use* maupun *perceived enjoyment* secara signifikan berkontribusi dalam membentuk *behavior intention*. Hal serupa juga disampaikan oleh Jasin (2022), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan memiliki dampak besar terhadap niat konsumen dalam memanfaatkan sistem pembayaran elektronik. Konsumen akan merasa lebih siap untuk melakukan transaksi jika sistem tersebut dirasakan mudah dioperasikan (*perceived ease of use*). Kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem (*perceived ease of use*) akan meningkatkan kenyamanan (*perceived enjoyment*), yang pada akhirnya akan mendorong pengguna untuk lebih berniat dalam menggunakan teknologi tersebut secara konsisten..

H4 : Variabel *Perceived Enjoyment* memediasi pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Behavior Intention* pada Masyarakat di Kota Denpasar pengguna GoPay.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat Penelitian**

Studi ini akan dilakukan di Denpasar, kota yang berperan sebagai pusat pemerintahan Provinsi Bali sekaligus menjadi titik utama berbagai kegiatan di Pulau Bali. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Denpasar adalah kota yang paling berkembang di Bali dan menjadi pusat pemerintahan, ekonomi, serta kehidupan masyarakat. Selain itu, sebagai kota metropolitan di Bali, Denpasar menawarkan keragaman aktivitas dan dinamika masyarakat yang relevan untuk dijadikan objek penelitian.

#### **3.2 Populasi dan Sample Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi**

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), populasi merujuk pada sekumpulan elemen yang menjadi target dalam proses penarikan generalisasi hasil penelitian. Adapun dalam studi ini, kelompok yang dijadikan populasi adalah generasi Z yang tinggal di Kota Denpasar, mencakup laki-laki maupun perempuan. Mengacu pada data dari BPS Kota Denpasar, jumlah penduduk dari generasi ini tercatat sebanyak 228.300 orang.

##### **3.2.2 Metode Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih karena memiliki ciri-ciri tertentu yang dianggap mampu merepresentasikan keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel dilakukan

menggunakan pendekatan *nonprobability sampling*, yaitu metode di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan responden.

Adapun teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Kriteria yang dimaksud mencakup individu yang berasal dari generasi Z, berdomisili di wilayah Kota Denpasar, serta telah menggunakan layanan GoPay selama minimal enam bulan.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dianggap cukup mewakili populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai dasar perhitungannya. Dalam hal ini, jumlah populasi yang dijadikan acuan adalah sebanyak 228.300 orang, dengan tingkat ketelitian sebesar 10% atau 0,1.

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{228.300}{1 + 228.300(0,1)^2}$$

$$n = \frac{228.300}{1 + 22830,0}$$

$$n = \frac{228.300}{22831,0}$$

$$n = 99,956217$$

Keterangan:

N : populasi

n : sampel

e : Margin error 10%

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Slovin*, diperoleh jumlah sampel sebesar 99,95. Nilai ini kemudian dibulatkan menjadi 100 demi mempermudah proses penelitian. Dengan demikian, jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Penggunaan rumus *Slovin* dilakukan dengan menetapkan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%

(0,1). Hasil pembulatan ini dianggap sudah cukup representatif untuk menggambarkan populasi dalam penelitian, sehingga sebanyak 100 responden dari Gen Z pengguna *GoPay* di Kota Denpasar akan dijadikan sampel penelitian.

### 3.3 Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), variabel adalah unsur yang dapat berubah-ubah dan melekat pada seseorang, suatu objek, atau kegiatan tertentu, yang perubahannya diamati dan dianalisis oleh peneliti sebagai dasar dalam menyusun kesimpulan penelitian. Dalam studi ini, peneliti mengidentifikasi tiga kategori utama variabel yang menjadi fokus analisis, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), *independent variable* atau variabel bebas merupakan faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah *Perceived Ease of Use* (X).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

*Dependent variable* atau variabel terikat, menurut Sugiyono (2019), merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, atau yang muncul sebagai akibat dari adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Behavior Intention* (Y).

3. Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2019), *intervening variable* adalah variabel yang secara teori berperan dalam menjembatani pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara tidak langsung, namun tidak dapat diamati

secara langsung. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah *Perceived Enjoyment (Z)*.

### **3.4 Sumber Data**

Adapun Data Menurut Sumbernya yakni Data Primer dan Data Sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Dengan kata lain, data primer adalah data orisinal yang diperoleh secara langsung dari responden dan belum pernah dicatat sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari pengguna GoPay melalui penyebaran kuesioner yang disusun oleh peneliti.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder merujuk pada informasi yang sebelumnya telah dihimpun oleh pihak lain, kemudian dimanfaatkan kembali dalam penelitian ini sebagai sumber data pendukung. Data jenis ini umumnya bersifat pendukung dan relevan terhadap topik yang sedang dikaji. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari situs resmi GoPay, yang mencakup informasi tentang profil perusahaan, produk-produk yang ditawarkan, serta data pengguna layanan GoPay.

### **3.5 Jenis Data**

#### **3.5.1 Jenis Data Menurut Sifatnya**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif yakni data yang berupa angka angka dan dalam penelitian ini yaitu jumlah masyarakat dan jawaban dari kuisoner mengenai

pengaruh *Perceived Ease of Use* melalui *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna GoPay studi pada Masyarakat di Kota Denpasar.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden. Sebelum pengumpulan data utama dilakukan, peneliti melaksanakan uji coba terhadap instrumen dengan melibatkan 100 orang responden. Penyebaran *kuesioner* dilakukan secara daring (*online*) kepada individu-individu yang telah dipilih berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan dalam *kuesioner* dirancang untuk mengevaluasi pengaruh dari tiga variabel inti dalam penelitian ini terhadap intensi penggunaan layanan *GoPay*..

### **3.7 Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Instrumen Penelitian**

Metode analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk mengolah serta menafsirkan data agar dapat menghasilkan informasi yang relevan dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Proses ini bertujuan untuk menyusun data secara sistematis sehingga dapat ditarik kesimpulan yang logis dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan statistik sebagai alat bantu pengolahan data, dengan menggunakan serangkaian perhitungan kuantitatif yang dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Uji Validitas Instrumen

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017 : 121). Apabila instrumen yang telah diteliti memiliki nilai koefisien korelasi Product Moment antara skor butir dengan skor total  $> 0,30$ , dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut valid.

### 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan pendapat Ghazali (2017), *reliabilitas* merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten, terutama ketika digunakan untuk mengukur indikator dari suatu konstruk atau variabel. Sebuah kuesioner dianggap *reliable* apabila tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan bersifat konsisten, meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi hasil pengukuran apabila kuesioner digunakan secara berulang. Konsistensi tersebut berarti responden memberikan jawaban yang tetap pada pernyataan yang serupa, bukan jawaban yang acak atau berubah-ubah. Sementara itu, menurut Sugiyono (2019), suatu instrumen penelitian harus memiliki tingkat *keandalan* yang tinggi agar dapat menghasilkan data yang valid dan dapat dipercaya. Salah satu tolok ukur dari reliabilitas instrumen adalah nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60, maka instrumen tersebut dinyatakan handal atau *reliable*.

### 3.7.2 Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk memaparkan dan menggambarkan data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan umum atau inferensial (Sugiyono, 2019: 93–94). Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif digunakan guna menjabarkan karakteristik para responden dan setiap variabel penelitian. Proses ini dilakukan dengan memberikan skor terhadap setiap jawaban responden berdasarkan *Likert Scale*. Tiap pilihan dalam kuesioner diberikan bobot tertentu sesuai dengan tingkatan skala Likert yang telah ditetapkan sebelumnya:

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Baik (SB)	Di beri skor 5
Baik (B)	Di beri skor 4
Cukup Baik (CB)	Di beri skor 3
Kurang Baik (KB)	Di beri skor 2
Sangat Kurang Baik (SKB)	Di beri skor 1

Dengan nilai interval maka diperoleh batas-batas klasifikasi (kriteria) dengan kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Penilaian Skor

Skor	Keterangan
1,00-1,80	Sangat kurang baik
1,81-2,60	Kurang baik
2,61-3,40	Cukup baik
3,41-4,20	Baik
4,20-5,00	Sangat Baik

### 3.7.3 Statistik Inferensial (SEM Partial Least Square)

Penelitian ini memanfaatkan metode analisis yang menyeluruh guna meninjau keterkaitan antara seluruh variabel yang diteliti. Setelah data

dikumpulkan dan ditabulasi, proses analisis dilanjutkan dengan pendekatan statistik inferensial. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian, yang lebih dikenal sebagai *Partial Least Squares* (PLS), dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*.

*Structural Equation Modeling* (SEM) adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara konstruk laten dengan indikator-indikator yang merepresentasikannya, serta hubungan antar konstruk laten secara keseluruhan. Teknik ini juga memperhitungkan kemungkinan adanya kesalahan dalam proses pengukuran. Keunggulan dari pendekatan SEM terletak pada kemampuannya dalam melakukan analisis terhadap beberapa variabel independen dan dependen secara bersamaan dalam satu model terpadu. Alasan pemilihan metode ini adalah karena penelitian bertujuan untuk memprediksi dan memahami konstruk laten, bukan semata-mata untuk menguji teori, dan jumlah sampel yang digunakan tergolong kecil.

