

**PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU DAN
KARAKTERISTIK KUALITAS *MOBILE PAYMENT*
TERHADAP EKSPEKTASI, KEPUASAN DAN
KEINGINAN UNTUK TERUS MENGGUNAKAN
*MOBILE PAYMENT SHOPEEPAY***

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :
SANDI IRWANSYAH
NIM : 2017210082

**UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
S U R A B A Y A
2021**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Sandi Irwansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 16 Februari 1998
N.I.M : 2017210082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Karakteristik Individu dan Karakteristik Kualitas *Mobile Payment* terhadap Ekspektasi, Kepuasan dan Kenginan untuk Terus Menggunakan *Mobile Payment Shopee*.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :

(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D.)
NIDN : 0719047701

(Faizatul Hiqmah, S.Sos., MM)
NIDN : 0722068603

THE EFFECT OF INDIVIDUAL CHARACTERISTICS AND QUALITY CHARACTERISTICS OF MOBILE PAYMENT ON EXPECTATIONS, SATISFACTION AND DESIRE TO CONTINUE USING MOBILE PAYMENT SHOPEEPAY

Sandi Irwansyah
Universitas Hayam Wuruk Perbanas
Email : 2017210082@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

In this study, entitled The Effect of Individual Characteristics and Quality Characteristics of Mobile Payment on Expectations, Satisfaction and Desire to Continue Using ShopeePay Mobile Payment. The background of this research problem is the decreasing use of ShopeePay mobile payment services. This study aims to analyze the effect of individual characteristics and quality characteristics of mobile payments on Expectations, Satisfaction and Desire to continue using. This research method takes a sample of ShopeePay mobile payment users who have collected as many as 136 respondents. This study uses the SEM WarpPLS analysis technique Version 0.7. The results of this study prove that self-innovation has a significant positive effect on expectations, self-efficacy has no significant positive effect on expectations, system quality has no significant positive effect on expectations, information quality has a significant positive effect on expectations, service quality has a significant effect on expectations, expectations have a significant effect on expectations. satisfaction, and satisfaction has a significant effect on the desire to continue using ShopeePay mobile payments.

Keywords: Mobile Payment, Continuance Intention ,ShopeePay.

PENDAHULUAN

Sejarah teknologi internet di Indonesia dimulai sejak tahun 1990-an, dimana teknologi internet di Indonesia lebih dikenal paguyuban network. Seturut dengan perkembangan teknologi internet, maka perkembangan internet di Indonesia menjadi lebih komersial dan individual (www.webarq.com). Pada tahun 2016, telah ada 132.7 juta dari 236.7 juta masyarakat Indonesia telah terhubung ke Internet (www.apjii.com). Teknologi internet dan digital yang semakin canggih dengan di dukung oleh kegunaan atau manfaat dari internet, maka semakin banyak yang muncul teknologi pembelian online shop seperti Shopee, TokoPedia, Lazada, BukaLapak menurut (Aryawiedya (2011).

Aryawiedya (2011) menyatakan bahwa online shop merupakan salah satu bentuk kegiatan meliputi jual beli dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik

atau digital. Berbelanja online shop juga mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya yaitu masyarakat tidak perlu keluar rumah cukup mengandalkan koneksi internet untuk melihat barang dan memilih model yang diinginkan terutama mahasiswa yang kegiatan sehari-harinya harus mengurus urusan organisasi ataupun tugas kuliah. Hadirnya berbelanja online di Shopee banyak mahasiswa yang bisa membeli keperluan tanpa harus menyita waktu untuk berbelanja. Selain itu, pencipta layanan belanja online shop ini juga memikirkan kemudahan bagi pengguna baik dari belanja maupun pembayaran pembelian.

Sistem pembayaran online shop saat ini dilakukan dengan cara sistem mobile payment. Salah satu contoh platform yang sudah menggunakan pembayaran melalui mobile payment yaitu aplikasi belanja online Shopee. Aplikasi Shopee sudah mempunyai fitur pembayaran melalui mobile payment yaitu ShopeePay. Dimana sangat

memudahkan dalam sistem pembayaran tanpa ribet, tanpa keluar rumah, tanpa pergi ke-atm ataupun Indomaret terdekat untuk melakukan transfer pembayaran. Sehingga banyak pemilik platform belanja online yang menerbitkan pembayaran berbasis mobile payment yang berguna untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi pembayaran. Mouakket (2020) menyatakan bahwa, pengguna mobile payment akan terus menggunakan mobile payment jika dipengaruhi oleh karakteristik individu dan karakteristik kualitas mobile payment. Karakteristik individu terdiri dari Inovasi Diri dan Efikasi Diri. Mouakket (2020) menyatakan Inovasi Diri merupakan keinginan mengetahui cara menggunakan teknologi baru, ingin menggunakan teknologi baru untuk berbelanja, mencoba bereksperimen dengan teknologi baru. Mouakket (2020) menyatakan Efikasi Diri merupakan keyakinan individu bahwa dia mampu menyelesaikan tugas dimana semakin tinggi Efikasi Diri individu maka ia semakin percaya diri dengan kemampuan yang ia miliki untuk berhasil dalam menyelesaikan tugas.

Mouakket (2020) juga menyebutkan keinginan untuk terus menggunakan layanan mobile payment juga dipengaruhi oleh karakteristik kualitasnya. Karakteristik kualitas mobile payment ditunjukkan dengan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan (Mouakket 2020). Kualitas Sistem merupakan kemampuan sistem yang dimiliki aplikasi mobile payment dalam menunjukkan kemudahan dan performa sesuai yang diharapkan penggunaanya (Mouakket 2020). Kualitas Informasi merupakan suatu sistem yang menampilkan informasi secara jelas terhadap sistem aplikasi mobile payment tersebut. Sedangkan Kualitas Layanan merupakan layanan yang telah disediakan oleh aplikasi mobile payment dan dapat diterima dengan baik terhadap konsumen (Mouakket 2020). Karakteristik individu dan karakteristik kualitas mobile payment ditemukan memiliki pengaruh terhadap ekspektasi dan kepuasan yang nantinya mempengaruhi keinginan

pengguna untuk terus menggunakan layanan mobile payment (Mouakker, 2020).

Penelitian kali ini akan membahas tentang pengaruh karakteristik individu dan karakteristik kualitas terhadap ekspektasi, kepuasan, dan keinginan untuk terus menggunakan ShopeePay. Berdasarkan penelitian sebelumnya masih belum banyak pihak yang meneliti tentang variabel yang memengaruhi keinginan untuk terus menggunakan ShopeePay. Oleh karenanya, berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh karakteristik individu dan karakteristik kualitas mobile payment terhadap ekspektasi, kepuasan dan keinginan untuk terus menggunakan ShopeePay”.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Inovasi Diri

Menurut Mouakket (2020) menyatakan bahwa Inovasi diri menggambarkan kesediaan konsumen untuk mencoba teknologi pembayaran seluler (*mobile payment*). Inovasi Diri adalah kesediaan konsumen untuk mencoba teknologi baru (Mouakket, 2020). Beberapa konsumen bersedia untuk mencoba inovasi dan yang lain enggan mencoba inovasi teknologi pembayaran seluler (Mouakket,2020). Konsumen yang inovatif dianggap lebih mudah dan aktif dalam mempelajari hal-hal baru serta seringkali memiliki pengetahuan yang lebih dibandingkan konsumen yang lain (Mouakket,2020). De Jong & Den Hartog (2007) menyatakan perilaku inovasi diri adalah perilaku yang meliputi eksplorasi peluang dan ide-ide baru, juga dapat mencakup perilaku mengimplementasikan ide baru, menerapkan pengetahuan baru dan untuk mencapai peningkatan kinerja pribadi..

Efikasi Diri

Mouakket (2020) menyatakan efikasi diri adalah perasaan terhadap kemampuan

seseorang untuk menggunakan teknologi atau menyelesaikan suatu tugas. Sedangkan dari pendapat lain menyatakan efikasi diri adalah percaya terhadap kompetensi diri sendiri dan efektifitas sebagai hasil (Mouakket, 2020). Dengan kata lain efikasi diri merupakan keyakinan seseorang tentang kemampuan yang dimiliki dalam mengerjakan suatu tugas, dimana kemampuan tersebut dilatih, digerakkan oleh kejadian atau pengalaman yang berpengaruh terhadap diri sendiri.

Kualitas Sistem

Kualitas Sistem merupakan ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi itu sendiri atau kualitas kerja sistem. Fokusnya adalah performa dari sistem tersebut, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan dan prosedur dari sistem kualitas dapat menyediakan sistem yang bisa dimanfaatkan bagi kebutuhan pengguna. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem merupakan ukuran terhadap sistem informasi itu sendiri dan terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem.

Kualitas Informasi

Kualitas Informasi dalam suatu sistem informasi menunjukkan kesuksesan dalam menyampaikan maksud atau arti yang diharapkan. Informasi yang berkualitas menunjukkan bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna berdasarkan dimensi kualitas informasi. Ketika mengakses informasi online seperti informasi yang dihasilkan melalui sistem e-commerce, layaknya keakuratan informasi, kemudahan pemahaman, relevansi, dan keamanan adalah faktor penting untuk diperhatikan (DeLone & McLean, 2003, 2004).

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan adalah keseluruhan dukungan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan. Kualitas layanan (Service Quality)

menyatakan bahwa service quality merupakan perbandingan apa yang seharusnya ditawarkan (offered) dan apa yang disediakan (provided) (DeLone and McLean, 2004). Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan merujuk penelitian Mouakket (2020):

1. Respon yang cepat
2. Layanan yang bisa dipercaya
3. Layanan yang mampu merespon kebutuhan pengguna
4. Layanan yang diberikan sesuai kebutuhan pengguna.

Ekspektasi

Ekspektasi didefinisikan sebagai pandangan konsumen atas layanan tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya (Mouakket, 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa konsumen atau pelanggan akan terus menggunakan layanan *mobile payment* jika ekspektasi atas *mobile payment* tersebut terpenuhi (Apanasevic et al., 2016). Jika penyedia layanan mampu memenuhi ekspektasi konsumen atau pelanggannya maka akan menstimulasi rasa puas pada diri konsumen dan mendorong keinginannya untuk terus menggunakan layanan tersebut (Mouakket, 2020).

