

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PENGGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG

Irkhas Ndaru Pamungkas¹, Apriatni E. Prihatini², Widayanto³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: pamungkasirkhas@gmail.com

Abstract: *The rapid development of the internet contributed to the emergence of e-wallets. E-wallet always presents useful and easy-to-use services not only to creating it on purpose, but also to keep consumers using the services. However, LinkAja, according to Insight Asia's 2023 survey, experienced a decline in user interest. This study aims to determine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on continuance intention by using a quantitative approach. This research was part of an explanatory research project that combined a purposive sample strategy with non-probability sampling approaches. This research sampled 97 Gen-Z users of LinkAja in Semarang. The analysis SPSS version 27 software. Partially and simultaneously, the perceived usefulness and perceived ease of use had a positive and significant affect on LinkAja continuance intention. This study suggests that LinkAja e-wallet can implement loyalty programs by giving points for user transactions. E-wallet LinkAja can also provide more diverse promotions to make it easier for users to save transactions.*

Keywords: *Perceived Usefulness; Perceived Ease Of Use; Continuance Intention.*

Abstraksi: Perkembangan internet yang begitu pesat turut mendorong munculnya *e-wallet*. *E-wallet* senantiasa menghadirkan layanan yang berguna dan mudah digunakan tidak hanya untuk menciptakan niat penggunaan, tetapi juga penggunaan berlanjut. Akan tetapi, LinkAja menurut survei Insight Asia 2023 mengalami penurunan minat penggunaan berlanjut oleh para penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk ke dalam *explanatory research* menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow dengan jumlah 97 responden yang merupakan pengguna *e-wallet* LinkAja pada Generasi Z di Kota Semarang. Analisis data memanfaatkan *software* SPSS versi 27. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention e-wallet* LinkAja. Penelitian ini menyarankan agar *e-wallet* LinkAja dapat menerapkan program *loyalty* dengan memberikan poin atas transaksi pengguna. *E-wallet* LinkAja juga dapat memberikan promo yang lebih beragam untuk mempermudah pengguna dalam menghemat transaksi.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness; Perceived Ease Of Use; Continuance Intention.*

Pendahuluan

Internet dewasa ini mengalami perkembangan yang luar biasa masif, baik dari sisi teknologi maupun pengguna. Perkembangan tersebut menimbulkan beragam inovasi di berbagai sektor yang ada dalam masyarakat. Salah satu sektor yang mengalami inovasi akibat perkembangan internet dan jumlah penggunanya adalah sektor keuangan. Sektor tersebut mengalami inovasi dengan melahirkan sistem keuangan baru yang disebut sebagai *e-wallet*.

Indonesia memiliki beberapa perusahaan *e-wallet* yang telah banyak dikenal oleh masyarakat. Menurut Daily Social (2022), lima besar perusahaan *e-wallet* paling banyak diketahui oleh masyarakat dan bersaing secara sengit, yakni Dana, Gopay, Ovo, ShopeePay, dan

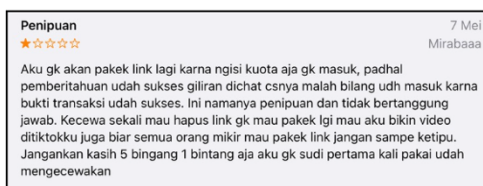
LinkAja. Menurut Sienatra (2020), besarnya persaingan tersebut memaksa perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat memperoleh keputusan penggunaan jangka panjang oleh para penggunanya.

Menurut Amoroso & Lim (2017), *continuance intention* dalam konteks *e-wallet* merujuk pada niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet* dalam melakukan berbagai transaksi. Menurut Purnama & Sari (2022), *continuance intention* menjadi suatu hal yang krusial dan perlu dicermati dengan saksama, khususnya bagi perusahaan *e-wallet* agar dapat terus beroperasi.