Jumlah minimum responden yang direkomendasikan untuk analisis SEM-PLS berkisar antara 30 hingga 100. Lebih lanjut, Hair (2017) menyebutkan bahwa salah satu pedoman yang paling umum digunakan dalam SEM-PLS adalah *10 times rule* yang dikemukakan oleh Barclay (1995). Prinsip *10 times rule* menyatakan bahwa ukuran sampel minimal harus sepuluh kali lebih besar dari jumlah panah terbanyak yang menuju salah satu konstruk laten dalam model PLS.

Setelah data dikumpulkan dan melalui proses tabulasi, langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan analisis menggunakan pendekatan statistik inferensial. Teknik analisis yang dipilih adalah *Partial Least Squares* (PLS), yang

proses perhitungannya dibantu oleh perangkat lunak *SmartPLS*. Alasan penggunaan metode ini didasarkan pada struktur model yang kompleks serta keterbatasan jumlah sampel, yaitu hanya melibatkan 100 responden.

Pendekatan PLS memiliki dua komponen utama. Komponen pertama adalah *outer model* atau dikenal juga dengan istilah *measurement model*, yang menjelaskan hubungan antara konstruk laten dan indikator-indikator yang merepresentasikannya. Dengan kata lain, bagian ini menjabarkan sejauh mana konsep-konsep abstrak dapat direfleksikan melalui variabel-variabel yang dapat diukur secara langsung.

Sementara itu, komponen kedua adalah *inner model*, atau sering disebut sebagai *structural model*, yang menggambarkan pola hubungan antar konstruk laten dalam keseluruhan struktur model penelitian (Ghozali, 2017).

### **3.7.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*measurement model* /*outer model*)**

Melalui evaluasi *outer model*, dapat diketahui tingkat validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan dalam penelitian. Sebuah alat ukur dinyatakan valid apabila mampu secara akurat merepresentasikan konstruk yang dimaksud dan mampu menangkap informasi yang relevan sesuai dengan tujuan pengukuran. Dalam pendekatan *Partial Least Squares* (PLS), kesesuaian model diukur melalui proses validasi menggunakan *outer model*.

Model pengukuran atau *measurement model* ini dievaluasi berdasarkan dua aspek utama, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikator-indikator yang digunakan, serta *composite reliability* untuk menguji konsistensi internal dalam satu blok indikator. Evaluasi tersebut menjadi dasar untuk

memastikan apakah indikator-indikator tersebut secara konsisten dan tepat mengukur konstruk yang diteliti (Ghozali, 2017):

1. *Convergent validity*

*Convergent validity* merupakan pengukuran korelasi antara skor indikator dengan skor konstruk latennya. Untuk penelitian ini loading factor 0,6 sampai 0,7 dianggap cukup, karena merupakan tahap awal pengembangan skala pengukuran dan jumlah indikator per konstruk tidak besar, berkisar antara 1 sampai 3 indikator.

2. *Discriminant validity*

Validitas diskriminan digunakan untuk menilai sejauh mana indikator dapat membedakan konstruk yang satu dengan lainnya. Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE) suatu konstruk dengan nilai korelasi konstruk tersebut terhadap konstruk lain dalam model. Apabila nilai akar AVE lebih tinggi daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai. Secara umum, nilai AVE yang disarankan berada di atas 0,5.

3. Reliabilitas Komposit

Reliabilitas komposit digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari indikator yang merepresentasikan suatu konstruk laten. Nilai ini menggambarkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu blok mampu mengukur konstruk secara seragam. Nilai minimum yang dapat diterima untuk

reliabilitas komposit adalah lebih dari 0,6, meskipun angka ini tidak bersifat mutlak sebagai standar universal.

#### 4. *Cronbach's Alpha*

Sebagai pelengkap pengujian reliabilitas komposit, nilai  $\alpha$  juga digunakan untuk menguji keandalan instrumen. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai  $\alpha > 0,7$ . Hal ini menunjukkan bahwa indikator dalam konstruk tersebut secara konsisten mengukur hal yang sama (Eisingerich & Rubera, 2010).

#### 3.7.3.2 Evaluasi Model Struktural (*Structural Model/Inner Model*)

Penilaian terhadap model struktural bertujuan untuk mengukur sejauh mana keseluruhan model penelitian dapat menjelaskan hubungan antara konstruk-konstruk yang dibentuk melalui variabel-variabel beserta indikatornya. Evaluasi terhadap *inner model* ini dilakukan dengan sejumlah pendekatan, seperti: (a) koefisien determinasi ( $R^2$ ), (b) analisis *path coefficient*, (c) pengujian hipotesis, dan (d) uji Sobel.

##### 1. Penilaian Model Struktural Menggunakan Nilai $R^2$ (R-Square)

Nilai *R-square* merupakan indikator yang menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat di dalam suatu model penelitian. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin tinggi pula kemampuan model dalam menjelaskan dan memprediksi variabel yang dipengaruhi. Menurut Chin (dalam Lathan & Ghazali, 2017:85), interpretasi terhadap nilai *R-square* dibedakan menjadi tiga kategori: apabila nilainya mencapai 0,67 maka dianggap memiliki kekuatan prediktif yang tinggi, nilai sebesar 0,33

diklasifikasikan sebagai moderat, sedangkan nilai 0,19 menunjukkan tingkat prediktif yang rendah.

## 2. Analisis Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh yang secara langsung diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besaran koefisien jalur (*path coefficient*) dimanfaatkan sebagai acuan dalam menilai kekuatan sekaligus arah keterkaitan antara setiap konstruk yang ada di dalam model penelitian.

## 3. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, digunakan dua indikator statistik yaitu *T-statistic* dan *P-values*. Sebuah hipotesis dianggap signifikan dan diterima apabila nilai *P-value*  $< 0,05$ , sebagaimana dijelaskan oleh Yamin dan Kurniawan (2016).

### 3.8 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari tanggal 25 April 2025 yang bertempat di Kota Denpasar.

### 3.9 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan penelitian lebih terstruktur, format penulisan dalam penelitian ini disusun ke dalam lima bagian utama, yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi bagian pendahuluan yang menjelaskan secara menyeluruh mengenai dasar pemikiran dilakukannya penelitian.

Di dalamnya termuat uraian tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang

diharapkan dari penelitian, serta gambaran umum mengenai sistematika penulisan dalam laporan ini.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II merupakan tinjauan pustaka yang mendukung penelitian terdiri dari landasan teoritis, publikasi penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, kerangka konseptual dan hipotesis. Pada landasan teoritis diuraikan mengenai teori: *E-wallet*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Enjoyment* dan *Behavior Intention*.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menguraikan metode penelitian yang terdiri dari : tempat dan obyek penelitian, populasi dan metode penentuan sampel, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis data yang diperlukan, sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menguraikan deskripsi data dari yang di dapat, hasil analisis data yang telah dilakukan dan juga pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Bab V menguraikan simpulan, keterbatasan penelitian dan juga saran. Pada bagian akhir juga memuat daftar pustaka dan juga lampiran.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan GoPay**

GoPay didirikan pada tahun 2016 sebagai bagian dari ekosistem Gojek. Awalnya, GoPay berfungsi sebagai alat pembayaran dalam aplikasi Gojek untuk mengatasi masalah ketidaknyamanan transaksi antara pelanggan dan mitra pengemudi, seperti kebutuhan akan uang pas dan kembalian. Pendiri GoPay, Aldi Haryoprato, sebelumnya mengembangkan PT RUMA (Rekan Usaha Mikro Anda), yang berfokus pada akses layanan keuangan bagi masyarakat kurang mampu. Pada tahun 2018, GoPay meluncurkan fitur pembayaran menggunakan QR code, menjadikannya sebagai salah satu dompet digital pertama yang menawarkan metode pembayaran ini di Indonesia. Inovasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi di berbagai tempat, termasuk warung makan dan transportasi publik. Pada tahun yang sama, GoPay juga memperkenalkan fitur GoPayLater yang memungkinkan pengguna untuk berutang dengan limit tertentu. Pada tahun 2021, Gojek bergabung dengan Tokopedia untuk membentuk GoTo, yang membawa perubahan signifikan bagi GoPay. Setelah merger ini, GoPay mulai tersedia di aplikasi Tokopedia, memperluas jangkauan layanannya. Tahun 2022 menandai masuknya GoPay ke dalam layanan pinjaman online melalui kolaborasi dengan Kredit Pintar, menawarkan produk pinjaman hingga Rp15 juta.