Penelitian lebih lanjut mengenai ekspektasi pada *mobile payment* menyebutkan bahwa ekspektasi dibedakan menjadi dua, yaitu ekspektasi atas performa yang mengacu pada ekspektasi atas kemampuan *mobile payment* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan ekspektasi usaha yang mengacu pada ekspektasi kemudahan penggunaan layanan *mobile payment* (Mouakket, 2020). Menurut Mouakket (2020) berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ekspektasi:

1. Kegunaan
2. Meningkatkan efisiensi
3. Kenyamanan transaksi
4. Kecepatan transaksi

Kepuasan

Kepuasan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* (Aldholay et al., 2018). Kepuasan sendiri didefinisikan kemampuan layanan *mobile payment* dalam memenuhi kebutuhan dan harapan penggunanya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh penting dalam adopsi layanan yang berkaitan dengan teknologi (Mouakket, 2020). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan mengacu dari penelitian Mouakket (2020) sebagai berikut :

1. Puas terhadap efektivitas *mobile payment*
2. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *mobile payment* baik
3. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *mobile payment* memuaskan

Keinginan untuk Terus Menggunakan

Menurut Ramadan (2018) menyatakan bahwa ekspektasi, loyalitas dan keinginan untuk terus menggunakan layanan teknologi pembayaran seluler dianggap penting untuk memotivasi dan mempertahankan konsumen. ekspektasi dan loyalitas adalah alasan utama dari keinginan untuk terus menggunakan dalam menggunakan teknologi pembayaran seluler (*mobile payment*). Ketika konsumen lebih puas dengan layanan teknologi pembayaran seluler ini memiliki nilai tambah, konsumen lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan pembayaran seluler (*mobile payment*). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Ramadan (2018) yaitu: a. Keinginan untuk terus menggunakan, artinya responden merasa ingin terus menggunakan layanan dari *mobile payment* dibanding menghentikan penggunaan, b. Keinginan untuk terus menggunakan dibanding layanan *mobile payment* lainnya, artinya responden merasa berkeinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* dibanding menggunakan layanan serupa, c. Keinginan untuk meningkatkan transaksi keuangan di masa mendatang, artinya responden merasa berkeinginan untuk terus meningkatkan penggunaan transaksi yang dilakukan di masa mendatang, d. Keinginan

untuk melanjutkan penggunaan di masa mendatang, artinya responden merasa berkeinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* sebagai pembayaran seluler pilihan mereka di masa mendatang.

Hubungan antara Inovasi Diri terhadap Ekspektasi

Inovasi diri berkaitan dengan karakteristik personal yang memiliki keinginan untuk mencoba teknologi baru (Mouakket, 2020). Penelitian yang dilakukan sebelumnya mengeksplorasi hubungan antara inovasi diri terhadap penerimaan layanan teknologi, teknologi internet, adopsi *internet banking*, dan *e-commerce* (Mouakket, 2020).

Secara khusus penelitian mengenai layanan *mobile payment* yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa inovasi diri memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Kim et al (2010) dan Oliviera et al (2016) juga menemukan pengaruh yang sama.

Hubungan antara Efikasi Diri terhadap Ekspektasi

Efikasi Diri adalah keyakinan pada diri seseorang untuk dapat menguasai sebuah situasi, mempelajari materi pelajaran, menyelesaikan aktivitas dengan baik, dan memberikan hasil yang menguntungkan (Mouakket,2020). Efikasi diri berhubungan dengan keyakinan terhadap diri sendiri untuk mampu melakukan tindakan yang diharapkan (Mouakket,2020). Senada dengan pernyataan tersebut, efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuan yang benar-benar menentukan perilaku apa yang akan dilakukan, berapa banyak usaha yang akan dilakukan, dan berapa lama individu akan mempertahankan perilaku ketika keberhasilan.

Mouakket (2020) juga menemukan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi atas layanan *mobile payment*. Lebih jauh, penelitian ini menyatakan bahwa individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi juga

akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap layanan *mobile payment*..

Hubungan antara Kualitas Sistem terhadap Ekspektasi

Kualitas sistem adalah pengukuran proses sistem yang berfokus pada hasil interaksi antara pengguna dan sistem. Kualitas sistem mempunyai atribut-atribut seperti fleksibel dalam penggunaan, fitur-fitur yang banyak, mudah untuk digunakan, dan waktu respon merupakan faktor penentu sebuah sistem digunakan atau tidak digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi layanan *mobile payment*. Hal ini disebabkan karena pandangan atas kualitas sistem layanan pembayaran elektronik akan memberikan dampak yang *positif* terhadap pandangan atas kemudahan penggunaan dan pandangan kegunaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Xu dan Du (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi.

Hubungan antara Kualitas Informasi terhadap Ekspektasi

Menurut DeLone and McLean (2003), kualitas Informasi merupakan kemampuan teknologi *mobile payment* dalam memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, seperti kemudahan informasi untuk dipahami, penyajian konten yang lengkap, *relevansi*, dan keamanan informasi.

Penelitian yang menjadi rujukan dalam penelitian ini yaitu Mouakket (2020) menemukan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi. Penelitian lain juga menemukan hal yang sama, dimana kualitas informasi juga memiliki pengaruh yang *positif* dan signifikan terhadap ekspektasi dalam sistem pengisian pajak *online*, sistem pembelajaran elektronik, serta sistem perpajakan (Chen et al., 2015; Floropoulos et al., 2010; Zhou, 2011).

Hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Ekspektasi

Kualitas layanan mengacu pada kualitas dukungan yang didapat pengguna dari layanan yang digunakan, misalnya terkait *responsivitas* (Wang et al., 2016). Beberapa penelitian mengkonfirmasi adanya hubungan antara kualitas layanan terhadap ekspektasi pengguna terutama pada layanan *online* (Mouakket, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Liebana-Cabanillas et al (2019) menunjukkan hubungan yang *positif* signifikan antara kualitas layanan dan ekspektasi pelanggan sistem pembayaran *online* pada industri transportasi. Temuan yang sama juga dihasilkan oleh Mouakket (2020) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang *positif* signifikan terhadap ekspektasi pengguna layanan *mobile payment*.

Hubungan antara Ekspektasi terhadap Kepuasan

Ekspektasi didefinisikan sebagai pandangan konsumen atas layanan tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya (Mouakket, 2020). Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengkonfirmasi bahwa ekspektasi memiliki pengaruh yang *positif* terhadap kepuasan termasuk pada beberapa layanan misalnya layanan pajak, layanan pembelajaran *online* dan lainnya (Mouakket,2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) mengenai hubungan antara ekspektasi dan kepuasan terhadap layanan *mobile payment* menunjukkan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap ekspektasi terhadap performa yang mengindikasikan konsumen cenderung merasa puas terhadap layanan *mobile payment* karena kemudahan penggunaannya.

Hubungan antara Kepuasan terhadap Keinginan untuk terus menggunakan

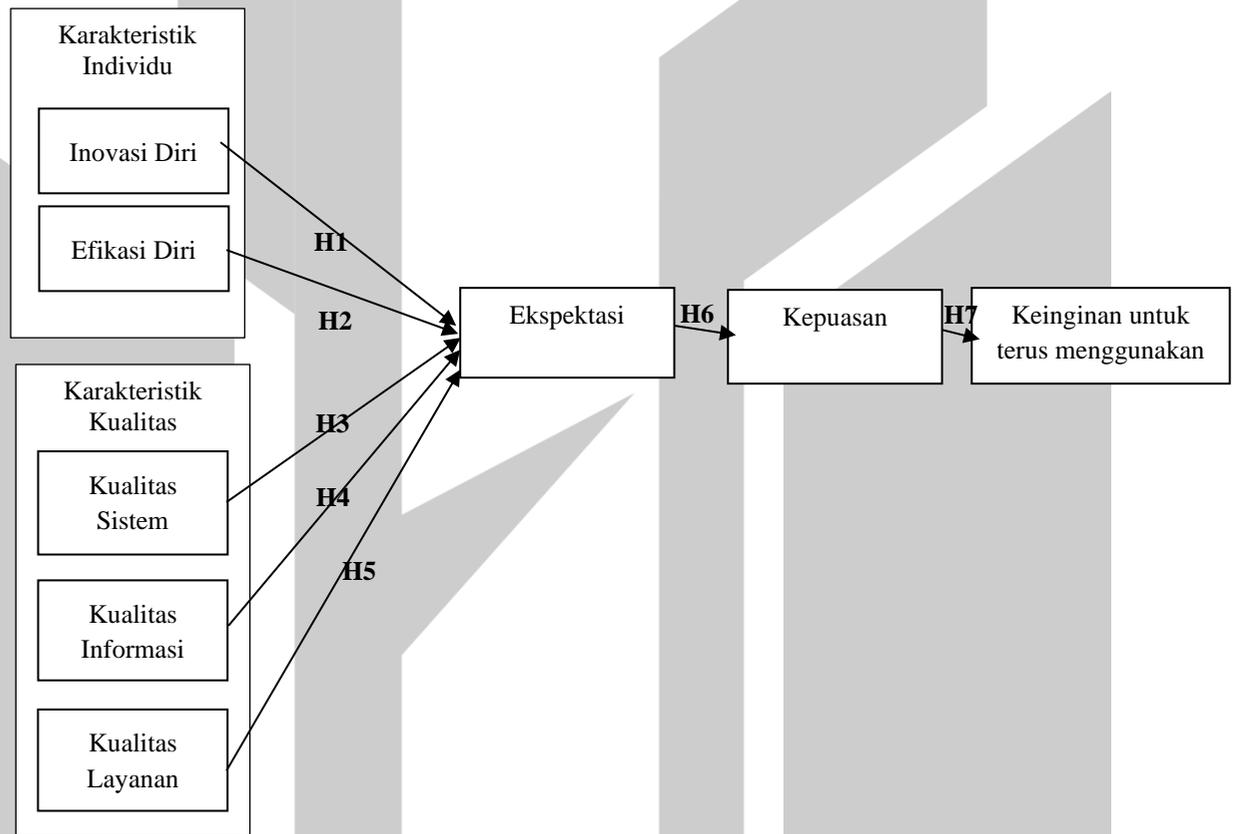
Penelitian yang dilakukan oleh Mouakket (2020) menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang *positif* dan

signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan layanan *mobile payment*. Hasil ini sesuai dengan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian lain pada aplikasi layanan *mobile* lainnya yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh untuk memotivasi penggunaanya untuk terus menggunakan layanan tersebut (Mouakket,2020). Mouakket (2020)

menyatakan bahwa konsumen yang puas dengan layanan *mobile payment* akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan layanan ini lebih sering.

Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Mouakket (2020)

Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN SANDI IRWANSYAH (2021)

Hipotesis Penelitian

- H1 : Inovasi Diri berpengaruh positif signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
- H2 : Efikasi Diri berpengaruh positif signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).

- H3 : Kualitas Sistem berpengaruh positif signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
- H4 : Kualitas Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).

- H5 : Kualitas Layanan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020).
- H6 : Ekspektasi berpengaruh *positif* signifikan terhadap Kepuasan, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020; Mohajerani dan Miremadi, 2012).
- H7 : Kepuasan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan, merujuk pada penelitian terdahulu (Mouakket, 2020; Tran, 2018).

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penyusunan rancangan pada penelitian yang sekarang terdapat hal yang harus dapat dipertimbangkan. Apabila melihat dari tingkatan penelitian yang sekarang, penelitian ini termasuk dalam kategori pengujian *hipotesis*, karena dari penelitian ini masih bersifat sementara ataupun praduga yang harus dibuktikan kebenarannya. Penelitian yang sekarang menguji hipotesisnya melalui variabel Karakteristik Individu dan Karakteristik Kualitas *Mobile Payment* Terhadap Ekspektasi, Kepuasan, dan Keinginan untuk Terus Menggunakan *Mobile Payment ShopeePay*.

Metode penelitian adalah cara kerja untuk mengumpulkan data dan kemudian mengolah data sehingga menghasilkan data yang dapat memecahkan permasalahan penelitian. Berdasarkan metode penelitiannya penelitian ini menggunakan metode analisis *deskriptif* dengan pendekatan *kuantitatif*. Pendekatan *kuantitatif* berguna untuk menganalisis pengaruh dari persepsi pengalaman pengguna terhadap kepuasan untuk menggunakan pembayaran *ShopeePay* dan menguji beberapa hipotesis terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna pada *ShopeePay*.

Batasan Penelitian

Batasan adalah ruang lingkup pada penelitian yang akan dilakukan dan batasan-batasan yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan batasan ruang lingkup penelitian agar hanya terfokus pada permasalahan yang sedang diteliti. Adanya batasan-batasan terhadap penelitian ini yang bertujuan agar proses serta hasil penelitian yang sekarang dapat sesuai dengan tujuan awal.

Sehingga pada penelitian ini tidak adanya penyimpangan serta berfokus pada *variabel* penelitian guna mendapatkan hasil tujuan pada penelitian, hingga rumusan masalah yang sudah ditetapkan diawal penelitian.

Identifikasi Variabel

Berdasarkan landasan teori dan hipotesis yang telah disebutkan diatas, maka variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri Karakteristik Individu (Inovasi Diri dan Efikasi Diri), Karakteristik Kualitas (Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan), Ekspektasi, Kepuasan dan Keinginan untuk Terus Menggunakan. Adapun identifikasi *variabelnya* adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas (X) :

a. InovasiDiri

= (X1)

b. Efikasi Diri Atas Penggunaan Mobile Payment= (X2)

c. KualitasSistem
= (X3)

d. KualitasInformasi
=(X4)

e. KualitasLayanan
=(X5)

Variabel Terikat (Y) :

a. Ekspektasi=(Y1)

b. Kepuasan=(Y2)

c. Keinginan untuk Terus Menggunakan=(Y3)

DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL

Inovasi Diri

Inovasi diri merupakan pendapat responden terhadap kesediaannya dan keinginannya dalam mencoba teknologi pembayaran *mobile payment* yang dimiliki oleh *ShopeePay*. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan Mouakket (2020):

- a. Selalu menjadi orang yang pertama dalam mencoba teknologi baru, artinya responden merasa selalu menjadi orang yang pertama mencoba teknologi baru.
- b. Tidak ragu mencoba teknologi baru, artinya responden merasa tidak ragu dalam mencoba teknologi baru.
- c. Selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain, artinya responden merasa selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain.
- d. Menyukai untuk mencoba teknologi baru, artinya responden merasa suka untuk mencoba teknologi baru.

Efikasi Diri

Efikasi Diri Atas Penggunaan *mobile payment* merupakan pendapat responden mengenai kepercayaan dirinya bahwa mereka memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan teknologi pembayaran *ShopeePay*. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Kemampuan menggunakan tanpa bantuan orang lain, artinya responden merasa mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan *ShopeePay* tanpa bantuan orang lain.
- b. Kemampuan menggunakan dengan melihat orang lain mengoperasikannya terlebih dahulu, artinya responden merasa

mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan *ShopeePay* setelah melihat orang lain mengoperasikannya terlebih dahulu.

- c. Kemampuan menggunakan dengan bantuan orang lain, artinya responden merasa mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan *ShopeePay* dengan bantuan orang lain.

Kualitas Sistem

Pendapat responden mengenai kemampuan sistem yang dimiliki *ShopeePay* dalam menunjukkan kemudahan dan performa sesuai yang diharapkan penggunaannya. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Menyediakan instruksi yang berguna untuk melakukan transaksi, artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan instruksi yang berguna untuk melakukan transaksi.
- b. Sistem terorganisir dengan baik artinya responden merasa *ShopeePay* memiliki sistem yang terorganisir dengan baik.
- c. Mudah digunakan artinya responden merasa *ShopeePay* mudah digunakan.
- d. Tampilan dan sistem yang user friendly artinya responden merasa *ShopeePay* memiliki tampilan dan sistem yang user friendly.

Kualitas Informasi

Pendapat responden mengenai kualitas *output* informasi yang dihasilkan oleh *ShopeePay* yang mampu memuaskan penggunaannya. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Menyediakan informasi yang diinginkan penggunaannya artinya

responden merasa *ShopeePay* menyediakan informasi yang diinginkannya.

- b. Informasi yang disediakan lengkap artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan informasi yang lengkap.
- c. Menyediakan informasi yang terorganisir artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan informasi yang terorganisir.
- d. Memberikan informasi yang menyeluruh mengenai transaksi keuangan artinya responden merasa *ShopeePay* memberikan informasi yang menyeluruh mengenai transaksi keuangan yang dilakukan.
- e. Informasi yang diberikan dapat dipercaya artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan informasi yang dapat dipercaya.

Kualitas Layanan

Pendapat responden mengenai kualitas dukungan yang disediakan oleh *ShopeePay* terhadap penggunaannya. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Respon yang diberikan cepat artinya responden merasa *ShopeePay* memberikan respon yang cepat atas kebutuhannya.
- b. Layanan yang diberikan bisa dipercaya artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan layanan yang bisa dipercaya.
- c. Menyediakan layanan yang mampu merespon kebutuhan penggunaannya artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan layanan yang mampu merespon kebutuhannya.
- d. Layanan yang diberikan sesuai kebutuhan penggunaannya artinya responden merasa *ShopeePay* menyediakan layanan yang sesuai kebutuhannya.

Ekspektasi

Ekspektasi merupakan pendapat responden mengenai pandangannya saat melakukan transaksi menggunakan *ShopeePay*. Berikut adalah indikator untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Kegunaan, artinya pandangan responden atas kegunaan *Shopeepay* dalam melakukan aktivitas keuangan secara *mobile*
- b. Meningkatkan efisiensi, artinya pandangan responden atas kemampuan *ShopeePay* meningkatkan efisiensi dalam melakukan aktivitas keuangan secara *mobile*
- c. Kenyamanan transaksi, artinya pandangan responden atas kenyamanan dalam menggunakan *ShopeePay* untuk melakukan aktivitas keuangan secara *mobile*
- d. Kecepatan transaksi, artinya pandangan responden atas kecepatan transaksi keuangan yang dilakukan melalui *ShopeePay*

Kepuasan

Kepuasan didefinisikan sebagai kemampuan *ShopeePay* dalam memenuhi kebutuhan dan harapan penggunaannya. Berikut adalah indikator yang digunakan dalam Mouakket (2020) untuk mengukur variabel ini :

- a. Puas terhadap efektivitas *ShopeePay*, artinya responden merasa puas dengan efektivitas *ShopeePay* dalam melakukan aktivitas pembayaran.
- b. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *ShopeePay* baik, artinya responden merasa secara keseluruhan pengalaman melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan *ShopeePay* baik.

c. Secara keseluruhan pengalaman menggunakan *ShopeePay* memuaskan, artinya responden merasa secara keseluruhan pengalaman melakukan transaksi dengan *ShopeePay* memuaskan.

d. Keinginan untuk melanjutkan penggunaan dimasa mendatang, artinya responden ingin terus melanjutkan menggunakan *ShopeePay* sebagai *mobile payment* mereka.

Keinginan untuk terus menggunakan

Keinginan untuk terus menggunakan merupakan pendapat responden mengenai keinginan untuk terus menggunakan *ShopeePay*. Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dari Mouakket (2020):

- a. Keinginan untuk terus menggunakan, artinya responden ingin terus menggunakan *ShopeePay*.
- b. Keinginan untuk terus menggunakan dibandingkan layanan *mobile payment* lainnya, artinya responden ingin terus menggunakan *ShopeePay* meskipun ada layanan *mobile payment* lainnya.
- c. Keinginan untuk meningkatkan transaksi keuangan di masa mendatang, artinya responden ingin meningkatkan transaksi keuangan yang dilakukannya di masa mendatang dengan menggunakan *ShopeePay*.

