

Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja Menggunakan Theory of Reasoned Action

By Mutiara Utami

Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja Menggunakan Theory of Reasoned Action

Mutiara Gunawan Utami¹

Moulvi Dermawan²

Abdul Yusuf³

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

¹Korespondensi penulis: mutiaragunawan065@gmail.com

Abstract. *The use of digital payment systems is increasing in recent times. Digital payment systems allow users to make payments more easily and practically through their smartphones. LinkAja is a digital wallet application that allows us to make various transactions online. This study was conducted to examine what influences interest in using the LinkAja application and the influence of subjective intentions, attitudes, and norms on interest in using it. The theory that underlies this research is the Theory of Reasoned Action (TRA). The method used is a quantitative research method, the research data come from the results of a questionnaire filled out by 40 LinkAja users from several cities in the provinces of Jakarta and West Java. The sampling technique is Probability Sampling and Simple Random Sampling. Testing and data processing is done using SPSS. The results obtained in this study state that the Intentions, Attitudes, and Subjective Norms together (simultaneously) have a significant influence on the Interest in Using the LinkAja Digital Wallet application.*

Keywords: *Digital wallet; Financial technology; Intentions; Interests; Theory of Reasoned Action.*

Abstrak. *Penggunaan sistem pembayaran digital meningkat akhir-akhir ini. Sistem pembayaran digital memungkinkan penggunaannya untuk melakukan pembayaran dengan lebih mudah dan praktis melalui smartphone mereka. LinkAja adalah salah satu aplikasi dompet digital yang memungkinkan kita melakukan berbagai transaksi secara online. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan pada aplikasi LinkAja serta pengaruh dari niat, sikap, dan norma subyektif terhadap minat penggunaannya. Teori yang mendasari penelitian ini adalah Theory of Reasoned Action (TRA). Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, data penelitian di dapat dari hasil kuesioner yang diisi oleh 40 orang pengguna LinkAja dari beberapa kota di Provinsi Jakarta dan Jawa Barat. Teknik sampling yang dipakai yaitu Probability Sampling dan Simple Random Sampling. Pengujian dan pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS. Hasil yang didapat pada penelitian ini menyatakan bahwa Niat, Sikap, dan Norma Subyektif secara*

bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan aplikasi Dompot Digital LinkAja.

Kata kunci: *Financial technology; LinkAja; Minat; Niat; Norma subyektif; Sikap; Theory of Reasoned Action.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi adalah sesuatu yang dinamis. Seluruh dunia dapat merasakan kemajuan teknologi yang signifikan, begitu pula Indonesia. Pada era modern seperti saat ini, dalam waktu yang singkat teknologi bisa mengalami perubahan. Dengan berkembangnya teknologi tersebut membuat sektor-sektor juga menjadi maju, salah satunya adalah teknologi yang bergerak di bidang financial (Firmansyah & Moeliono, 2020). Saat ini, Indonesia sedang berusaha untuk mengimbangi negara-negara lain untuk menyesuaikan majunya teknologi di bidang financial atau disebut juga dengan *FinTech (Financial Technology)*. Di tengah adanya perlambatan ekonomi akibat dari adanya pandemi, *FinTech* mempunyai potensi untuk mengambil bagian pada proses pulihnya keadaan ekonomi Indonesia. Sifat dari *FinTech* yang berbasis *low touch economy, social capital based, customer based* serta menggunakan data sains, membuat perkembangan *FinTech* di saat pandemi tergolong positif. Berdasarkan jumlah transaksi digital payment di Indonesia, potensi dari pasar *FinTech* bisa dilihat dari banyaknya jumlah pengguna Fintech (Marginingsih, 2021).

Keberadaan *FinTech* juga dapat menjadi alat untuk mempelajari pasar keuangan Indonesia, khususnya untuk kalangan masyarakat yang belum dilayani oleh lembaga keuangan formal. Data Statistik OJK mencatat, hingga kuartal III 2020 penyaluran pinjaman melalui *FinTech* bergerak 91,30% menjadi Rp. 15.319,09 miliar. Akumulasi rekening peminjam juga naik 134,59% atau menjadi 43.561.362 (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Keadaan ini menunjukkan bahwa masih tumbuhnya minat masyarakat untuk melakukan pinjaman melalui *FinTech* di tengah pandemi. Pasar *Financial Technology (FinTech)* menjadi bentuk inovasi layanan jasa keuangan pada masa pandemi. Pandemi Covid-19 membuat perubahan cara hidup masyarakat yang ada di seluruh dunia, begitu pula pada proses pembayaran. Digitalisasi proses pembayaran digunakan oleh orang-orang untuk meminimalisir penyebaran virus tersebut karena menggunakan sistem *cashless* atau tidak perlu kontak langsung dengan uang (Aulia, 2020).