Gambar 4. 1 Lambang E-Wallet GoPay

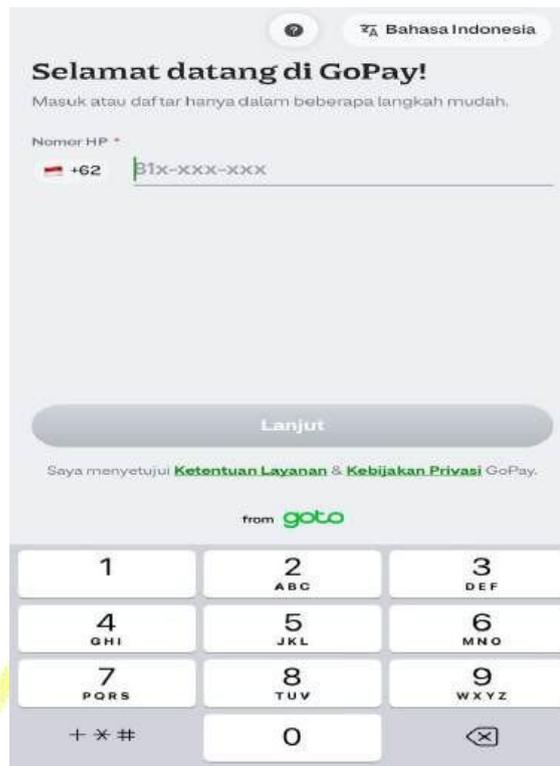
Pada tahun 2023, GoPay resmi diluncurkan sebagai aplikasi mandiri, menjangkau lebih banyak pengguna di seluruh Indonesia dan memberikan kemudahan akses finansial bagi masyarakat. Dan pada tahun 2023 ini GoPay masih menduduki peringkat 1 e-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia menurut survey dari E-Wallet Industry Outlook (2023)

#### 4.1.2 Gambaran Aplikasi GoPay

Selain sebagai aplikasi pembayaran digital, GoPay juga menyediakan berbagai pilihan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Produk dan layanan GoPay, sebagai berikut:

##### 1. Masuk atau Daftar

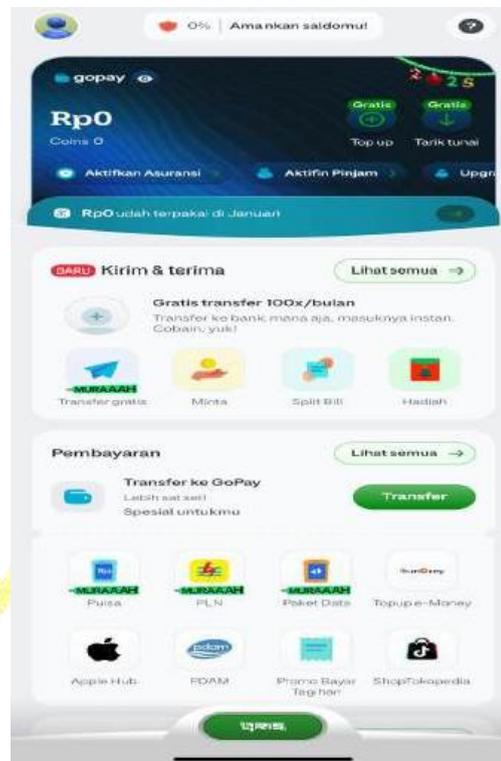
Masuk atau Daftar adalah fitur awal pada aplikasi GoPay. Agar aplikasi GoPay dapat digunakan dalam bertransaksi, maka pengguna harus mengunduh aplikasi GoPay dan mendaftarkan diri dengan melakukan proses verifikasi nomor telfon dengan mengikuti setiap arahan dari aplikasi GoPay. Nantinya nomor telfon yang telah terdaftar tersebut akan menjadi nomor rekening dalam pengisian saldo GoPay Cash.



Gambar 4. 2 Halaman Masuk atau Daftar Aplikasi GoPay

## 2. Home

*Home* adalah halaman utama aplikasi GoPay. Pada halaman ini, terdapat berbagai pilihan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna GoPay. Pengguna GoPay dapat memilih transaksi yang ingin dilakukan, seperti layanan *top up*, transfer, tarik tunai, *history* transaksi GoPay, GoPay later/Pinjam, pembayaran melalui Qr code / Qris dan promo menarik dari GoPay. Pada aplikasi GoPay pengguna juga dapat melakukan pembelian pulsa dan paket data, pembayaran listrik, pembayaran PDAM, pembayaran dari pembelian barang di tokopedia, bahkan hingga topup e-money serta tagihan lainnya. Gopay juga meluncurkan fitur baru yaitu split bill, yang mana sering dipergunakan kaum muda untuk menghitung dan membagi struk belanja ketika menggunakan pembayaran bersama.

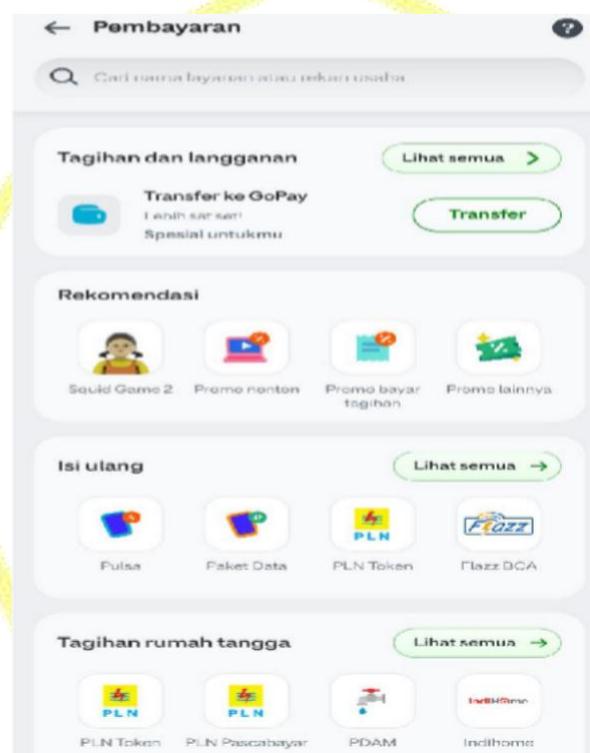


Gambar 4. 3 Halaman Home pada aplikasi GoPay

### 3. Pembayaran

Pada Menu pembayaran di aplikasi GoPay dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi keuangan sehari-hari. Fitur utama dalam menu ini adalah opsi "Bayar," yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran untuk berbagai layanan, baik online maupun offline, dengan memindai kode QR atau mentransfer saldo ke sesama pengguna GoPay. Pengguna juga dapat menemukan informasi mengenai promo-promo menarik dalam menu "Promo," serta mengisi saldo GoPay melalui fitur "Isi Saldo" yang menyediakan berbagai metode seperti transfer bank dan gerai fisik. Fitur "Minta" memungkinkan pengguna untuk menerima uang dari pengguna GoPay lainnya, sementara menu

"Riwayat" memberikan akses untuk melihat semua transaksi yang telah dilakukan. Selain itu, GoPay menawarkan kemudahan dalam menarik tunai melalui ATM tanpa kartu, membeli pulsa telepon, dan membayar tagihan rutin seperti listrik dan BPJS. Pengguna juga dapat menukar kode voucher di menu "Voucher" dan mengelola akun mereka melalui menu "Pengaturan." Dengan fitur-fitur lengkap ini, GoPay memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan mereka secara efisien dan praktis.



Gambar 4. 4 Halaman Pembayaran pada Aplikasi Gopay

#### 4. Pengaturan dan Keamanan

Menu Pengaturan dan Keamanan di aplikasi GoPay menyediakan berbagai fitur yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta melindungi akun mereka. Dalam menu ini, pengguna dapat mengelola informasi pribadi seperti nama, nomor telepon, dan alamat email, serta melakukan upgrade akun

ke GoPay Plus untuk mendapatkan lebih banyak fitur dan manfaat. Salah satu fitur penting adalah pengaturan keamanan, yang memungkinkan pengguna untuk mengaktifkan metode verifikasi tambahan seperti sidik jari atau Face ID, sehingga setiap transaksi dapat dilakukan dengan lebih aman. Selain itu, pengguna juga dapat mengatur PIN untuk melindungi akun mereka dari akses yang tidak sah. Fitur perlindungan akun juga tersedia, di mana pengguna disarankan untuk memverifikasi nomor telepon dan email mereka serta mengaktifkan semua langkah perlindungan yang disediakan untuk meningkatkan keamanan akun.



Gambar 4. 5 Halaman Pengaturan dan Keamanan aplikasi GoPay

### 4.1.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Masyarakat di Kota Denpasar tahun 2025 dengan terbagi menjadi

empat kecamatan : Denpasar Barat, Denpasar Timur, Denpasar Selatan dan Denpasar Barat dapat diketahui karakteristik respondennya dijelaskan pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	47	47%
		Perempuan	53	53%
	Jumlah		100	100%
2	Usia (Tahun)	17-20 Tahun	19	19%
		21-23 Tahun	65	65%
		24-28 Tahun	16	16%
	Jumlah		100	100%
3	Periode Pemakaian	1 - 6 Bulan	22	22%
		6 Bulan - 1 Tahun	42	42%
		1-3 Tahun	36	36%
	Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Mengacu pada Tabel 4.1, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Komposisi berdasarkan jenis kelamin menunjukkan dominasi responden perempuan sebesar 53%, sedangkan laki-laki sebanyak 47%. Dominasi perempuan ini dapat dikaitkan dengan kebiasaan konsumtif yang cenderung lebih tinggi. Dari segi usia, responden terbanyak berusia 21 tahun dengan persentase 65%. Kelompok usia ini termasuk generasi Z, yang dikenal adaptif terhadap teknologi dan menyukai solusi digital yang praktis. Berdasarkan durasi penggunaan, mayoritas responden telah memakai GoPay selama 1 tahun, dengan proporsi 42%. Hal ini menunjukkan bahwa GoPay telah melekat dalam keseharian, khususnya di kalangan pengguna muda. Dukungan ekosistem Gojek turut memperkuat penggunaan berkelanjutan layanan ini.