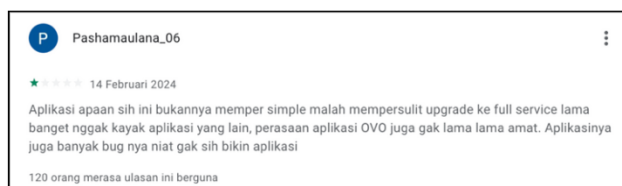
LinkAja sebagai salah satu perusahaan *e-wallet* terbesar di Indonesia besutan PT Fintek Karya Nusantara memiliki tingkat *continuance intention* paling rendah dibandingkan pesaingnya. Hal ini dibuktikan dengan E-Wallet Industry Outlook 2023 oleh Insight Asia yang menyebutkan bahwa LinkAja menempati peringkat terbawah sebagai *e-wallet* paling favorit digunakan oleh para penggunanya. *Continuance intention* dalam konteks teknologi dipengaruhi oleh dua determinan, yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Ipsos (2020) melakukan survei dengan hasil yang menunjukkan bahwa *e-wallet* LinkAja menempati peringkat terbawah dalam hal *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Ditinjau dari sisi *perceived usefulness*, LinkAja menempati peringkat terbawah dalam konteks bisa diterima diberbagai macam toko/merchant offline dan online. Ditinjau dari sisi *perceived ease of use*, LinkAja juga menempati peringkat terbawah dalam konteks praktis dan mudah digunakan. Selain itu, survei tersebut juga didukung ulasan pengguna di laman Play Store dan App Store pada gambar 1 yang menunjukkan masih rendahnya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dari *e-wallet* LinkAja.

Perceived Usefulness



Perceived Ease of Use



Gambar 1 Ulasan Pengguna di Play Store dan App Store

Melihat deskripsi dan urgensi permasalahan yang tertulis secara rinci pada bagian sebelumnya, maka diangkatlah topik penelitian dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Continuance Intention* pada Pengguna *E-Wallet* LinkAja (Studi pada Generasi Z di Kota Semarang)”.

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Kotler & Armstrong (2016), perilaku konsumen bisa didefinisikan sebagai studi yang berkaitan erat dengan bagaimana seorang individu, kelompok, atau bahkan organisasi dalam menentukan, memperoleh, sekaligus menggunakan sebuah barang atau jasa dengan harapan dapat memenuhi kebutuhannya.

Persepsi

Kotler & Armstrong (2016) mengartikan persepsi sebagai proses seseorang menentukan, mengolah, dan mengasosiasikan suatu informasi dengan tujuan menyusun pemahaman mengenai dunia. Menurut Sungkawati *et al.*, (2022), persepsi menjadi komponen psikologis manusia yang berperan vital saat merespons hadirnya berbagai kondisi dan gejala disekitarnya. Persepsi muncul karena adanya respons terhadap stimulus yang diterima oleh seseorang. Stimulus tersebut diproses di dalam otak seseorang untuk kemudian diartikan dan dimaknai sehingga menghasilkan suatu persepsi.

Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Davis (1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model penelitian yang digunakan untuk memeriksa segala hal yang dapat memberikan pengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*) seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut Venkatesh & Bala (2018), TAM memiliki dua faktor fundamental yang mampu memengaruhi penerimaan seorang individu atas penggunaan teknologi, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Meskipun lebih banyak diteliti untuk memprediksi *behavioral intention*, dua determinan tersebut seiring zaman juga digunakan untuk memprediksi niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) seseorang atas teknologi. Ariaeinejad & Archer (2014) mengungkapkan hal tersebut terjadi karena *behavioral intention* dan *continuance intention* merupakan sebuah konstruk yang memiliki makna serupa, yaitu sama-sama menguji apakah pengguna memiliki niat penggunaan suatu teknologi dalam jangka waktu yang panjang. Tidak hanya itu, *continuance intention* menurut Purnama & Sari (2022) menjadi salah satu dimensi di dalam *behavioral intention*.

Perceived Usefulness

Chin & Todd (1995) menyampaikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan seseorang bahwa pekerjaan mereka bisa terbantu dengan menggunakan teknologi. *Perceived usefulness* menjadi salah satu determinan yang berpengaruh dalam adopsi suatu teknologi informasi. Moslehpour *et al.*, (2018) memberikan pernyataan yang selaras bahwa seseorang yang merasakan manfaat atas penggunaan teknologi informasi akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mengadopsinya. *Perceived usefulness* memiliki beberapa indikator menurut Chin & Todd (1995), antara lain (1) *useful*, (2) *increase productivity*, (3) *enhance effectiveness*, dan (4) *improve job performance*.