Pengukuran Variabel

Pengukuran ini digunakan untuk mengetahui alat yang digunakan untuk mengukur variabel, berfungsi agar tidak adanya penyimpangan pada kerangka pemikiran yang sudah diajukan. Skala pengukuran ini dapat menjadi acuan untuk nantinya bisa dipakai dalam menentukan panjang atau pendeknya dari suatu interval. Apabila alat ukur dapat digunakan maka dapat menghasilkan data kuantitatif. (Sugiono, 2018) berpendapat bahwa mengenai pengukuran variabel yakni Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penelitian ini ingin menggunakan Skala Likert dengan alternatif pilihan satu hingga lima pada kuesioner yang akan disebar oleh peneliti. Responden akan diberikan lima untuk batas sangat setuju dan satu untuk batas sangat tidak setuju. Karakteristik pada penilaian sekarang menggunakan indikator pada kuesioner sebagai berikut:

Tabel 1
TABEL KRITERIA PENILAIAN INDIKATOR

Interval	Kategori	Bobot Nilai
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)	5
3,41 – 4,20	Setuju (S)	4
2,61 – 3,40	Netral (N)	3
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)	2
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2018)

Penyusunan Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen

yang digunakan dan akan disebar secara langsung di wilayah yang sudah dipilih oleh peneliti untuk diuji. (Sugiyono, 2018)

berpendapat bahwa kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Adapun kisi pertanyaan kuesioner pada penelitian ini adalah seperti yang tercantum pada table 3.2 berikut :

Tabel 2
KISI-KISI KUESIONER

No.	Variabel	Kode	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Sumber
1	Inovasi Diri	ID 1	1. Selalu menjadi orang pertama yang mencoba teknologi baru.	Saya selalu menjadi orang pertama yang mencoba teknologi baru.	Mouakket (2020)
		ID 2	2. Tidak ragu mencoba teknologi baru.	Saya tidak ragu dalam mencoba teknologi baru.	
		ID 3	3. Selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain.	Saya selalu ingin mengetahui perkembangan teknologi sebelum orang lain.	
		ID 4	4. Menyukai untuk mencoba teknologi baru.	Saya suka untuk mencoba teknologi baru.	
2	Efikasi Diri atas Penggunaan <i>Mobile Payment</i>	EDMP 1	1. Kemampuan menggunakan tanpa bantuan orang lain.	Saya merasa mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan <i>ShopeePay</i> tanpa bantuan orang lain.	Mouakket (2020)
		EDMP 2	2. Kemampuan menggunakan dengan melihat orang lain mengoperasikannya terlebih dahulu.	Saya merasa mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan <i>ShopeePay</i> setelah melihat orang lain mengoperasikannya terlebih dahulu.	
		EDMP 3	3. Kemampuan menggunakan dengan bantuan orang lain.	Saya merasa mampu melakukan transaksi keuangan menggunakan <i>ShopeePay</i> dengan bantuan orang lain.	
3	Kualitas Sistem	KS 1	1. Menyediakan instruksi yang berguna untuk melakukan transaksi.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan instruksi yang berguna untuk melakukan transaksi.	Mouakket (2020)
		KS 2	2. Sistem terorganisir dengan baik.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> memiliki sistem yang terorganisir dengan baik.	
		KS 3	3. Mudah digunakan.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> mudah digunakan.	

		KS 4	4. Tampilan dan sistem yang <i>user friendly</i> .	Saya merasa <i>ShopeePay</i> memiliki tampilan dan sistem yang <i>user friendly</i> .	
4	Kualitas Informasi	KI 1	1. Menyediakan informasi yang diinginkan penggunanya.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan informasi yang saya inginkan.	Mouakket (2020)
		KI 2	2. Informasi yang disediakan lengkap.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan informasi yang lengkap.	
		KI 3	3. Menyediakan informasi yang terorganisir.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan informasi yang terorganisir.	
		KI 4	4. Memberikan informasi yang menyeluruh mengenai transaksi keuangan.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> memberikan informasi yang menyeluruh mengenai transaksi keuangan yang saya lakukan	
		KI 5	5. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya.	
5	Kualitas Layanan	KL 1	1. Respon yang diberikan cepat.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> memberikan respon yang cepat.	Mouakket (2020)
		KL 2	2. Layanan yang diberikan bisa dipercaya.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan layanan yang bisa dipercaya.	
		KL 3	3. Menyediakan layanan yang mampu merespon kebutuhan penggunanya.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan layanan yang mampu merespon kebutuhan saya.	
		KL 4	4. Layanan yang diberikan sesuai kebutuhan penggunanya.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya.	
6	Ekspektasi	E1	1. Kegunaan	Saya merasa <i>ShopeePay</i> sangat membantu dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan secara <i>mobile</i> .	Mouakket (2020)
		E2	2. Meningkatkan efisiensi	Saya merasa dengan menggunakan <i>ShopeePay</i> transaksi keuangan <i>mobile</i> saya menjadi lebih efisien.	
		E3	3. Kenyamanan transaksi	<i>ShopeePay</i> membuat saya merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi keuangan secara <i>mobile</i> .	
		E4	4. Kecepatan transaksi	<i>Shopeepay</i> membuat transaksi keuangan yang saya lakukan lebih cepat.	

7	Kepuasan	KP 1	1. Puas terhadap efektivitas	Saya puas dengan efektivitas yang ditunjukkan <i>ShopeePay</i> dalam melakukan transaksi keuangan.	Mouakket (2020)
		KP 2	2. Pengalaman secara keseluruhan baik	Saya merasa secara keseluruhan pengalaman melakukan transaksi keuangan dengan <i>ShopeePay</i> baik	
		KP 3	3. Pengalaman secara keseluruhan memuaskan	Saya merasa keseluruhan pengalaman melakukan transaksi keuangan dengan <i>ShopeePay</i> memuaskan.	
9	Keinginan untuk Terus Menggunakan	KTM 1	1. Keinginan untuk terus menggunakan.	Saya ingin terus menggunakan <i>ShopeePay</i> .	Mouakket (2020)
		KTM 2	2. Keinginan untuk terus menggunakan dibandingkan layanan <i>mobile payment</i> lainnya.	Saya ingin terus menggunakan <i>ShopeePay</i> meskipun ada layanan <i>mobile payment</i> lainnya.	
		KTM 3	3. Keinginan untuk meningkatkan transaksi keuangan di masa datang.	Saya ingin terus meningkatkan transaksi keuangan <i>mobile</i> saya di masa datang dengan <i>ShopeePay</i> .	
		KTM 4	4. Keinginan untuk melanjutkan penggunaan di masa datang.	Saya ingin terus melanjutkan menggunakan <i>ShopeePay</i> .	

Sumber : Mouakket (2020)

POPULASI, SAMPEL, DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Populasi

Populasi merupakan daerah yang terbagi dari objek maupun subjek dimana, memiliki kualitas hingga kriteria tertentu yang digunakan pada peneliti saat ini. Populasi pada penelitian saat ini yaitu pengguna *Shopeepay* di Jawa Timur.

Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian ini adalah 136 responden di Jawa Timur. Berikut rumus perhitungan sampel menurut Ruslan (2010:157) yaitu:

$$N = 50 + 8 (m) \\ = 50 + (8 \times 5) = 90$$

Dimana:

m = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Sampel Minimal

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel minimal adalah sebesar 90 responden. Roscoe (2013) memberikan panduan untuk menentukan ukuran sampel:

- A. Pada setiap penelitian, ukuran sampel harus berkisar antara 30 dan 500.
- B. Apabila faktor yang digunakan dalam penelitian itu banyak, maka ukuran sampel minimal 10 kali atau lebih dari jumlah faktor.
- C. Jika sampel akan dipecah-pecah menjadi beberapa bagian, maka ukuran sampel minimum 30 untuk tiap bagian yang diperlukan.

Berdasarkan keterangan diatas yang menunjukkan jumlah sampel baik jika responden berkisar antara 30 dan 500 demikian untuk menjamin kecukupan serta validitas dan reliabilitas data, maka dalam

penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 136 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Mengenai hal ini *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil beberapa responden dengan kriteria tertentu atau tujuan tertentu. Sample penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah pengguna *mobile payment ShopeePay* yang ada di Jawa Timur. yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Berusia remaja minimal 19 tahun.

Tatik Suryani (2013 : 188) menyatakan bahwa, pada umumnya di beberapa suku di Indonesia orang tua mulai banyak memberikan kewenangan kepada anak-anaknya yang berusia 19 sampai 25 tahun dapat lebih matang untuk menentukan pilihan.

- b. Pengguna aktif *ShopeePay* dalam 6 bulan terakhir.
- c. Pengguna melakukan transaksi minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir.
- d. Pengguna berdomisili di Jawa Timur.

DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA

Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *primer*, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari *obyek* yang diteliti melalui kuesioner *online* yang disebarkan pada pengguna *mobile payment*

ShopeePay di Jawa Timur. Penyebaran kuesioner *online* ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan diharapkan memiliki *validitas* yang tinggi.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Arikunto, (2016) *validitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen". Pengertian *validitas* tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan *valid* jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. *Validitas* juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan *koefisien validitas*. Uji *validitas* dilakukan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner. *Validitas* menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada *objek* dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2018).

Sugiyono, (2018). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengukur *validitas* hasil jawaban angket yang menunjukkan kedalaman pengukuran suatu alat ukur. Sugiyono, (2018) Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam mengukur uji *validitas*. Ghazali I. , (2013) sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikansi sebesar 0,05 dapat dinyatakan *valid*

Jika nilai signifikansi melebihi nilai alpha 0,05 dapat dinyatakan tidak *valid*.

Tabel 3
PARAMETER UJI VALIDITAS DALAM MODEL PENGUKURAN PLS

Uji Validitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Konvergen	Faktor <i>Loading</i>	Lebih dari 0,5
	<i>Average Varince Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten	Akar AVE > Korelasi Variabel Laten

Sumber : Jogiyanto dan Willy (2016)

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* (Jogiyanto dan Willy, 2016: 62).