#### 4.1.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah item-item dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud. Sebuah indikator dikatakan memenuhi kriteria valid apabila memiliki nilai validitas minimal sebesar 0,3 atau lebih. Tingkat validitas mencerminkan sejauh mana hasil pengukuran mencerminkan kondisi sesungguhnya dari variabel yang hendak diteliti.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
1	<i>Behavior Intention</i> (Y)	Y1.1	0.774	Valid
		Y1.2	0.869	Valid
		Y1.3	0.721	Valid
		Y1.4	0.847	Valid
		Y1.5	0.808	Valid
2	<i>Perceived Ease of Use</i> (X)	X1.1	0.876	Valid
		X1.2	0.845	Valid
		X1.3	0.773	Valid
		X1.4	0.837	Valid
		X1.5	0.891	Valid
3	<i>Perceived Enjoyment</i> (Z)	Z1.1	0.749	Valid
		Z1.2	0.892	Valid
		Z1.3	0.807	Valid
		Z1.4	0.804	Valid

Sumber : Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan hasil yang tercantum dalam Tabel 4.2, seluruh item pada variabel penelitian terbukti lolos pengujian validitas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Pearson Correlation* > 0,30 dan tingkat signifikansi (*p-value*) < 0,05 (5%). Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian.

## 2. Uji Reliabilitas

Sebuah instrumen dianggap *reliable* apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha*-nya lebih dari 0,60.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Behavior Intention (Y)</i>	0.907	Reliabel
2	<i>Perceived Ease of Use (X1)</i>	0.815	Reliabel
3	<i>Perceived Enjoyment (Z)</i>	0.835	Reliabel

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas ambang batas tersebut. Oleh karena itu, seluruh instrumen dinyatakan memenuhi standar reliabilitas yang dipersyaratkan.

## 4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

### 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif

Penjabaran terhadap tanggapan responden mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini dilakukan melalui pengelompokan nilai rata-rata dari jawaban responden berdasarkan skala penilaian yang telah ditentukan, yakni dalam lima tingkatan. Pengelompokan kategori ini didasarkan pada perhitungan rentang interval, yakni dengan rumus:  $(\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}) \div \text{jumlah kategori} = (5 - 1) \div 5 = 0,80$ . Hasil dari perhitungan ini kemudian digunakan untuk menentukan batas tiap kategori penilaian:

1. Rata-rata skor 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Baik (STB)
2. Rata-rata skor 1,81 - 2,60 = Tidak Baik (TB)

3. Rata-rata skor 2,61 - 3,40 = Kurang Baik (KB)
4. Rata-rata skor 3,41 - 4,20 = Baik (B)
5. Rata-rata skor 4,21 - 5,00 = Sangat Baik (SB)

### 1. Variabel *Behavior Intention*

Dalam penelitian ini, *Behavior Intention* berperan sebagai variabel dependen. Variabel tersebut dilambangkan dengan huruf Y dan diukur melalui lima butir pernyataan. Setiap pernyataan dijawab oleh responden menggunakan skala penilaian Likert dengan lima tingkat respon.

Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden terhadap *Behavior Intention*

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (orang)					Jumlah	Rata- rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Pengguna memiliki motivasi untuk bertransaksi menggunakan e-wallet GoPay.	0	0	9	41	50	442	4,42	Baik
2	Pengguna berniat untuk terus bertransaksi menggunakan e-wallet GoPay.	0	0	12	34	54	442	4,42	Baik
3	Pengguna berniat untuk merekomendasikan e-wallet GoPay kepada teman.	0	0	9	36	55	446	4,46	Baik
4	Pengguna berniat untuk merekomendasikan e-wallet GoPay kepada keluarga	0	0	10	40	50	440	4,40	Baik
5	Pengguna memberikan ulasan positif mengenai e-wallet GoPay di App Store ataupun Play Store.	0	0	1	38	61	460	4,60	Sangat baik
	Rata – rata							4,46	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Merujuk pada Tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel *behavior intention* menunjukkan hasil yang positif. Rata-rata nilai keseluruhan untuk variabel ini tercatat sebesar 4,46, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, niat masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan layanan *e-wallet* GoPay berada pada tingkat yang baik.

## 2. Variabel *Perceived Ease of Use*

Dalam penelitian ini, *Perceived Ease of Use* berfungsi sebagai variabel independen. Variabel ini diberi simbol X dan pengukurannya dilakukan melalui lima butir pernyataan. Setiap pernyataan tersebut dijawab oleh responden menggunakan skala Likert dengan lima tingkat pilihan respons.

Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden terhadap *Perceived Ease of Use*

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (orang)					Jumlah	Rata- rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	E-wallet Gopay mudah digunakan.	0	0	4	38	58	454	4,54	Sangat Baik
2	Fitur-fitur e-wallet GoPay sesuai dengan keinginan pengguna.	0	0	4	36	60	456	4,56	Sangat Baik
3	E-wallet GoPay memberikan informasi yang jelas kepada pengguna	0	0	2	44	54	412	4,12	Baik
4	E-wallet GoPay dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.	0	0	4	34	62	458	4,58	Sangat Baik
5	Fitur-fitur e-wallet Gopay mudah digunakan & di ingat.	0	0	6	38	56	450	4,50	Baik
	Rata – rata							4,46	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Mengacu pada Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel *perceived ease of use* menunjukkan hasil yang tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 4,46. Nilai tersebut termasuk dalam kategori baik, yang mengindikasikan bahwa masyarakat di Kota Denpasar secara umum merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan *e-wallet* GoPay.

### 3. Variabel *Perceive Enjoyment*

Dalam penelitian ini, *Perceived Enjoyment* berperan sebagai variabel mediator. Variabel ini dilambangkan dengan huruf Z dan diukur melalui empat pernyataan yang dirancang untuk mengungkap tingkat kesenangan pengguna dalam menggunakan layanan. Setiap pernyataan dijawab menggunakan skala Likert lima poin, yang mencerminkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap item yang diajukan.

Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden terhadap *Perceived Enjoyment*

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden (orang)					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
1	Menggunakan e-wallet Gopay dalam bertransaksi sangat menyenangkan.	0	0	19	27	54	435	4,35	Baik
2	E-wallet GoPay nyaman digunakan untuk bertransaksi.	0	0	10	40	50	440	4,40	Baik
3	E-wallet GoPay dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi.	0	0	16	39	45	429	4,29	Baik
4	Fitur-fitur e-wallet Gopay menarik untuk digunakan.	0	0	11	38	51	440	4,40	Baik
	Rata – rata							4,36	Baik

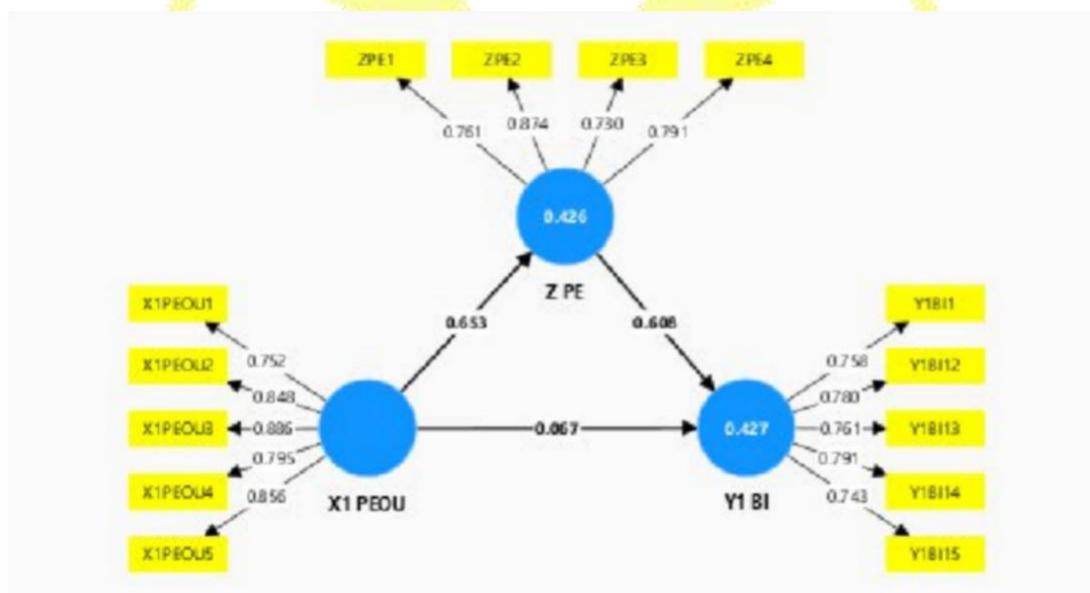
Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Merujuk pada Tabel 4.6, diperoleh bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Enjoyment* mencapai angka 4,61. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat baik, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna di Kota Denpasar merasakan tingkat kenyamanan dan kesenangan yang tinggi dalam menggunakan layanan *e-wallet* GoPay.