Perceived Ease of Use

Hubert *et al.*, (2017) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* berkaitan erat pada sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa menggunakan suatu perangkat teknologi akan membawanya terbebas dari berbagai macam usaha. Shang & Wu (2017) menjelaskan bahwa pengguna yang menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung melanjutkan penggunaannya. *Perceived ease of use* memiliki beberapa indikator menurut Hubert *et al.*, (2017), antara lain (1) *ease of learning*, (2) *ease of meeting wish*, (3) *ease of becoming skillful*, dan (4) *ease of transaction*.

Continuance Intention

Hutabarat *et al.*, (2021) mengungkapkan *continuance intention* sebagai niat seseorang untuk secara kontinu menggunakan suatu sistem hingga masa yang akan datang. Richowanto & Susanti (2021) mengungkapkan jika keputusan dalam melakukan *continuance intention* didasarkan atas proses evaluasi yang dilakukan pengguna setelah menggunakan produk. Evaluasi tersebut dapat menghasilkan persepsi suka atau tidak suka di benak pengguna yang pada akhirnya mampu menjadi faktor yang memengaruhinya dalam melakukan penggunaan berlanjut atau disebut sebagai *continuance intention*. *Continuance intention* memiliki beberapa indikator menurut

Hutabarat *et al.*, (2021), antara lain (1) penggunaan berlanjut, (2) penggunaan di masa depan, (3) preferensi, dan (4) rekomendasi.

E-Wallet

Malik & Annuar (2021) mendefinisikan *e-wallet* sebagai sebuah dompet digital tanpa kartu yang mampu melakukan transaksi nontunai dan digunakan melalui perangkat seluler. Menurut Widiyati *et al.*, (2021), pembayaran menggunakan dompet digital saat ini menjadi opsi paling andal karena memiliki beberapa keunggulan, seperti pembayaran lebih cepat, transaksi mudah dipantau dan lebih hemat karena adanya beragam promo yang ditawarkan.

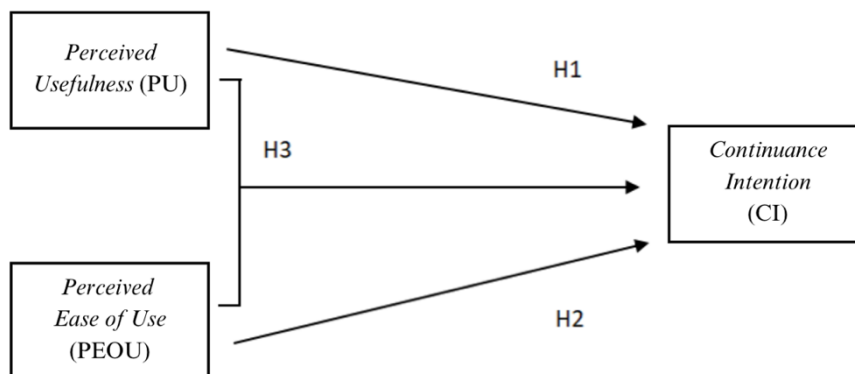
Hipotesis

Menurut Siyoto & Sodik (2015), hipotesis merupakan asumsi awal yang sifatnya praduga terhadap masalah yang diteliti sehingga perlu diuji dan dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dinyatakan sebagai jawaban sementara karena masih dilandaskan pada konsep atau studi terdahulu yang dianggap tepat. Hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini, yaitu:

H1: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*

H2: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*

H3: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*.



Gambar 2 Model Hipotesis

Metodologi Penelitian

Tipe Penelitian

Penelitian yang diusung termasuk ke jenis penelitian eksplanatif yang menerapkan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian ini biasanya dipakai untuk mencari tahu mengapa suatu keadaan dapat terjadi dan apa saja faktor yang memicunya.

Populasi

Penelitian ini memilih populasi Generasi Z di Kota Semarang yang menjadi pengguna *e-wallet* LinkAja kelahiran tahun 1997–2007 (minimal berusia 17 tahun). Pemilihan populasi tersebut bukan tanpa alasan. Menurut Katadata Insight Center (2021), populasi tersebut menjadi pengguna aktif *e-wallet* terbesar di Indonesia.