Cronbach's alpha digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *Composite reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk (Jogiyanto dan Willy, 2016:62). Namun *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 dapat diterima (Jogiyanto dan Willy, 2016:62).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu prosedur untuk menganalisis data agar hasilnya menjadi lebih tepat dan akurat. Teknik analisis data yang digunakan dari satu penelitian dengan penelitian yang lain tidak bisa disamakan (Sugiyono, 2010).

Pada penelitian saat ini, peneliti akan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi WarpPLS versi 7.0. Menurut Ghazali dan Latan (2015:5) menyatakan bahwa PLS dapat dikatakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi.

Dalam metode *Partial Least Squares* (PLS) teknik analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:48) menyatakan bahwa analisis deskriptif yaitu data statistik yang digunakan untuk analisis data dengan cara menggambarkan data yang sudah terkumpul kemudian dibuat kesimpulan.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan model pengukuran yang digunakan untuk menilai validitas dan reabilitas data. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui data yang menggambarkan untuk diukur (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Validitas terdiri atas dua bagian yaitu validitas internal dan eksternal, pada validitas internal menunjukkan hasil penelitian yang terlihat dari pada kontekstual dan dapat disimpulkan.

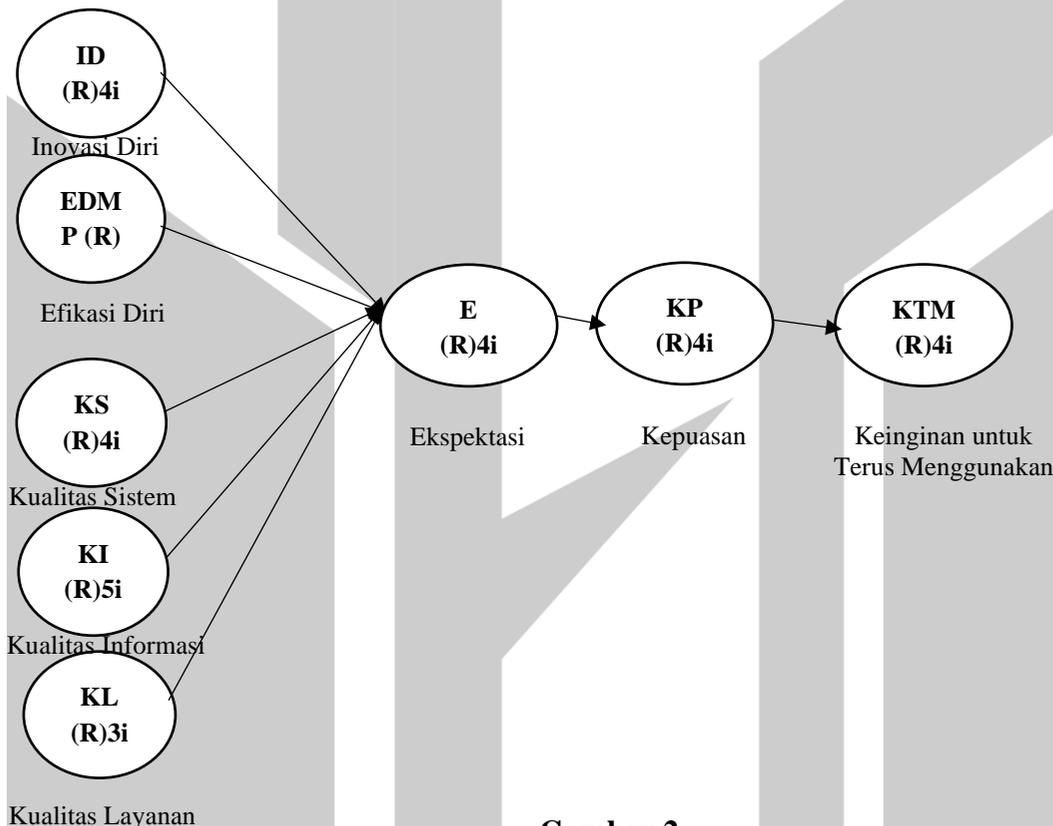
Model Struktural (*Inner Model*)

Inner Model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten (yang tidak bisa diukur secara langsung). Kolinearitas ini dijadikan salah satu uji prasyarat dalam SEM (Ghozali, 2010:36).

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan nilai R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *T-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Jogiyanto dan Willy, 2016:63). Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan 80 persen.

Menurut Ghozali dan Latan (2014:106) menyatakan bahwa evaluasi *inner model* dilihat dari indikator koefisien determinasi (R^2) yang sebaiknya lebih dari 0.10 ($R^2 > 0.10$). Hasil dari R^2 dapat diketahui jika $R^2 \leq 0.70$ maka menunjukkan model kuat, $R^2 \leq 0.45$ menunjukkan model *moderate* dan $R^2 \leq 0.25$ menunjukkan model lemah.



Gambar 2
MODEL STRUKTURAL

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisa Data

Analisis data pada penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif. Analisis data deskriptif dalam penelitian ini mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi statistik dari variabel-variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini skala pengukuran variabel yang digunakan adalah Skala Likert dengan interval lima skala. Hasil tanggapan responden dengan Skala Likert kemudian di rata-rata agar menghasilkan kategori tertentu. Kategori penilaian ini dibuat dengan tujuan untuk

lebih mempermudah penilaian, yaitu dengan membuat daftar distribusi frekuensi dengan panjang kelas yang sama. Sedangkan penentuan interval menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{5}$$

Jumlah Kelas

$$= \frac{5 - 1}{5} \\ = 0,8$$

Nilai tertinggi adalah 5 berasal dari 5 skala dan nilai terendah adalah 1 berasal dari 1 skala penilaian di kuesioner. Jumlah kelas

adalah 5, mulai dari 1 sampai 5. Dari rumus diatas maka disusun batasan rata-rata kriteria penilaian indikator dari jawaban responden pada tabel 4.6 berikut :

Variabel Inovasi Diri

Inovasi diri dalam penelitian ini memiliki tiga item pernyataan kuesioner, yang mana hasil tanggapan dari responden akan dijabarkan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP INOVASI DIRI

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	ID1	136	-	4	7	87	38	4,16	Setuju
2	ID2	136	-	3	7	76	50	4,27	Sangat Setuju
3	ID3	136	1	7	4	69	55	4,25	Sangat Setuju
4	ID4	136	-	1	8	67	60	4,36	Sangat Setuju
Mean Inovasi Diri								4,26	Sangat Setuju

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel 4.7, maka Inovasi Diri memiliki rata-rata 4,00 hingga 4,36 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,26. Hal ini menandakan bahwa Inovasi Diri merupakan hal penting pada pengguna layanan *mobile payment ShopeePay*. total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,26 (4,21 s/d 5,00) yang berarti “sangat setuju”.

ID1 memiliki rata-rata sebesar 4,16 (3,41 s/d 4,20), artinya responden setuju ingin menjadi orang pertama dalam mencoba teknologi baru. ID2 memiliki rata-rata sebesar 4,27 (4,21 s/d 5,00), artinya responden sangat setuju untuk tidak ragu

dalam mencoba teknologi baru. ID3 memiliki rata-rata sebesar 4,25 (4,21 s/d 5,00), artinya responden ingin mengetahui teknologi baru. ID4 memiliki rata-rata sebesar 4,36 (4,21 s/d 5,00), artinya *mobile payment ShopeePay* dinilai baik.

Variabel Efikasi Diri

Tanggapan responden pada variabel Efikasi Diri Atas Penggunaan *Mobile Payment* diwakili oleh sebanyak 3 (tiga) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel:

Tabel 5
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP EFIKASI DIRI

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	EDMP1	136	1	2	9	67	57	4,30	Sangat Setuju
2	EDMP2	136	-	9	9	76	42	4,11	Setuju
3	EDMP3	136	2	14	11	74	35	3,92	Setuju
Mean Efikasi Diri								4,11	Setuju

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel, maka Efikasi Diri memiliki rata-rata yang merentang antara 3,92 hingga 4,30 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,11. Hal ini menandakan bahwa Efikasi Diri atas penggunaan *mobile payment* sudah bernilai baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,11 (3,41 s/d 4,20) yang berarti “Setuju”.

EDMP1 memiliki rata-rata sebesar 4,30 (4,21 s/d 5,00), artinya *mobile payment ShopeePay* dinilai baik karena responden mampu bertransaksi menggunakan layanan yang ada di *ShopeePay*. EDMP2 memiliki rata-rata sebesar 4,11 (rentang 3,41 s/d 4,20). EDMP3 memiliki rata-rata sebesar 3,92 (rentang 3,41 s/d 4,20), artinya aplikasi

mobile payment ShopeePay sudah dinilai cukup baik.

Tanggapan responden pada variabel Kualitas Sistem diwakili oleh sebanyak 4 (empat) buah indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dirinci dan dijabarkan pada Tabel

Variabel Kualitas Sistem

Tabel 6
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KUALITAS SISTEM

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	KS1	136	-	-	6	79	51	4,33	Sangat Setuju
2	KS2	136	-	-	5	85	46	4,30	Sangat Setuju
3	KS3	136	-	-	6	85	45	4,28	Sangat Setuju
4	KS4	136	-	-	9	84	43	4,25	Sangat Setuju
Mean Kualitas Sistem								4,29	Sangat Setuju

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel 4.9, maka Kualitas Sistem memiliki rata-rata yang merentang antara 4,25 hingga 4,33 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,29. Hal ini menandakan bahwa penggunaan *mobile payment ShopeePay* bernilai cukup baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,29 (4,21 s/d 5,00) yang berarti "Sangat Setuju".

KS1 memiliki rata-rata sebesar 4,33 (4,21 s/d 5,00), artinya penggunaan aplikasi *mobile payment* dinilai baik dan tepat. KS2 memiliki rata-rata sebesar 4,30 (4,21 s/d 5,00). KS3

memiliki rata-rata sebesar 4,28 (4,21 s/d 5,00). KS4 memiliki rata-rata sebesar 4,25 (4,21 s/d 5,00).