## 4.2.2 Hasil Analisis Inferensial

### 4.2.2.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran atau *outer model* bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator mampu merepresentasikan konstruk laten. Penilaian pada tahap ini mencakup pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas indikator terhadap variabel yang diwakilinya.



Gambar 4. 6 Outer Model

Sumber: Data diolah tahun (2025)

## 1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen menunjukkan hubungan antara nilai indikator dengan nilai konstruk laten yang diukur. Indikator dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Nilai ini mencerminkan sejauh mana indikator tersebut mampu merefleksikan konstruk yang dimaksud. Rincian nilai *outer loading* untuk setiap indikator ditampilkan pada Tabel 4.7

Tabel 4. 7 *Outer Loading*

	<b>X1 Perceived Ease of Use</b>	<b>Y1 Behavior Intention</b>	<b>Z1 Perceived Enjoyment</b>
X1.1	0.752		
X1.2	0.848		
X1.3	0.886		
X1.4	0.795		
X1.5	0.856		
YI.1		0.758	
YI.2		0.780	
YI.3		0.761	
YI.4		0.791	
YI.5		0.743	
Z1.1			0.761
Z1.2			0.874
Z1.3			0.730
Z1.4			0.791

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 4.7, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat validitas, ditandai dengan nilai *loading factor* yang melebihi angka 0,7 untuk masing-masing indikator.

## 2. Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan melalui aplikasi SmartPLS versi 4.1 dilakukan dengan memperhatikan nilai akar AVE yang harus lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk laten, serta memastikan nilai *cross loading* setiap indikator lebih besar dari nilai terhadap konstruk lain. Nilai ideal untuk *cross loading* adalah di atas 0,70 dan indikator harus memiliki muatan terbesar terhadap konstruk yang dimaksud. Hasil pengujian validitas diskriminan ditampilkan melalui tabel yang menunjukkan perbandingan antar nilai tersebut.

Berikut adalah nilai dari *cross loading* yang dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4. 8 Nilai *Cross Loadings*

INDIKATOR	(X)	(Y)	(Z)
X1.1	0.752	0.406	0.518
X1.2	0.848	0.395	0.513
X1.3	0.886	0.376	0.514
X1.4	0.795	0.406	0.643
X1.5	0.856	0.318	0.482
Y1.1	0.258	0.758	0.410
Y1.2	0.401	0.780	0.513
Y1.3	0.263	0.761	0.430
Y1.4	0.448	0.791	0.615
Y1.5	0.357	0.743	0.479
Z1.1	0.460	0.482	0.761
Z1.2	0.511	0.510	0.874
Z1.3	0.612	0.387	0.730
Z1.4	0.483	0.657	0.791

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, seluruh indikator menunjukkan nilai *cross loading* di atas 0,7 dan paling tinggi pada konstruk yang seharusnya diukur. Ini membuktikan bahwa masing-masing indikator mampu membedakan konstruk

satu dengan lainnya secara jelas. Dengan demikian, validitas diskriminan dalam penelitian ini telah terpenuhi.

### 3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam satu blok variabel menunjukkan kestabilan dalam mengukur konstruk yang sama. Nilai hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4. 9 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

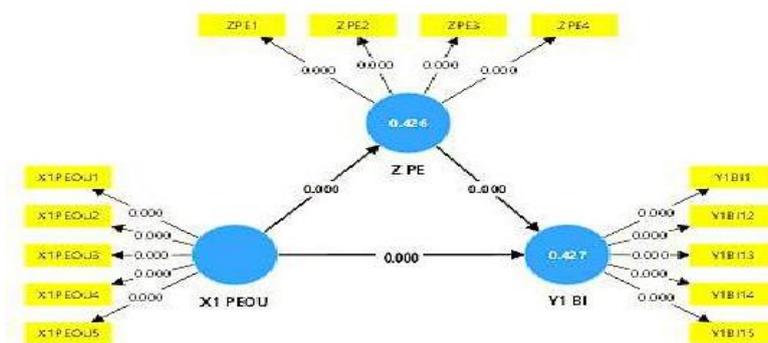
<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>
(X) <i>Behavior Intention</i>	0.827	0.877
(X) <i>Perceived Ease of Use</i>	0.885	0.916
(Z) <i>Perceived Enjoyment</i>	0.799	0.869

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Merujuk pada Tabel 4.9, seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan hasil pengukuran yang konsisten. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang masing-masing melampaui angka 0,7, sesuai standar minimum yang disarankan. Capaian tersebut mengindikasikan bahwa item-item dalam setiap konstruk memiliki keterkaitan yang stabil dan dapat dipercaya dalam mengukur konsep yang dimaksud. Artinya, alat ukur yang digunakan tergolong andal karena mampu menghasilkan data yang konsisten, sehingga dapat digunakan lebih lanjut dalam proses analisis. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan telah memenuhi syarat reliabilitas.

#### 4.2.1.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam aplikasi SmartPLS 4.1, analisis ini dapat dilakukan melalui fitur *Bootstrapping*. Suatu hubungan dikatakan signifikan apabila nilai *T-statistic* yang diperoleh lebih besar dari 1,96 menjadi batas minimal tingkat signifikansi 5%.



Gambar 4. 7 *Bootstrapping Inner Model*

Sumber: Data diolah tahun (2025)

#### 1. Evaluasi Model Struktural Melalui *R-Square* ( $R^2$ )

Struktur model pada Struktur model pada aplikasi SmartPLS 4.1 dievaluasi dengan memanfaatkan nilai  $R^2$  (*R-square*). Nilai ini berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel bebas (eksogen) dalam menjelaskan variabilitas dari variabel terikat (endogen). Informasi terkait hasil perhitungan nilai  $R^2$  ditampilkan dalam Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0.608</b>	<b>0.596</b>
<i>Perceived Enjoyment</i>	<b>0.610</b>	<b>0.604</b>

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Mengacu pada Tabel 4.10, nilai *R-Square* pada variabel *Behavior Intention* tercatat sebesar 0,608. Angka ini mengindikasikan bahwa model

penelitian mampu memaparkan sekitar 60,8% variasi pada variabel tersebut, sementara 39,2% lainnya dipengaruhi faktor di luar model. Adapun nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,596 memberikan estimasi yang lebih tepat karena mempertimbangkan jumlah variabel bebas yang digunakan. Untuk variabel *Perceived Enjoyment*, *R-Square* menunjukkan angka 0,610, yang berarti model menjelaskan 61,0% variasi data, dan setelah disesuaikan menghasilkan 0,604. Secara umum, semakin tinggi nilai *R-Square* mendekati 1, semakin baik pula kemampuan model dalam memprediksi perubahan variabel yang diteliti.

## 2. Analisis Path Coefficient dan Pengujian Hipotesis

Analisis jalur (*path analysis*) dan pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi tingkat signifikansi nilai yang dihasilkan dalam studi ini, dengan memanfaatkan uji statistik-t pada  $\alpha = 0,05$ . Jika *p-value* yang diperoleh sama dengan atau  $< 0,05$ , serta nilai *t-statistic*  $> 1,96$ , maka hubungan antar variabel dianggap signifikan. Sebaliknya, ketika *p-value*  $> 0,05$  dan *t-statistic* berada di bawah 1,96, maka kesimpulannya adalah bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

Tabel 4. 11 *Dirrect Effect*

VARIABE L	ORIGINA L SAMPLE (O)	SAMPL E MEAN (M)	STANDAR D DEVIATIO N (STDEV)	t- STATISTIC S ( O/STDEV  )	P VALUE S
XI-> Z	0.653	0.659	0.059	11.06	0.000
XI -> Y1	0.693	0.702	0.070	9.94	0.000
Z1 -> Y1	0.608	0.618	0.117	5.19	0.000

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Pada Tabel 4.12 menunjukan bahwa:

- a. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *t-statistics* sebesar 11.06 untuk hubungan antara *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment*, yang mana lebih tinggi dari nilai *t-table* sebesar 1.64 ( $11.06 > 1.64$ ). Nilai *Original Sample (O)* tercatat sebesar 0.653 dan *P-values* menunjukkan angka 0.00 ( $< 0.05$ ). maka hasil ini mengindikasikan bahwa “pengaruh yang positif dan signifikan dari *perceived ease of use* terhadap *perceived enjoyment*”.
- b. Untuk hubungan antara *perceived ease of use* dan *behavior intention*, nilai *t-statistics* sebesar 9.94 melebihi batas *t-table* sebesar 1.64 ( $9.94 > 1.64$ ). Dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0.693 serta *P-values* 0.00 ( $< 0.05$ ), maka hasil ini mengindikasikan bahwa *perceived ease of use* memiliki dampak yang signifikan dan bersifat positif terhadap *behavior intention*.
- c. Sementara itu, hubungan antara *perceived enjoyment* dan *behavior intention* menghasilkan *t-statistics* sebesar 5.19, yang juga melebihi nilai ambang *t-table* 1.64 ( $5.19 > 1.64$ ). Nilai *Original Sample (O)* adalah 0.608 dan *P-values* sebesar 0.00 ( $< 0.05$ ). Maka, hasil ini mengindikasikan bahwa “*perceived enjoyment* memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *behavior intention*”.