PT Fintek Karya Nusantara adalah salah satu perusahaan yang menyelenggarakan jasa pembayaran dan mempunyai aplikasi dompet digital yaitu LinkAja. LinkAja merupakan aplikasi yang dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan ketika pengguna melakukan pembayaran, transfer uang, dan pembayaran berbagai macam tagihan (Widodo & Putri, 2021). Menurut survei yang dilakukan Ipsos, penggunaan dompet digital LinkAja masih di bawah pesaing lainnya seperti ShopeePay, OVO, GOPAY, dan DANA (Ipsos, 2020). Salah satu penyebabnya adalah rendahnya minat penggunaan terhadap aplikasi tersebut. Peringkat itu didasarkan pada kesadaran merek yang diukur berdasarkan kemudahan, promosi, pertumbuhan, *real time* atau jeda ketika melakukan pengisian saldo, kemudahan penggunaan, dan waktu yang dipakai oleh pengguna (Ipsos, 2020).

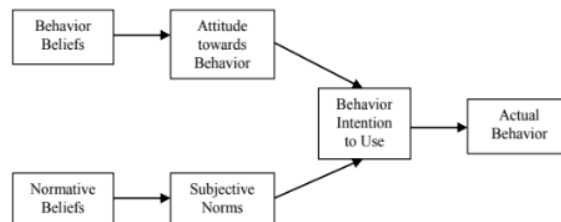
Hal tersebut didukung dengan adanya keluhan dari pengguna yang memiliki indikasi terhadap rendahnya minat penggunaan aplikasi LinkAja beserta antesedennya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sania (2020), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan sebuah aplikasi adalah kepercayaan (*trust*), sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), dan norma subjektif (*Subjective Norm*). Sikap negatif dan rendahnya persepsi keamanan para pengguna dapat terjadi apabila kondisi tersebut tidak ditangani dengan tepat (Sania, 2020). Dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk *Theory of Reasoned Action (TRA)* digunakan untuk menganalisis minat penggunaan aplikasi pembayaran digital LinkAja.

→ Tuisikan tujuan penelitian secara eksplisit

KAJIAN TEORITIS

Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori utama pada riset ini adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori tersebut telah dikembangkan sebagai upaya untuk memahami hubungan sikap dengan perilaku. Pada teori TRA ini, faktor utama penentu perilaku adalah niat perilaku. Faktor yang secara langsung menentukan niat perilaku adalah sikap individu terhadap perilakunya dan norma subjektif terkait perilaku tersebut. Norma subyektif seseorang ditentukan dari pentingnya referensi untuk menyetujui atau tidak menyetujui kinerja perilaku dengan motivasi untuk mematuhi referensinya (Otieno *et al.*, 2016). Mahyarni (2013) menyebutkan bahwa *Theory of Reasoned Action (TRA)* ditemukan oleh Fishbein pada tahun 1980. Teori ini berasumsi bahwa individu bersifat rasional, ketika ia mempertimbangkan perilaku mereka. TRA menunjukkan bahwa seseorang akan menggunakan logikanya untuk mencerna informasi yang tersedia bagi mereka secara sistematis. Seseorang cenderung mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku mereka sebelum memutuskan melakukan langkah berikutnya (Wibisono & Putri, 2018).



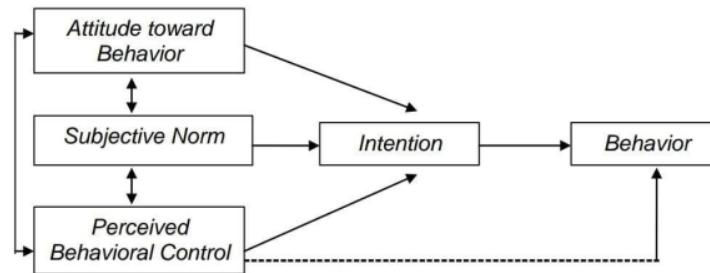
Sumber:

→ Tuliskan sumber dan ganti gambar dengan yg lebih jelas. Jika tidak ada, gambar dibuat sendiri, jangan menggunakan screenshot

Gambar 1. *Theory of Reasoned Action* menurut Ajzen dan Fishbein

Setelah mengalami pengembangan teori pada tahun 1988, Ajzen menambahkan konstruk lain di dalam TRA pada elemen yang sudah ada sebelumnya. Pengembangan teori TRA tersebut untuk selanjutnya dinamakan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. TPB dibuat untuk meramalkan tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang. TPB menggunakan tiga elemen di dalam teorinya, yaitu sikap seseorang mengenai perilaku,

norma subjektif, dan perasaan untuk mengontrol semua hal yang mempengaruhi tindakan yang akan diambil (Mahyarni, 2013). Penambahan kontrol perilaku yang dirasakan ditujukan untuk mengetahui seberapa banyak kendali yang dimiliki individu atas perilakunya sebagai penentu tambahan niat perilaku (Trafimow, 2009).