Variabel Kualitas Informasi

Tanggapan responden pada variabel Kualitas Informasi diwakili oleh sebanyak 5 (lima) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel

Tabel 7
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KUALITAS INFORMASI

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	KI1	136	-	-	5	79	52	4,34	Sangat Setuju
2	KI2	136	-	-	6	75	55	4,36	Sangat Setuju
3	KI3	136	-	-	6	78	52	4,33	Sangat Setuju
4	KI4	136	-	-	6	81	49	4,31	Sangat Setuju
5	KI5	136	1	-	7	89	39	4,21	Sangat Setuju
Mean Kualitas Informasi								4,31	Sangat Setuju

Sumber : diolah

Tabel 7, maka Kualitas Informasi memiliki rata-rata yang merentang antara 4,21 hingga 4,36 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,31. Hal ini menandakan bahwa Kualitas Informasi bagi pengguna layanan *mobile payment ShopeePay* bernilai baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,31 (4,21 s/d 5,00) yang berarti "Sangat Setuju".

KI1 memiliki rata-rata sebesar 4,34 (rentang 4,21 s/d 5,00). KI2 memiliki rata-rata sebesar 4,36 (rentang 4,21 s/d 5,00). KI3 memiliki rata-rata sebesar 4,33 (rentang 4,21 s/d 5,00). KI4 memiliki rata-rata sebesar 4,31 (rentang 4,21 s/d 5,00). KI5 memiliki rata-rata sebesar 4,21 (rentang 4,21 s/d 5,00).

Variabel Kualitas Layanan

Tanggapan responden pada variabel Kualitas Layanan diwakili oleh sebanyak 4 (empat) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel:

Tabel 8
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	KL1	136	-	1	6	67	62	4,39	Sangat Setuju
2	KL2	136	-	-	8	75	53	4,33	Sangat Setuju
3	KL3	136	-	1	7	89	39	4,22	Sangat Setuju
4	KL4	136	-	-	8	86	42	4,25	Sangat Setuju
Mean Kualitas Layanan								4,29	Sangat Setuju

Sumber : diolah

maka Kualitas Layanan memiliki rata-rata yang merentang antara 4,22 hingga 4,39 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,29. Hal ini menandakan bahwa kualitas informasi bagi pengguna layanan *mobile payment ShopeePay* bernilai baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,29 (4,21 s/d 5,00) yang berarti “Sangat Setuju”.

KL1 memiliki rata-rata sebesar 4,39 (rentang 4,21 s/d 5,00). KL2 memiliki rata-rata sebesar 4,33 (rentang 4,21 s/d 5,00). KL3 memiliki rata-rata sebesar 4,22 (rentang 4,21 s/d 5,00). KL4 memiliki rata-rata sebesar 4,25 (rentang 4,21 s/d 5,00).

Variabel Ekspektasi

Tanggapan responden pada variabel Kualitas Layanan diwakili oleh sebanyak 4 (empat) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel.

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	E1	136	-	1	6	70	59	4,37	Sangat Setuju
2	E2	136	-	1	9	77	49	4,27	Sangat Setuju
3	E3	136	-	1	6	82	17	4,28	Sangat Setuju
4	E4	136	-	-	5	83	48	4,31	Sangat Setuju
Mean Ekspektasi								4,30	Sangat Setuju

Sumber : diolah

Ekspektasi memiliki rata-rata yang merentang antara 4,27 hingga 4,37 yang bilamana dirata-ratakan bernilai 4,30. Hal ini menandakan bahwa ekspektasi bagi pengguna layanan *mobile payment ShopeePay* bernilai baik dikarenakan total

rata-rata yang diperoleh sebesar 4,30 (4,21 s/d 5,00) yang berarti “Sangat Setuju”.

E1 memiliki rata-rata sebesar 4,37 (rentang 4,21 s/d 5,00). E2 memiliki rata-rata sebesar 4,27 (rentang 4,21 s/d 5,00). E3 memiliki rata-rata sebesar 4,28 (rentang 4,21 s/d 5,00). E4 memiliki rata-rata sebesar 4,31 (rentang 4,21 s/d 5,00).

Variabel Kepuasan

Tanggapan responden pada variabel Kepuasan diwakili oleh sebanyak 3 (tiga) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	KP1	136	-	2	5	83	46	4,30	Sangat Setuju
2	KP2	136	-	-	4	86	46	4,30	Sangat Setuju
3	KP3	136	-	1	3	88	44	4,30	Sangat Setuju
Mean Kepuasan								4,30	Sangat Setuju

Sumber : diolah

Variabel Keinginan untuk terus menggunakan

Tanggapan responden pada variabel keinginan untuk terus menggunakan *mobile payment ShopeePay* diwakili oleh sebanyak 4 (empat) indikator yang mana hasil tanggapan responden tersebut dijabarkan pada Tabel

No	Pernyataan	N	Pernyataan					Rata-Rata	Keterangan
			STS	TS	R	S	SS		
1	KTM1	136	-	2	8	72	54	4,30	Sangat Setuju
2	KTM2	136	-	3	10	70	53	4,30	Sangat Setuju
3	KTM3	136	1	1	7	76	51	4,30	Sangat Setuju
4	KTM4	136	-	1	9	69	57	4,30	Sangat Setuju
Mean Keinginan Terus Menggunakan								4,30	Sangat Setuju

Keinginan Untuk Terus Menggunakan *Mobile Payment ShopeePay* memiliki rata-rata yang merentang antara 4,27 hingga 4,33 yang bilamana dirataratakan bernilai 4,29. Hal ini menandakan bahwa layanan *mobile payment ShopeePay* bernilai baik dikarenakan total rata-rata yang diperoleh sebesar 4,29 (4,21 s/d 5,00) yang berarti “Sangat Setuju”.

KTM1 memiliki rata-rata sebesar 4,29 (rentang 4,21 s/d 5,00). KTM2 memiliki rata-rata sebesar 4,27 (rentang 4,21 s/d 5,00). KTM3 memiliki rata-rata sebesar 4,28 (rentang 4,21 s/d 5,00). KTM4 memiliki rata-rata sebesar 4,33 (rentang 4,21 s/d 5,0)

Analisis Warp-PLS

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pernyataan pada kuesioner dilakukan uji validitas. Sedangkan untuk menguji konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran) dilakukan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini

telah terkumpul sebanyak 100 responden dan telah memenuhi kriteria sampel.

Uji validitas dikatakan valid jika nilai *loading factor* lebih dari 0,5 dan *P value* kurang dari 0,05, selain itu uji validitas juga dapat diukur dengan menyesuaikan hasil nilai AVE (*Average Varince Extracted*). Hasil AVE dapat dikatakan valid jika nilai AVE lebih dari 0,5. Kemudian, uji reliabilitas dikatakan valid jika nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 (Jogiyanto dan Willy, 2016:62). Ketika melakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada sampel kecil terdapat satu indikator yaitu ID 1 yang dinyatakan tidak valid karena nilai *loading factor* nya berada dibawah 0,5, sehingga indikator ini dihilangkan. Berikut uji validitas dan uji reliabilitas sampel kecil 1 dan sampel kecil 2, serta sampel besar dengan menggunakan *Warp PLS* versi 7.0. yang dipaparkan dalam tabel 9, tabel 10, dan tabel 12 berikut:

Tabel 9

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

No	Variabel	Indikator	Loading Factor	P value	Keterangan	Composite Reliability	Cronbach Alpha	Keterangan	AVE
1	Inovasi Diri	ID1	0.816	<0.001	Valid	0.896	0.845	Reliabel	0.684
		ID2	0.877	<0.001	Valid				
		ID3	0.830	<0.001	Valid				
		ID4	0.782	<0.001	Valid				
2	Efikasi Diri	EDMP1	0.756	<0.001	Valid	0.851	0.738	Reliabel	0.657
		EDMP2	0.858	<0.001	Valid				
		EDMP3	0.814	<0.001	Valid				
3	Kualitas Sistem	KS1	0.809	<0.001	Valid	0.861	0.785	Reliabel	0.608
		KS2	0.758	<0.001	Valid				
		KS3	0.754	<0.001	Valid				
		KS4	0.798	<0.001	Valid				
4	Kualitas Informasi	KI1	0.679	<0.001	Valid	0.867	0.807	Reliabel	0.566
		KI2	0.794	<0.001	Valid				
		KI3	0.797	<0.001	Valid				
		KI4	0.772	<0.001	Valid				
		KI5	0.713	<0.001	Valid				
5	Kualitas Layanan	KL1	0.763	<0.001	Valid	0.866	0.794	Reliabel	0.618
		KL2	0.790	<0.001	Valid				
		KL3	0.790	<0.001	Valid				
		KL4	0.801	<0.001	Valid				
6	Ekspektasi	E1	0.731	<0.001	Valid	0.866	0.793	Reliabel	0.618
		E2	0.850	<0.001	Valid				

		E3	0.795	<0.001	Valid				
		E4	0.764	<0.001	Valid				
7	Kepuasan	KP1	0.820	<0.001	Valid	0.868	0.771	Reliabel	0.686
		KP2	0.861	<0.001	Valid				
		KP3	0.802	<0.001	Valid				
8	Keinginan Terus Menggunakan	KTM1	0.861	<0.001	Valid	0.919	0.882	Reliabel	0.739
		KTM2	0.877	<0.001	Valid				
		KTM3	0.877	<0.001	Valid				
		KTM4	0.822	<0.001	Valid				

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel 9 Menunjukkan bahwa indikator pernyataan setiap variabel sudah *valid* dan reliabel karena telah memenuhi ketentuan validitas, yaitu nilai loading factor lebih dari 0,5 atau berada di antara 0,6 – 0,7 dan P Value <0,05 sudah memenuhi syarat mengukur *convergent validity* dan variabel dikatakan reliabel jika memenuhi ketentuan reliabilitas yaitu nilai