### 3. Pengaruh Tidak Langsung Menggunakan Analisis *Indirect Effect*

Evaluasi terhadap efek tidak langsung (*indirect effect*) bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel bebas memberikan kontribusi terhadap variabel terikat dengan melalui peran perantara dari variabel mediasi dalam model penelitian..

Tabel 4. 12 *Indirect Effect*

VARIABEL	ORIGINAL SAMPLE (O)	SAMPLE MEAN (M)	STANDARD DEVIATION (STDEV)	t STATISTICS ((O/STDEV))	P VALUES
XI -> ZI -> Y1	0.447	0.447	0.110	4.072	0.000

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Dari data yang tersaji dalam Tabel 4.14, diketahui bahwa hubungan antara *perceived ease of use* dan *behavior intention* melalui *perceived enjoyment* menghasilkan nilai *t-statistic* sebesar 4,072, yang secara signifikan melampaui batas kritis 1,64 ( $4,072 > 1,64$ ). Nilai *original sample* tercatat 0,447, dan *p-value* sebesar 0,00, yang menunjukkan signifikansi karena berada di bawah level 0,05. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh positif yang nyata dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku, dengan *perceived enjoyment* bertindak sebagai jalur perantara. Maka, dapat dikatakan bahwa *perceived enjoyment* berfungsi sebagai *partial mediation* dalam kaitan antara kedua variabel tersebut.

#### 4.2.3 Pembahasan

Penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM), sebuah teori yang dikembangkan untuk mengkaji dan memprediksi bagaimana individu

menerima dan menggunakan teknologi. Model ini memberikan kerangka konseptual dalam memahami faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan seseorang dalam mengadopsi sistem teknologi tertentu. Dalam konteks studi ini, dua elemen sentral dari TAM dijadikan acuan utama, yaitu:

1. *Perceived Ease of Use* (PEOU): menggambarkan tingkat keyakinan individu bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan tidak membutuhkan upaya yang besar untuk mengoperasikannya.
2. *Perceived Enjoyment* (PE): menggambarkan sejauh mana pengguna merasa terhibur, nyaman, dan memperoleh kepuasan secara intrinsik saat berinteraksi dengan sistem tersebut.

Dalam penelitian ini, TAM diterapkan untuk memahami perilaku masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan aplikasi GoPay sebagai salah satu e-wallet yang populer. GoPay, sebagai produk fintech dari ekosistem GoTo, telah berupaya untuk memperkuat user experience dengan berbagai fitur yang memudahkan pengguna, mulai dari fitur QRIS, GoPayLater, integrasi dengan Tokopedia, hingga fitur split bill. Inovasi-inovasi ini berperan penting dalam menciptakan kemudahan dan kenyamanan yang menjadi landasan utama dalam kerangka TAM. Hasil penelitian menunjukkan hasil sebagai berikut.

#### **4.2.3.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Enjoyment***

Berdasarkan hasil analisis model menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.1, diperoleh bahwa hubungan antara konstruk *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Enjoyment* (PE) memiliki koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0.653. Nilai *t-statistics* tercatat sebesar 11.06, yang melampaui nilai ambang kritis

1.96, sedangkan nilai *p-value* sebesar  $0.000 < \alpha$ . Hasil ini menjelaskan bahwa terdapat *perceived ease of use* memiliki dampak yang signifikan dan bersifat positif terhadap *perceived enjoyment*, sehingga semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kesenangan yang dirasakan oleh pengguna.

Temuan ini mengisyaratkan bahwa semakin mudah fitur-fitur GoPay diakses dan digunakan, maka semakin besar pula rasa senang dan kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna, khususnya kalangan *Generasi Z* di Kota Denpasar. Hasil ini sejalan dengan pemikiran Davis (1989: 319–340) dalam teorinya, yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi mampu meningkatkan rasa puas serta kesenangan pengguna karena terbebas dari kerumitan dalam berinteraksi dengan sistem tersebut. Temuan penelitian ini semakin menegaskan konsistensi dengan hasil riset sebelumnya, seperti yang telah dikemukakan oleh Elizabeth (2023), Rouibah (2016), serta Monica dan Japariato (2022).

#### **4.2.3.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention***

Berdasarkan hasil analisis melalui perangkat lunak *SmartPLS* 4.1, hubungan antara *Perceived Ease of Use* (*PEOU*) terhadap *Behavior Intention* (*BI*) menunjukkan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0.693. Nilai *t-statistics* tercatat 9.946, yang jelas melampaui nilai ambang signifikansi 1.96. Selain itu, *p-value* yang diperoleh sebesar  $0.000, < \alpha$ . Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa *PEOU* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *BI*, yang berarti semakin mudah sistem digunakan, maka kecenderungan pengguna untuk berniat menggunakannya di masa depan juga meningkat.

Implikasi dari hasil ini memperlihatkan bahwa semakin sederhana dan efisien proses penggunaan GoPay bagi pengguna, maka akan semakin tinggi pula dorongan mereka untuk melakukan tindakan nyata, seperti melakukan transaksi digital, merekomendasikan layanan kepada orang lain, maupun memberikan penilaian positif terhadap aplikasi dompet digital tersebut, khususnya di kalangan Generasi Z yang berada di Kota Denpasar.

Temuan ini sejalan dengan pemikiran Davis (1989: 319–340) dalam kerangka *Technology Acceptance Model*, yang menyatakan bahwa *Behavior Intention* terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaannya. Ketika suatu teknologi dirasakan mudah digunakan, maka penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut pun meningkat, yang pada akhirnya mendorong niat berkelanjutan untuk terus memanfaatkannya. Lebih lanjut, hasil ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya dari Monica dan Japariato (2022), Setyawati (2020), serta Michaela Louisa dan Edwin Japariato (2021), yang menyimpulkan bahwa terdapat dampak yang signifikan dan bersifat positif antara *perceived ease of use* dan *behavior intention*.

#### **4.2.3.3 Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention***

Hasil pengujian model struktural melalui perangkat *SmartPLS* versi 4.1 menunjukkan bahwa hubungan antara *Perceived Enjoyment (PE)* dan *Behavior Intention (BI)* memiliki koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0.608. Nilai *t-statistic* yang ditemukan mencapai  $5,19 > 1,96$ , sementara *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menegaskan bahwa *Perceived Enjoyment (PE)* memiliki dampak positif signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)*. Artinya, semakin tinggi tingkat

kesenangan yang dialami oleh pengguna saat menggunakan sistem, maka semakin besar pula dorongan mereka untuk terus menggunakan sistem tersebut di masa mendatang.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah GoPay digunakan maka semakin nyaman dan menyenangkan melakukan suatu tindakan seperti melakukan transaksi, merekomendasikan, dan memberikan ulasan positif mengenai e-wallet tersebut bagi Masyarakat di Kota Denpasar yang dalam hal ini merupakan Generasi Z. Temuan ini selaras dengan konsep yang diperkenalkan oleh Davis (1989: 319-340), yang menjelaskan bahwa *Behavior Intention* terhadap suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh *Perceived Enjoyment*, karena kenyamanan dan kesenangan penggunaan meningkatkan penerimaan dan niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Temuan ini turut mendukung hasil riset sebelumnya yang telah dikemukakan oleh Monica dan Japariato (2022).

#### **4.2.3.4 Peran Mediasi *Perceived Enjoyment* terhadap Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention***

Berdasarkan hasil pengujian *inferensial*, ditemukan bahwa variabel *Perceived Enjoyment* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Behavior Intention*. Secara lebih detail, jalur langsung dari *Perceived Ease of Use* menuju *Behavior Intention* menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,447, dengan nilai *t-statistic* sebesar  $4,072 > 1,96$  dan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan. Sementara itu, jalur tidak langsung melalui *Perceived Enjoyment* juga menunjukkan signifikansi yang serupa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa

*Perceived Enjoyment* memediasi hubungan tersebut secara parsial (*partial mediation*).

Hasil ini memiliki kesesuaian dengan riset terdahulu yang dilakukan oleh Monica dan Japariato (2022) serta Jasin (2022). Dengan mengacu pada teori Baron dan Kenny (1986) serta pendapat Hair et al. (2017), ketika kedua jalur—baik langsung maupun tidak langsung—sama-sama signifikan, maka mediasi yang terjadi tergolong parsial (*partial mediation*). Oleh karena itu, meski *Perceived Enjoyment* turut memperbesar efek hubungan tersebut, *Perceived Ease of Use* tetap menunjukkan dampak langsung terhadap *Behavioral Intention*, bahkan tanpa melalui jalur mediasi.