Sampel

Melihat kondisi populasi yang secara pasti tidak diketahui kuantitasnya, penelitian ini memerlukan suatu perhitungan. Perhitungan yang dapat digunakan untuk penelitian yang jumlah populasinya secara pasti tidak dapat diketahui kuantitasnya adalah dengan menerapkan rumus Lemeshow. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, didapatkan sampel sebesar 97 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2020), *nonprobability sampling* menjadi pilihan metode pengambilan sampel. Selain itu, teknik *purposive sampling* juga dimanfaatkan agar memungkinkan pemilihan sampel berlandaskan pada suatu penilaian yang ditentukan peneliti. Penelitian ini memiliki beberapa kriteria bagi respondennya, yakni:

1. Generasi Z di Kota Semarang kelahiran tahun 1997–2007 (minimal berusia 17 tahun)
2. Pernah menggunakan *e-wallet* LinkAja minimal 2 (dua) kali dalam rentang 6 bulan terakhir
3. Menggunakan lebih dari satu *e-wallet*
4. Bersedia untuk menjawab kuesioner dalam penelitian ini.

Hasil

Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Menurut Sugiyono (2020), uji koefisien korelasi diperlukan dalam meninjau seberapa kuat hubungan yang terjadi pada dua variabel. Berbeda dengan uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi diperlukan untuk menilai besar tidaknya persentase sumbangan antar variabel.

Tabel 1 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi *Perceived Usefulness*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.518	.513	2.470	2.402

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness (X1)

b. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Hasil koefisien korelasi *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada Tabel 1 adalah sebesar 0,720 yang termasuk kategori kuat karena berada dalam rentang 0,60 – 0,79. Hasil koefisien determinasi adalah sebesar 51,8%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *perceived usefulness* bisa menjelaskan *continuance intention* sebesar 51,8% dan 48,2% sisanya diterangkan oleh variabel lainnya.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi *Perceived Ease of Use*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.746 ^a	.557	.552	2.369	2.281

a. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use (X1)

b. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Hasil koefisien korelasi *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada tabel 2 sebesar 0,746 yang termasuk kategori kuat karena berada direntang 0,60 – 0,79. Hasil koefisien determinasi adalah 55,7%. Dapat disimpulkan variabel *perceived ease of use* bisa menjelaskan *continuance intention* sebesar 55,7% dan 44,3% sisanya diterangkan variabel lainnya.

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 ^a	.604	.596	2.249	2.329

a. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use (X2), Perceived Usefulness (X1)

b. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Hasil koefisien korelasi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada tabel 3 sebesar 0,777 yang termasuk kategori kuat karena berada dalam rentang 0,60 – 0,79. Hasil koefisien determinasi adalah sebesar 60,4%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel independen tersebut bisa menjelaskan *continuance intention* sebesar 60,4%.

Uji Regresi Linear Sederhana dan Berganda

Menurut Sugiyono (2020), uji regresi linear sederhana diperlukan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berbeda dengan uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda diperlukan untuk mencari tahu besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya secara bersama-sama.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *Perceived Usefulness*

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.681	1.740		.966
	Perceived Usefulness (X1)	.725	.072	.720	.000

a. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Dapat diketahui dari uji regresi linear sederhana pada tabel 4 bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *continuance intention* sebesar 0,720. Konstanta yang dihasilkan memiliki makna jika tidak terdapat variabel *perceived usefulness*, maka capaian *continuance intention* terdapat di angka 1,681.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana *Perceived Ease of Use*

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.951	2.122		-1.862
	Perceived Ease of Use (X2)	.680	.062	.746	.000

a. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Dapat diketahui dari uji regresi linear sederhana pada tabel 5 bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap *continuance intention* sebesar 0,746. Konstanta yang dihasilkan memiliki makna jika tidak terdapat variabel *perceived ease of use*, maka capaian *continuance intention* terdapat di angka -3,951.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	-3.964	2.015		-1.967	.052
Perceived Usefulness (X1)	.353	.105	.351	3.369	.001
Perceived Ease of Use (X2)	.430	.095	.472	4.535	.000

a. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS

Dapat diketahui dari uji regresi linear sederhana pada tabel 6 bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara positif terhadap *continuance intention* dengan nilai masing-masing 0,351 dan 0,472. Konstanta yang dihasilkan memiliki makna jika tidak terdapat variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, maka capaian *continuance intention* terdapat di angka -3,964.