Composite Reliability dan Cronbach Alpha lebih dari 0,6. Nilai akar AVE pada masing-masing laten memiliki nilai diatas akar AVE variabel lain sehingga hasil dalam pengujian ini telah memenuhi discriminant validity. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut :

Tabel 10
HASIL UJI VALIDITAS DISKRIMINAN

	ID	EDMP	KS	KI	KL	E	KP	KTM
ID	(0.827)	0.497	0.529	0.616	0.379	0.465	0.455	0.490
EDMP	0.497	(0.811)	0.478	0.492	0.461	0.483	0.509	0.565
KS	0.529	0.478	(0.780)	0.487	0.517	0.480	0.507	0.472
KI	0.616	0.492	0.487	(0.753)	0.510	0.548	0.417	0.474
KL	0.379	0.461	0.517	0.510	(0.786)	0.583	0.499	0.398
E	0.465	0.483	0.480	0.548	0.583	(0.786)	0.357	0.494
KP	0.455	0.509	0.507	0.417	0.499	0.357	(0.828)	0.460
KTM	0.490	0.565	0.472	0.474	0.398	0.494	0.460	(0.860)

Sumber : diolah

Tabel 13
HASIL UJI VALIDITAS DISKRIMINAN
SAMPEL BESAR

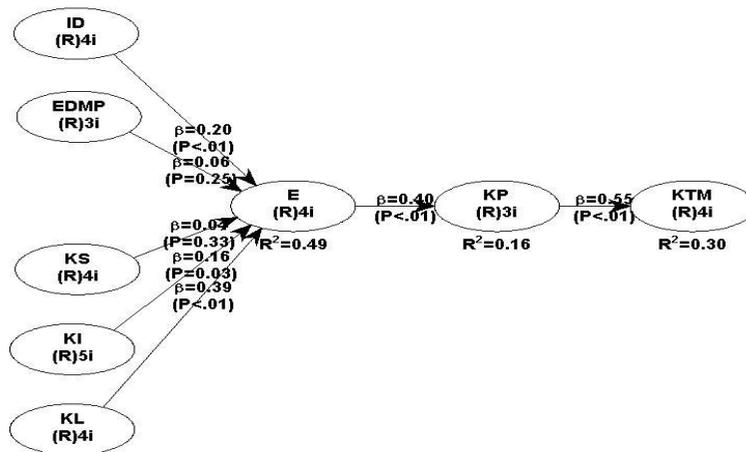
	ID	RK	RP	RKU	KTM
ID	(0.860)	-0.007	-0.046	-0.235	0.560
RK	-0.007	(0.749)	0.568	0.193	-0.126
RP	-0.046	0.568	(0.914)	0.096	-0.207
RKU	-0.235	0.193	0.096	(0.782)	-0.125
KTM	0.560	-0.126	-0.125	-0.125	(0.833)

Sumber : diolah

Analisis Statistik

Selanjutnya, analisis yang dilakukan yaitu analisis Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 . Nilai R^2 untuk mengukur tingkat variasi perubahan pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari penelitian yang diajukan.

Hubungan struktural dievaluasi antar variabel laten, harus dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien jalur antar variabel dengan membandingkan P *value* 0,05. Hasil uji statistik dengan *Warp PLS* dipaparkan pada gambar 3 dan tabel 14 berikut:



Sumber : Warp PLS 7.0

Gambar 3
HASIL ESTIMASI MODEL

Berdasarkan gambar diatas Hasil estimasi model menunjukkan :

1. Inovasi Diri (ID) terhadap Ekspektasi (E) memiliki nilai beta sebesar 0.20 dan nilai *P Value* sebesar 0.01 artinya *P value* 0.01 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis pertama *positif* signifikan. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan peneliti bahwa Inovasi Diri berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, maka hipotesis ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa H1 semakin tinggi Inovasi Diri (ID) maka akan berdampak semakin besar Ekspektasi (E) yang diterima.
2. Efikasi Diri (EDMP) terhadap Ekspektasi (E) memiliki nilai beta sebesar 0.06 dan nilai *P Value* sebesar 0.25 artinya *P value* 0.25 lebih besar dari 0.05. Sehingga disimpulkan bahwa efikasi diri mempunyai pengaruh *positif* tetapi tidak signifikan. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan peneliti bahwa Efikasi Diri (EDMP) berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi (E), maka H2 dapat ditolak.
3. Kualitas Sistem (KS) terhadap Ekspektasi (E) memiliki nilai beta sebesar 0.04 dan nilai *P Value* sebesar 0.33 artinya *P value* 0.33 lebih besar dari 0.05. Sehingga hipotesis ketiga *positif* tidak signifikan. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan peneliti bahwa Kualitas Sistem (KS) berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi (E), maka H3 ditolak.
4. Kualitas Informasi (KI) terhadap Ekspektasi (E) memiliki nilai beta sebesar 0.16 dan nilai *P Value* sebesar 0.03 artinya *P value* 0.03 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis keempat *positif* signifikan. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan peneliti bahwa Kualitas Informasi (KI) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi (E), maka H4 diterima.
5. Kualitas Layanan (KL) terhadap Ekspektasi (E) memiliki nilai beta sebesar 0.39 dan nilai *P Value* sebesar

0.01 artinya *P value* 0.01 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis kelima *positif* signifikan. Sesuai dengan yang telah dirumuskan oleh peneliti bahwa Kualitas Layanan (KL) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi (E), maka H5 dapat diterima.

6. Ekspektasi (E) terhadap Kepuasan (KP) memiliki nilai beta sebesar 0.40 dan nilai *P Value* 0.01 artinya *P value* 0.01 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis keenam *positif* signifikan. Sesuai dengan yang telah dirumuskan oleh peneliti bahwa Ekspektasi (E) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Kepuasan (KP), maka H6 dapat diterima.
7. Kepuasan (KP) terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan (KTM) memiliki nilai beta sebesar 0.55 dan nilai *P Value* sebesar 0.01 artinya *P value* 0.01 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis ketujuh *positif* signifikan. Sesuai dengan yang telah dirumuskan oleh peneliti bahwa Kepuasan (KP) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Keinginan Terus Menggunakan (KTM), maka H7 dapat diterima..

Pembahasan

Pada sub bab ini akan dijelaskan lebih spesifik untuk mengetahui pengaruh Inovasi Diri dan Risiko yang Dirasakan terhadap Keinginan untuk Terus Menggunakan *Shopeepay*.

Pembahasan Hipotesis Pertama (H1): Pengaruh Inovasi Diri Terhadap Ekspektasi

Pembahasan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan Inovasi Diri (ID) secara signifikan berpengaruh *positif* terhadap Ekspektasi (E) terbukti kebenarannya. Maka Inovasi Diri (ID) terhadap pengguna *ShopeePay* akan berpengaruh terhadap Ekspektasi yang dirasakan. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa rata-rata responden banyak yang memilih pernyataan sangat setuju (SS) artinya tanggapan responden

sangat baik sehingga nilai mean pada tanggapan responden sangat tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Inovasi Diri (ID) maka semakin baik Ekspektasi (E) terhadap pengguna. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Inovasi Diri (ID) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi (E).

Karakteristik Individu (Inovasi Diri) memengaruhi harapan pengguna untuk menemukan *mobile payment* mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang inovatif memiliki harapan *positif* terhadap *mobile payment* dan dianggap teknologi ini mudah digunakan karena pengalaman pengguna yang lebih besar dengan teknologi baru dan sikap *positif* terhadap penggunaannya. Menurut peneliti konsisten dengan penelitian sebelumnya tentang *mobile payment*, yang menemukan bahwa inovasi diri secara *positif* mempengaruhi ekspektasi (Kimet al., 2010; Oliveira et al., 2016).

Pembahasan Hipotesis Kedua (H2): Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Ekspektasi

Pembahasan hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan Efikasi Diri Atas *Mobile Payment* (EDMP) berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi (E). Dengan alasan, kenaikan pada Efikasi Diri atas *Mobile Payment* (EDMP) juga diikuti kenaikan pada Ekspektasi (E), namun besarnya tidak signifikan. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden yang memilih pernyataan sangat tidak setuju (STS) yaitu pada pernyataan EDMP1 dan EDMP3.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang tidak sama dengan penelitian Mouakket (2020), dimana hasil dari penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Efikasi Diri berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi. Sedangkan pada penelitian ini, Efikasi Diri berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap

Ekspektasi. Maka dari itu terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga H2 pada penelitian ini Efikasi Diri Atas *Mobile Payment* (EDMP) terhadap Ekspektasi (E) dinyatakan tidak bisa dibuktikan kebenarannya..

Pembahasan Hipotesis Ketiga (H3): Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Ekspektasi

Pembahasan hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menunjukkan Kualitas Sistem (KS) berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi (E). Dengan alasan, kenaikan pada Kualitas Sistem (KS) juga diikuti kenaikan pada Ekspektasi (E), namun besarnya tidak signifikan. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa dari setiap pernyataan terdapat responden yang masih memilih pernyataan ragu-ragu (R).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang tidak sama dengan penelitian Mouakket (2020), dimana hasil dari penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Sistem (KS) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi. Sedangkan pada penelitian ini, Kualitas Sistem (KS) berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi. Terjadi perbedaan antara penelitian terdahulu yaitu Mouakket (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga H3 pada penelitian ini Kualitas Sistem (KS) terhadap Ekspektasi (E) dinyatakan tidak bisa dibuktikan kebenarannya.

Pembahasan Hipotesis Keempat (H4): Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Ekspektasi

Pembahasan hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menunjukkan Kualitas Informasi (KI) secara *positif* berpengaruh signifikan terhadap Ekspektasi (E). Demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Kualitas Informasi (KI) maka semakin baik Ekspektasi (E) yang didapatkan oleh pengguna. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa rata-rata responden

banyak yang memilih pernyataan sangat setuju (SS) artinya tanggapan responden sangat baik sehingga nilai mean pada tanggapan responden sangat tinggi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi (KI) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi (E).

Kualitas Informasi (KI) merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi pengguna untuk mendapatkan suatu informasi yang baik, akurat dan jelas sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengguna (Cheng, 2014).