Hasil analisis deskriptif terhadap ketiga variabel dalam studi ini menunjukkan bahwa skor rata-rata masing-masing variabel tergolong dalam tingkat penilaian yang positif, yakni berada pada rentang kategori baik hingga sangat baik. Namun, apabila dilihat lebih mendalam pada tingkat indikator, terdapat perbedaan yang cukup mencolok antara indikator dengan nilai tertinggi dan terendah. Indikator dengan nilai tertinggi berasal dari variabel *Behavior Intention*, yaitu pernyataan "Pengguna memberikan ulasan positif mengenai e-wallet GoPay di App Store ataupun Play Store" yang memperoleh skor rata-rata sebesar 4,60, termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna GoPay di Kota Denpasar tidak hanya memiliki niat untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut, tetapi juga terdorong untuk membagikan pengalaman positif mereka secara aktif, yang menjadi sinyal kuat adanya tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi terhadap layanan GoPay.

Di sisi lain, indikator dengan nilai terendah berasal dari variabel *Perceived Enjoyment*, yaitu pada pernyataan "Menggunakan e-wallet GoPay dalam bertransaksi sangat menyenangkan", dengan skor rata-rata sebesar 4,35. Meskipun indikator ini masih termasuk dalam kategori baik, namun relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kemudahan penggunaan aplikasi GoPay telah dirasakan secara luas, namun aspek kesenangan atau pengalaman emosional positif saat bertransaksi belum sepenuhnya optimal dirasakan oleh pengguna. Dengan demikian, aspek *enjoyment* menjadi titik penting yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut dari pihak GoPay, terutama dalam menciptakan pengalaman transaksi yang tidak hanya efisien tetapi juga menyenangkan bagi pengguna.

Selain itu, dalam konteks analisis *inferensial*, diketahui bahwa variabel *Behavior Intention* merupakan variabel dependen yang paling dipengaruhi, ditandai dengan nilai *R-square* tertinggi di antara variabel lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa niat pengguna untuk terus menggunakan GoPay sangat ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Ease of Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa *Behavior Intention* merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan model dan menjadi pusat perhatian dalam pengembangan strategi bisnis. Oleh sebab itu, disarankan agar perusahaan terus mempertahankan dan meningkatkan faktor-faktor yang mampu menumbuhkan niat perilaku pengguna melalui penyediaan pengalaman pengguna yang menyenangkan, disertai inovasi yang berfokus pada aspek emosional pengguna, sehingga GoPay tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga menyenangkan secara psikologis dan sosial.

### 4.3 Implikasi Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Implikasi Teoritis

Temuan dalam studi ini secara teori menguatkan sekaligus memperluas hasil-hasil penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital, khususnya pada platform GoPay. Studi ini memberikan kontribusi terhadap penguatan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menjelaskan bahwa persepsi atas kemudahan dalam menggunakan teknologi (*Perceived Ease of Use*) dapat meningkatkan kenyamanan pengguna (*Perceived Enjoyment*), yang pada akhirnya memengaruhi niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut (*Behavior Intention*).

Temuan dalam riset ini selaras dengan hasil penelitian dari Rouibah (2016), Monica dan Japariato (2022), serta Elizabeth (2023), yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan memengaruhi *Perceived Enjoyment*. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat hasil studi dari Chin dan Ahmad (2015), Setyawati (2022), serta Leiva (2017) yang menemukan bahwa baik *Perceived Enjoyment* maupun *Perceived Ease of Use* memiliki kontribusi terhadap terbentuknya *Behavior Intention*.

Keunikan dari penelitian ini dibandingkan dengan studi sebelumnya terletak pada lokasi dan periode pelaksanaannya, serta perbedaan dalam variabel yang digunakan, seperti tidak disertakannya variabel *perceived usefulness* dalam penelitian ini, serta total partisipan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Lebih lanjut, penelitian ini memberikan pemahaman baru bahwa di kalangan pengguna Generasi Z di Kota Denpasar, *Perceived Enjoyment* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Behavior Intention*. Artinya, kemudahan dalam menggunakan aplikasi saja tidak cukup; pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan aplikasi juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan niat pengguna untuk terus mememanfaatkannya.

#### 4.3.2 Implikasi Praktis

Hasil studi ini membawa implikasi praktis yang penting, khususnya bagi pelaku industri dompet digital seperti GoPay. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan sistem terbukti mampu meningkatkan pengalaman positif pengguna, yang tercermin dari meningkatnya rasa puas dan kenyamanan selama interaksi dengan platform tersebut. Berdasarkan hal tersebut, GoPay dapat menjadikan hasil ini sebagai dasar untuk terus menyederhanakan tampilan serta memperjelas fungsi dari setiap fitur yang disediakan. Dengan menciptakan antarmuka yang ramah bagi seluruh lapisan pengguna, GoPay berpotensi meningkatkan loyalitas dan frekuensi penggunaan aplikasinya dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*, maka perusahaan sebaiknya terus menyederhanakan antarmuka aplikasi, meningkatkan responsivitas sistem, dan menyediakan fitur-fitur yang mudah dipahami dan diakses oleh pengguna agar pengguna semakin berniat untuk menggunakan aplikasi GoPay terus menerus.

Selain itu, tingkat *Perceived Enjoyment* yang tinggi juga terbukti dapat memperkuat *Behavior Intention*, sehingga GoPay perlu menciptakan pengalaman

pengguna yang menyenangkan melalui desain interaktif, serta program loyalitas dan promosi menarik. Kenyamanan juga di dapat dari fitur fitur aplikasi yang mudah dioperasikan oleh semua kalangan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pengguna, yang pada akhirnya mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

Bagi pengembang sistem keuangan digital secara umum, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bahwa dalam merancang teknologi keuangan, aspek kenyamanan dan kesenangan pengguna tidak kalah penting dibandingkan dengan aspek fungsional. Kenyamanan emosional dalam bertransaksi menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Sehingga kedepannya pengembang sistem keuangan dapat terus memperhatikan fitur fitur yang mudah digunakan seluruh generasi serta memberikan petunjuk cara lengkap pemakaian agar pengguna merasa dipermudah setiap melakukan transaksi. Di samping itu dapat pula membuat desain yang menarik agar pengguna merasa lebih nyaman dibandingkan dengan aplikasi / dompet elektronik berbasis digital lainnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Merujuk pada pemrosesan data serta interpretasi temuan yang telah dilakukan, simpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived enjoyment* pengguna e-wallet GoPay pada Masyarakat di kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis nya yang mana nilai *t-statistic* menunjukkan angka (11.06) dan lebih besar dari n nilai t-tabel yaitu 1.64. Yang mana dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan e-wallet GoPay, maka kenyamanan pengguna akan meningkat.
2. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* pengguna e-wallet GoPay. Hal ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis nya yang mana nilai *t-statistic* menunjukkan angka (9.94) dan lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1.64. Maka dapat disimpulkan semakin tinggi kemudahan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan e-wallet GoPay, maka akan meningkatkan juga niat pengguna dalam menggunakan GoPay.
3. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* pengguna e-wallet GoPay. Hal ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis nya yang mana nilai *t-statistic* menunjukkan angka (5.19) dan lebih besar dari n nilai t-tabel yaitu 1.64, maka dapat disimpulkan semakin tinggi

kenyamanan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan e-wallet GoPay, maka akan meningkatkan juga niat pengguna dalam menggunakan GoPay.

4. *Perceived Enjoyment* terbukti menjadi mediator parsial dalam hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan kecenderungan untuk menggunakan layanan GoPay. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis, di mana nilai *t-statistic* mencapai  $4,072 > 1,64$ . Dengan kata lain, semakin mudah suatu layanan digunakan, maka tingkat kenyamanan pun meningkat, yang pada akhirnya mendorong intensi pengguna untuk terus memanfaatkan GoPay.

## 5.2 Saran

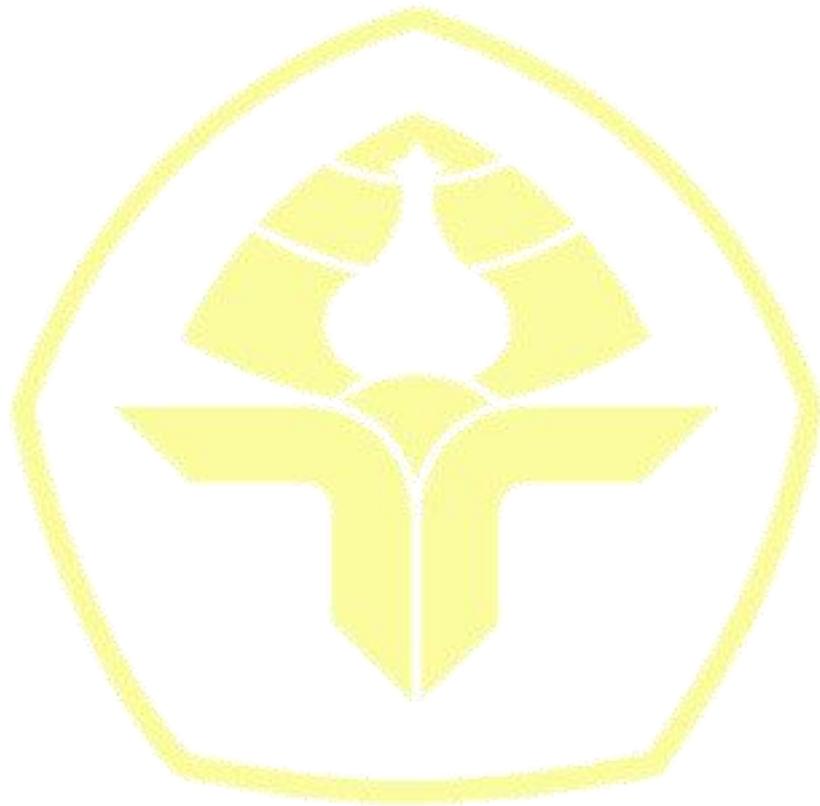
1. Bagi perusahaan GoPay

Untuk meningkatkan Behavior Intention hendaknya dengan memperhatikan Perceived Ease of Use pengguna, terutama dengan cara menggunakan fitur-fitur yang mudah digunakan dan memberikan informasi yang jelas terhadap tata cara penggunaan aplikasi kepada pengguna. Serta memperhatikan Perceived Enjoyment pengguna, dengan cara menggunakan fitur-fitur yang menarik dan nyaman untuk digunakan dalam bertransaksi oleh pengguna.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