Uji t dan Uji F

Uji t

Menurut Sugiyono (2020), uji t berguna untuk mencari tahu apakah variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini memiliki hasil:

1. Hasil hitung pada tabel 4 menunjukkan t hitung (10,103) > t tabel (1,6610) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, H_0 ditolak dan **H_a diterima.**
2. Hasil hitung pada tabel 5 menunjukkan t hitung (10,922) > t tabel (1,6610) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, H_0 ditolak dan **H_a diterima.**

Uji F

Menurut Sugiyono (2020), uji F berguna untuk mencari tahu apakah variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini memiliki hasil:

Tabel 7 Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	726.846	2	363.423	71.821	.000 ^b
	Residual	475.649	94	5.060		
	Total	1202.495	96			

a. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

b. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use (X2), Perceived Usefulness (X1)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Hasil uji pada tabel 7 menunjukkan jika F hitung (71,821) > F tabel (3,94) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, H_0 ditolak dan **H_a diterima.**

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), keberadaan uji asumsi klasik dalam suatu penelitian memiliki peranan yang krusial untuk memperkirakan parameter sekaligus koefisien regresi tidak mengalami distorsi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas dibutuhkan dalam penelitian guna mencari tahu apakah distribusi data yang diterima sudah normal atau tidak. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.22591102
Most Extreme Differences	Absolute		.067
	Positive		.044
	Negative		-.067
Test Statistic			.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Tabel 8 menunjukkan perolehan nilai $0,200 > 0,05$ pada uji normalitas. Nilai tersebut mengindikasikan jika data telah terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas dibutuhkan dalam penelitian untuk meninjau ada atau tidaknya korelasi secara linear pada dua variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.964	2.015		-1.967	.052		
	Perceived Usefulness (X1)	.353	.105	.351	3.369	.001	.389	2.574
	Perceived Ease of Use (X2)	.430	.095	.472	4.535	.000	.389	2.574

a. Dependent Variable: Continuance Intention (Y)

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Tabel 9 menunjukkan perolehan nilai $0,389 > 0,10$ pada nilai *tolerance* dan $2,574 < 10$ pada nilai VIF. Besaran perolehan tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018), uji heteroskedastisitas dibutuhkan dalam penelitian guna mencari tahu apakah terdapat perbedaan varian dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Varian yang memiliki perbedaan antara pengamatan-pengamatan yang ada disebut sebagai heteroskedastisitas, sedangkan yang tidak disebut sebagai homoskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Uji Normalitas

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	.660	1.237		.534	.595
	Perceived Usefulness (X1)	-.021	.064	-.054	-.325	.746
	Perceived Ease of Use (X2)	.047	.058	.132	.803	.424

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output analisis SPSS, 2024

Tabel 10 menunjukkan perolehan nilai $0,746 > 0,05$ pada *perceived usefulness*, sedangkan *perceived ease of use* $0,424 > 0,05$. Besaran nilai tersebut mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Pembahasan

Menurut Chin & Todd (1995), *perceived usefulness* berkaitan erat dengan kepercayaan seseorang bahwa pekerjaan mereka dapat terbantu dengan menggunakan teknologi. Menurut Bhattacharjee (2001) seseorang yang merasakan kegunaan atau manfaat atas teknologi, maka mereka secara kontinu akan menggunakannya. Berbeda dengan hal tersebut, seseorang yang tidak menemukan kegunaan atau manfaat atas suatu teknologi, maka mereka tidak akan terus menggunakannya. Penelitian ini sendiri menghasilkan temuan yang mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian terkait adanya pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja. Selain itu, temuan-temuan tersebut juga berhasil membuktikan pernyataan Bhattacharjee (2001) bahwa semakin tinggi kegunaan atau manfaat yang diperoleh, maka tingkat keberlanjutan penggunaannya akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah kegunaan atau manfaat yang diperoleh, maka tingkat keberlanjutan penggunaannya akan turut rendah pula.