Pembahasan Hipotesis Kelima (H5): Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Ekspektasi

Pembahasan hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini menunjukkan Kualitas Layanan (KL) secara signifikan berpengaruh *positif* terhadap Ekspektasi (E) terbukti kebenarannya. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa rata-rata responden banyak yang memilih pernyataan sangat setuju (SS) artinya tanggapan responden sangat baik sehingga nilai mean pada tanggapan responden sangat tinggi.

Kualitas Layanan (KL) terhadap pengguna *ShopeePay* akan mempengaruhi Ekspektasi (E) apa yang dirasakan oleh pengguna. Semakin baik Kualitas Layanan (KL) yang akan didapat oleh pengguna, maka semakin tinggi tingkat Ekspektasi (E) yang akan di dapat oleh pengguna *ShopeePay*. Sehingga Kualitas Layanan (KL) mempunyai peran penting dalam meningkatkan Ekspektasi (E) terhadap pengguna *ShopeePay*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan (KL) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi (E).

Pembahasan Hipotesis Keenam (H6): Pengaruh Ekspektasi Terhadap Kepuasan

Pembahasan hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini menunjukkan Ekspektasi (E) secara signifikan berpengaruh *positif* terhadap Kepuasan (KP) terbukti kebenarannya. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa rata-rata responden banyak yang memilih pernyataan sangat setuju (SS) artinya tanggapan responden sangat baik sehingga nilai mean pada tanggapan responden sangat tinggi.

Sehingga dengan Ekspektasi (E) yang didapat oleh pengguna *ShopeePay* cukup tinggi, maka pengguna *ShopeePay* akan mempengaruhi tingkat Kepuasan (KP) untuk menggunakan *ShopeePay*. Sehingga Ekspektasi (E) mempunyai peran penting dalam meningkatkan Kepuasan (KP) terhadap pengguna *ShopeePay*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Ekspektasi (E) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Kepuasan (KP).

Pembahasan Hipotesis Ketujuh (H7): Pengaruh Kepuasan Terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan

Pembahasan hipotesis Ketujuh (H7) dalam penelitian ini menunjukkan Kepuasan (KP) secara signifikan berpengaruh *positif* terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan *Mobile Payment ShopeePay* (KTM) terbukti kebenarannya. Berdasarkan tanggapan responden dapat diketahui bahwa rata-rata responden banyak yang memilih pernyataan sangat setuju (SS) artinya tanggapan responden sangat baik sehingga nilai mean pada tanggapan responden sangat tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Kepuasan (KP) maka semakin baik Keinginan Untuk Terus Menggunakan (KTM) terhadap pengguna. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Mouakket (2020) yang menyatakan bahwa Kepuasan (KP) berpengaruh *positif* signifikan terhadap Keinginan Untuk Terus Menggunakan *Mobile Payment ShopeePay*.

Peneliti lain menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dengan teknologi sangat penting dalam membentuk niat mereka untuk terus menggunakannya (Bhattacharjee, 2001).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh karakteristik individu dan karakteristik kualitas *mobile payment* terhadap ekspektasi, kepuasan dan keinginan untuk terus menggunakan *mobile payment ShopeePay* yang sudah melalui proses pengolahan dengan menggunakan *WarpPLS 7.0* maka kesimpulan yang bisa dibuat sebagai berikut:

1. Inovasi Diri berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, artinya semakin tinggi tingkat Inovasi Diri, maka semakin tinggi terhadap Ekspektasi penggunaan *mobile payment*.
2. Efikasi Diri berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi, artinya semakin tinggi Efikasi Diri, maka semakin tinggi juga Ekspektasi yang didapat, namun besarnya tidak signifikan.
3. Kualitas Sistem berpengaruh *positif* tidak signifikan terhadap Ekspektasi, artinya semakin tinggi Kualitas Sistem, maka semakin tinggi juga Ekspektasi yang didapat, namun besarnya tidak signifikan.
4. Kualitas Informasi berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, artinya semakin tinggi Kualitas Informasi, maka semakin tinggi Ekspektasi yang didapat oleh pengguna *ShopeePay*.
5. Kualitas Layanan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Ekspektasi, artinya semakin tinggi Kualitas Layanan, maka semakin tinggi Ekspektasi terhadap pengguna *ShopeePay*.
6. Ekspektasi berpengaruh *positif* signifikan terhadap Kepuasan, artinya semakin tinggi Ekspektasi yang didapat oleh pengguna *ShopeePay*, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan terhadap pengguna *ShopeePay*.
7. Kepuasan berpengaruh *positif* signifikan terhadap Keinginan untuk terus

menggunakan, artinya semakin tinggi nilai kepuasan yang didapat oleh pengguna *ShopeePay*, maka semakin baik juga pengguna akan terus menggunakan *mobile payment ShopeePay*.

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang telah dilakukan terdapat keterbatasan di dalam penelitian ini yaitu selama Pandemi COVID-19 peneliti merasa kesulitan dalam menyebarkan kuesioner karena adanya keterbatasan interaksi secara langsung atau tatap muka dengan responden.

Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yang nantinya dapat dijadikan pertimbangan oleh aplikasi *mobile payment ShopeePay* serta peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi aplikasi *mobile payment ShopeePay*

Diharapkan nantinya pihak aplikasi *mobile payment ShopeePay* memberikan kualitas layanan yang baik seperti memberikan respon yang cepat, menyediakan layanan yang bisa dipercaya oleh pengguna *ShopeePay*, memberikan layanan yang mampu merespon akan kebutuhan pengguna *ShopeePay*, dan *ShopeePay* mampu memberikan layanan yang sesuai kebutuhan pengguna. Sehingga dengan memberikan layanan yang baik, maka akan berdampak terhadap harapan atau ekspektasi yang baik yang dirasakan oleh pengguna *ShopeePay*. Selain meningkatkan harapan terhadap pengguna *ShopeePay*, pengguna juga merasakan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dan pengguna akan tetap terus menggunakan layanan aplikasi *mobile payment ShopeePay*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada saat penyebaran kuesioner, banyak responden yang masih menanyakan

maksud pernyataan-pernyataan yang ada, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian ini dan untuk peneliti selanjutnya agar lebih menyederhanakan kuesioner sehingga nantinya dapat lebih mudah dipahami oleh responden.

Daftar Rujukan

1. DAFTAR RUJUKAN

- Aryawiedya. (2011). *Perubahan dalam aspek kehidupan masyarakat*. Jakarta, Jawa.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aldholay, A.H., Abdullah, Z., Isaac, O., Ramayah, T. and Mutahar, A.M. (2020), "Perspective of Yemeni students on use of online learning - extending the information systems success model with transformational leadership and compatibility", *Information Technology*, Vol. 33 No. 1, pp. 106-128.
- Apanasevic, T., Markendahl, J. and Arvidsson, N. (2016), "Stakeholders' expectations of mobile payment in retail: lessons from Sweden", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 No. 1, pp. 37-61.
- Azwar, Saifuddin. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chen, J.V., Jubilado, R.J.M., Capistrano, E.P.S. and Yen, D.C. (2015), "Factors affecting online tax filing –an application of the IS Success Model and trust theory", *Application*, Vol. 43, pp. 251-262
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi
- DeLone, W.H., dan McLean, E.R. 2003. *Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable*. *Information Systems Research*, pp. 60-95.
- DeLone, W.H., dan McLean, E.R. 2004. *Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable*. *Information Systems Research*, pp. 66-110.
- Floropoulos, J., Spathis, C., Halvatzis, D. and Tsipouridou, M. (2010), "Measuring the success of the Greek taxation information system", *International Journal of Information Management*, Vol. 30, pp. 47-56.
- Gupta, K. And Arora, N, Investigating consumer intention to adoption mobile payment system: an Indian Perspective, *International Journal*, 56(4), 456-768.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hsiao et al., (2016). Family Needs of Critically Patients in the Emergency Department. *International Emergency Nursing*. 2016.05 .002.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. 2016. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Kwong, Ken dan Kay Wong. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*. *Marketing Bulletin*, 2013, 24, Technical Note 1.

- Kim, C., Mirusmonov, M. and Lee, I. (2010), "An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment", *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, pp. 310-322.
- Liebana-Cabanillas, F., Molinillo, S. and Ruiz-Montanez, M. (2019), "To use or not to use, that is the question: analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 139, pp. 266-276.
- Mouakket, S. 2020, Investigating the role of mobile payment quality characteristics in the United Arab Emirates: implications for emerging economies, *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1465-1490.
- Nelson, R. R., Todd, P. A., and Wixom, B. H. 2005. Antecedents of Information and System Quality: An Empirical Examination Within The Context of Data Warehousing. *Management Information Systems*, 21(4): 199-235.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G. and Campos, F. (2016), "Mobile payment: understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology", *Computers in Human Behavior*, Vol. 61, pp. 404-414.
- Ramadan, R. and Aita, J. 2018, A model of mobile payment usage among Arab consumers, *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1213-1234.
- Ruslan. (2010). *Manajemen Publik Relasi dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. *Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Thakur, R. and Srivastava, M. 2013, Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study, *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 52-72.
- Thakur, R. and Srivastava, M. 2014, Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India, *Internet Research*, 24(3), 369-392.
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). PLS Path Modeling: From Foundations to Recent Developments and Open Issues for Model
- Wang, W.-T., Wang, Y.-S. and Liu, E.-R. (2016), "The stickiness intention of group-buying websites: the integration of the commitment-trust theory and e-commerce success model", *Information and Management*, Vol. 53, pp. 625-642.
- Xu, F. and Du, J.T. (2018), "Factors influencing users' satisfaction and loyalty to digital libraries in Chinese universities", *Computers in Human Behavior*, Vol. 83, pp. 64-72.
- Zhou, T. (2011), "Examining the critical success factors of mobile website adoption", *Online Information Review*, Vol. 35 No. 4, pp. 636-652.
- Sumber Internet:
- <https://www.apji.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>.
- <https://www.webarq.com/id/perkembangan-internet-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/28/survei-kic-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-saban-hari>