- a. Disarankan untuk menambahkan sejumlah faktor lain yang kemungkinan turut memengaruhi niat perilaku pengguna, seperti persepsi terhadap kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan kepercayaan digital (*e-trust*). Penambahan variabel-variabel ini diharapkan dapat memperkaya hasil analisis dan memperluas kemungkinan generalisasi temuan dalam konteks yang lebih beragam.

- b. Penting pula untuk memperluas cakupan responden dalam studi selanjutnya. Tidak terbatas pada kelompok Generasi Z saja, tetapi juga mencakup segmen lain seperti ibu rumah tangga atau generasi berbeda, guna memperoleh perspektif yang lebih menyeluruh dan temuan yang dapat diaplikasikan secara lebih luas di masyarakat.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Hartono, Jogyanto. 2018. *Pertial Least Square (PLS) Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Andi Asari, M.A. et al (2023) *Pengantar Statistika*. Sumatera Barat. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA
- Arta & AN Azizah. 2020. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek.
- Bank Indonesia. 2020. “Edukasi Pages Mengenai Financial Teknologi” <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Bank Indonesia. Statistik Ekonomi Keuangan Tabel Uang Elektronik.. [https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi.keuangan/spip/Documents/TAB EL\\_5e.pdf](https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi.keuangan/spip/Documents/TAB_EL_5e.pdf)
- Barclay, D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995), 'The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration', *Technology Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 285-309.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of research in personality*, 25(3), 285-301.
- BPK RI, 2016. “Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran”. [https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135749/peraturan-bi-no 1840 pbi 2016-tahun-2016](https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135749/peraturan-bi-no-1840-pbi-2016-tahun-2016). diakses pada tanggal 13 Oktober 2024
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D. 1989. “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”. *MIS quarterly*, 319-340.
- Dicky Perwira Ompusunggu, & Nina Irenetia. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan . *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140–147. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1129>
- E Elizabeth. (2023) Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Use yang di Mediasi Perceived Usefulness dan Perceived Enjoyment pada Pengguna *E-wallet* GoPay. Surabaya.
- Eisingerich & Gaia Rubera. 2010. Drivers of Brand Commitment: A Cross-National Investigation. *Jurnal of International Marketing*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jimk.18.2.64>
- Eka, Randi. 2020. “Fintech Report 2020”. <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2020>. diakses tanggal 13 Oktober 2024
- Feryanto, N., & Octaviani, D. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Enjoyment Sebagai Mediasi Penggunaan Dana *E-wallet* di Pontianak. *Jurnal Equilibrium Manajemen*

- Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti*, 10(2), 86–96. Diambil dari <https://jurnal.upb.ac.id/index.php/equalibrium/article/view/510>
- Financial Bisnis. “Gopay raih penghargaan Aplikasi Dompot Digital Terpopuler 2023” <https://finansial.bisnis.com/read/20230830/563/1689679/gopay-raih-penghargaan-aplikasi-dompot-digital-terpopuler-2023>. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2024
- Fintech Indonesia. <https://www.fintech.id/en/member/detail/224>. diakses tanggal 3 Oktober 2024
- Ghozali, I. (2017). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Good stats. 2022. *Survei E-wallet yang paling banyak digunakan*. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Gopay. <https://gopay.co.id/blog/apa-itu-aplikasi-gopay>. diakses tanggal 10 Oktober 2024
- Hasan, A. A. T. 2022. “Technology attachment, e-Attitude, perceived value, and behavioral intentions towards Uber-ridesharing services: the role of hedonic, utilitarian, epistemic, and symbolic value”. *Journal of Contemporary Marketing Science*, (ahead-of-print).
- Humaidi, H. 2022. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)”.69.
- Idn Financials. 2023. “*Expanding Gopay, Gopay officially has its own app*” <https://www.idnfinancials.com/news/47517/expanding-market-gopay-officially-app>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2024
- Indah Mawarni (2023). Deandlles Christover, Aji Syarif Hidayattullah, & Indah Mawarni. (2023). Penerapan Konsep-Konsep Digitalisasi dalam Pelayanan Publik di Kantor Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan. Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic)*, 2(2).
- Insight Asia. 2023. *Consistency That Leads: E-wallet Industry Outlook 2023*. <https://insightasia.com/gopay-largest-market-share-and-the-strongest-consumer-loyalty/>
- Jasin, M. (2022). The effect of perceived ease of use on behavior intention through perceived enjoyment as an intervening variable on digital payment in the digital era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 127-133. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i5.414>
- Joe F. Hair Jr., Lucy M. Matthews, Ryan L. Matthews and Marko Sarstedt. (2017). *PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use*.

- Keuangan (SPIP) Agustus 2022”. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi/keuangan/spip/Pages/SPIP-Agustus-2022.aspx>. diakses tanggal 10 Oktober 2024
- Lavinda. 2022. “Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai *e-wallet* Dibanding ATM Bank”. <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>. diakses tanggal 3 Oktober 2024
- Li, Y. (2016). Empirical Study of Influential Factors of Online Customers’ Repurchase Intention, 48–60. <https://doi.org/10.4236/ib.2016.83006>
- Marbun, I. A. H., & Panjaitan, Y. 2022. ”Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention Penggunaan Gopay Dengan Social Influence Sebagai Moderasi”. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 6(4),904-913.
- Monica, F., & Japariato, E. (2022). “Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9-15.\
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143–150. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Michaela Louisa & Japariato, E. . (2021). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Ease Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 20–27.
- Nizar, M. A. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Retrieved January 5, 2021, from <https://www.researchgate.net>
- Prameswari, A. H., N, D., & Nurbaiti. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet*. 60-70.
- Rosmayanti. 2019. “Apa Itu Dompot Digital atau *E-wallet*?” *Wartaekonomi.Co.Id*.
- Rouibah, K., Lowry, P. B., & Hwang, Y. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: New perspectives from an Arab country. *Electronic Commerce Research and Applications*. <https://doi.org/10.1016/j.ele-rap.2016.07.001>
- Samsurijal Hasan, Elpisah Elpisah, Joko Sabtohadhi, Nurwahidah M, Abdullah Abdullah, Fachrurazi Fachrurazi. 2022. *Manajemen Keuangan*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LXKCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=jenis+ruang+lingkup+manajemen+keuangan&ots=PQX Servka3&sig=FULAWcNRz82HI\\_Ukhcg89hpYG1c&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LXKCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=jenis+ruang+lingkup+manajemen+keuangan&ots=PQX Servka3&sig=FULAWcNRz82HI_Ukhcg89hpYG1c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Setyawati, R. E. 2020. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using

- sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta)”. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39-51.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni. 2020. *Metode Penelitian. Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Setyaningrat, Imam Annas Mushlihin, Arif Zunaidi. (2023). “Strategi Digitalisasi Untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan *Technology Acceptance Model TAM*”.
- U. W. E. Saputra and G. S. Darma, “The Intention to Use Blockchain in Indonesia Using Extended Approach *Technology Acceptance Model (TAM)*”, *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, vol. 16, no. 1, pp. 27–35, Feb. 2022.
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Aqdella, F. A. 2022. “The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use On Behavioral Intention To Use Through The Intervening Attitude Toward Using Variables In The Study Of Shopeepay *E-wallet Services* (Case Study On Shopeepay Users In Yogyakarta)”. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 29-40.
- Warta Ekonomi. (2023). Sejarah Perjalanan GoPay. <https://wartaekonomi.co.id/read508520/sejarah-perjalanan-gopay-sebelum-resmi-meluncur-sebagai-aplikasi-mandiri>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet OVO* di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2016). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yb Adji, WA Muhammad. 2023. Perkembangan Fintech di Indonesia. <https://journal.binus.ac.id/index.php/BECOSS/article/view/8675>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality, 60(2), 31–46.
- Xu, J., Gao, X. 2021. *E-Business in the 21st Century, Essential Topics and Studies, Second Edition, Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd*