Menurut Hubert *et al.*, (2017), *perceived ease of use* berkaitan erat pada sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa menggunakan suatu perangkat teknologi akan membawanya terbebas dari berbagai macam usaha. Shang & Wu (2017) menjelaskan bahwa pengguna yang menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung melanjutkan penggunaannya. Sebaliknya, pengguna yang tidak menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung tidak melanjutkan penggunaannya. Penelitian ini sendiri menghasilkan temuan yang mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian terkait adanya pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja. Selain itu, temuan-temuan tersebut juga berhasil membuktikan pernyataan Shang & Wu (2017) bahwa pengguna yang menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung melanjutkan

penggunaannya. Sebaliknya, pengguna yang tidak menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung tidak melanjutkan penggunaannya.

Menurut Hutabarat, *et al.*, (2021), *continuance intention* merujuk pada intensi seseorang untuk secara kontinu menggunakan suatu sistem hingga masa yang akan datang. *Continuance intention* sendiri menjadi tahap lanjut dari penerimaan seseorang atas penggunaan suatu sistem. Seseorang akan menciptakan sebuah opini di dalam dirinya setelah pertama kali menggunakan suatu sistem. Opini tersebut akan membawa seseorang memutuskan apakah akan terus menggunakan atau menghentikan penggunaan suatu sistem. Jika merasakan kegunaan dan kemudahan, timbul dalam diri seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut secara terus menerus. Penelitian ini menemukan jika *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya dari Ahmad & Pambudi (2014) yang menemukan bila *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan bagi *continuance intention* pada pengguna *Internet Banking* Bank BRI di Bangkalan. Tidak hanya itu, penelitian ini juga menghasilkan temuan yang selaras dengan Prakosa & Wintaka (2020) yang juga menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya pada pengguna *e-wallet*.

Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini sendiri ialah *perceived ease of use* memiliki peran yang lebih besar bagi *continuance intention* daripada *perceived usefulness*. Hal tersebut disebabkan karena saat ini hampir seluruh *e-wallet* menawarkan fitur dan kegunaan yang hampir serupa sehingga kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang mampu mendorong seseorang untuk melanjutkan penggunaannya.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Perceived usefulness* dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. *Perceived usefulness e-wallet LinkAja* dinyatakan baik karena memiliki fitur yang lengkap, membantu pengelolaan keuangan, dan mampu memproses transaksi secara cepat. Akan tetapi, *e-wallet LinkAja* masih dinilai rendah dalam hal frekuensi penggunaan, hambatan bertransaksi, dan kecepatan respon ketika terdapat masalah.
2. *Perceived ease of use* dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. *Perceived ease of use e-wallet LinkAja* dinyatakan baik karena mudah dipelajari, memberikan rasa aman, mudah dikuasai, dan mudah digunakan untuk bertransaksi. Akan tetapi, *e-wallet LinkAja* masih dinilai rendah dalam hal kejelasan petunjuk pengoperasian, kemudahan pemenuhan kebutuhan, kemudahan menghemat biaya, dan integrasi dengan *merchant* atau *platform* lainnya.
3. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. *Perceived ease of use* dalam penelitian ini memiliki dampak yang lebih besar bagi *continuance intention* jika dibandingkan dengan *perceived usefulness*. Hal ini disebabkan karena sekarang hampir seluruh *e-wallet* menawarkan fitur dan kegunaan yang hampir serupa sehingga kemudahan penggunaan menjadi faktor yang peranannya lebih krusial untuk mendorong seseorang dalam melanjutkan penggunaannya.

Saran

Saran yang diusulkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Variabel *perceived usefulness* masih memiliki sejumlah aspek yang dapat diperbaiki. Perbaikan tersebut dapat dilakukan pada aspek-aspek yang masih dinilai rendah oleh responden, seperti banyaknya hambatan, lambatnya respon ketika terdapat masalah, dan rendahnya frekuensi transaksi. Perbaikan dalam aspek banyaknya hambatan dapat dilakukan dengan perbaikan sistem yang lebih rutin (seminggu sekali dan atau ketika ada laporan masalah dari pengguna). Lambatnya respon ketika terdapat masalah dapat dilakukan dengan program pelatihan atau penambahan karyawan pada bagian *customer service* sekaligus menerapkan batas *response time* dan *recovery time*. Rendahnya frekuensi transaksi dapat diperbaiki dengan menerapkan *loyalty* program, salah satunya dengan memberikan poin *reward* atas transaksi yang pengguna lakukan.
2. Variabel *perceived ease of use* masih memiliki sejumlah aspek yang dapat diperbaiki. Perbaikan tersebut dapat dilakukan pada aspek-aspek yang masih dinilai rendah oleh responden, seperti petunjuk pengoperasian, pemenuhan kebutuhan melalui fitur yang tersedia, penghematan biaya, dan pengintegrasian dengan *platform* atau *merchant*. Perbaikan pada aspek petunjuk pengoperasian dapat diperbaiki dengan menambahkan menu petunjuk pengoperasian sehingga mempermudah pengguna yang sudah lama tidak menggunakan *e-wallet* LinkAja. Perbaikan pada aspek pemenuhan kebutuhan melalui fitur yang tersedia dapat dilakukan dengan melakukan survei kebutuhan per triwulan atau per semester kepada para pengguna. Perbaikan pada aspek penghematan biaya dapat dilakukan dengan memberikan promo yang lebih beragam, salah satunya gratis biaya admin untuk transfer di atas nominal 50 ribu dengan kesempatan 10 kali dalam sebulan seperti di *e-wallet* lainnya. Perbaikan pada aspek pengintegrasian dengan *platform* atau *merchant* dapat dilakukan dengan memperluas kerja sama dengan pihak-pihak lainnya dalam hal pembayaran, salah satunya penyedia jasa transportasi (KRL) dan bioskop.

Referensi

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Amoroso, D., & Lim, R. (2017). The Mediating Effects of Habit on Continuance Intention. *International Journal of Information Management*, 37(6), 693–702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003>
- Ariaeinejad, R., & Archer, N. (2014). Importance of Mobile Technology in Successful Adoption and Sustainability of a Chronic Disease Support System. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 8(4), 903–908.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 19(2), 237–246.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Source: MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Backhaus, C., & Eberhardt, T. (2017). Acceptance of Smartphone-Based Mobile Shopping: Mobile Benefits, Customer Characteristics, Perceived Risks, and the Impact of Application Context. *Psychology & Marketing*, 34(2), 175–194. <https://doi.org/10.1002/mar.20982>
- Hutabarat, Z., Suryawan, I. N., Andrew, R., & Akwila, F. P. (2021). Effect Of Performance Expectancy and Social Influence On Continuance Intention In OVO. *Jurnal Manajemen*, 25(1), 125–140. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i1.707>

- Insight Asia. (2023). *E-Wallet Industry Outlook 2023*. Jakarta.
- Ipsos. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*. Jakarta.
- Katadata Insight Center. (2021). *Perilaku Keuangan Generasi Z & Y*. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Malik, A. N. A., & Annuar, S. N. S. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Reward, and Perceived Risk toward E-Wallet Usage Intention. In *Eurasian Business and Economics Perspectives* (Vol. 17, pp. 115–130). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65147-3_8
- Moslehpour, M., Pham, V., Wong, W.-K., & Bilgiçli, İ. (2018). e-Purchase Intention of Taiwanese Consumers: Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *Sustainability*, 10(1), 234. <https://doi.org/10.3390/su10010234>
- Purnama, M. P., & Sari, D. (2022). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(3), 20305–20319. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6048>
- Richowanto, M., & Susanti, E. D. (2021). Analisis Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Ulang Ovo di Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 27–36.
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding Mobile Shopping Consumers' Continuance Intention. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 213–227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>
- Sienatra, K. (2020). Dampak Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Fintech Continuance Intention pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.14225>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, A. S., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Widiyati, S., Tyas, L., & Rikawati. (2021). Identification of Obstacles in Using E-Wallet in Semarang. *Admisi dan Bisnis*, 22(3), 247–258