Gambar 2. Theory of Planned Behavior menurut Ajzen

➔ Tuliskan sumbernya

Theory of Planned Behavior menyebutkan bahwa faktor yang menentukan persepsi kontrol seseorang adalah keyakinannya tentang tersedianya sumber daya (*control belief strength*) untuk mendorong atau melemahkan tindakan yang akan dilakukan dan kuatnya peran sumber daya (*power of control factor*) untuk merealisasikannya (Mahyarni, 2013).

Lebih lanjut, penelitian Philip K. Law (2010) menjelaskan bahwa TRA adalah model yang menggunakan keterkaitan sikap dengan pemilihan karir seseorang. Sikap dapat diartikan sebagai kumpulan dari penilaian seseorang terhadap keinginannya serta konsekuensi yang akan didapatkan nantinya. Sementara norma subyektif dapat dikatakan sebagai persepsi seseorang yang didapat dari orang-orang sekitar untuk dijadikan pedoman. Hasil dari pendapat setiap referensi yang didapat, dipertimbangkan untuk memenuhi keinginan dan langkah yang akan dilakukan selanjutnya. Secara keseluruhan, norma subyektif dapat diartikan sebagai banyaknya penilaian yang didapatkan oleh seseorang yang akan digunakan sebagai motivasi dan pedomannya.

Riley dan Klein (Riley & Klein, 2019) menggunakan TRA sebagai teori dalam penelitiannya mengenai perilaku konsumen ketika berbelanja secara online. TRA ini berfokus pada niat seseorang untuk melakukan tindakan yang akan spesifik dilakukan. Banyak teori lain yang dilakukan untuk mengaitkan sikap dengan perilaku, tetapi hanya TRA yang bisa memprediksi perilaku yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mencari tahu seberapa besar kepercayaan, sikap dan niatnya.

Menurut (Namoco & Zaharudin, 2021), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Theory of Reasoned Action*, yaitu:

1. Niat Perilaku

Mengungkapkan niat seseorang terhadap perilaku atau tindakan dengan cara tertentu.

2. Sikap

Keyakinan Individu mengenai perilaku atau tindakan tertentu yang memberikan kontribusi positif atau negatif terhadap kehidupan seseorang.

3. Norma Subyektif

Berfokus pada sesuatu di sekitar individu. Keyakinan tentang keinginan sosial dari suatu perilaku, serta dapat dilihat dan diterima oleh orang lain.

Niat

Merupakan suatu faktor yang dapat menentukan perilaku serta dapat menggambarkan seberapa ingin atau usaha mereka untuk menentukan perilaku (Fitri Harseno, n.d.). Niat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan sesuatu. Niat adalah penentu seberapa besar kerelaan individu untuk mencoba sesuatu, besarnya usaha yang ia rencanakan, dan untuk merealisasikan keinginannya tersebut.

Sikap

Sikap merupakan pendekatan individu untuk bereaksi secara pro atau kontra terhadap segala sesuatu dari kehidupan manusia (Nomi & Sabbir, 2020). Sikap bisa digunakan untuk memprediksi niat atau perilaku individu terkait menentukan pilihan terhadap sesuatu yang diinginkannya. Sikap juga didasari dengan adanya keyakinan pada individu terhadap dampak yang terjadi setelah tindakan perilaku. Secara ringkas, sikap adalah pendapat kita terhadap perilaku yang kita lakukan.

Norma Subyektif

Norma Subyektif merupakan sesuatu yang dapat diartikan sebagai persepsi individu mengenai pentingnya pendapat pihak eksternal yaitu orang-orang dan lingkungan sekitar ketika akan melakukan perilaku yang akan dilakukan (Buabeng-Andoh, 2018). Norma subjektif seseorang ditentukan oleh seberapa besar peran dari referen mengenai kinerja suatu tindakan serta pentingnya mematuhi referensi itu (Otieno et al., 2016). Norma subyektif secara ringkas yaitu persepsi kita terkait apa yang individu lain mau atas apa yang kita lakukan.

Minat

Minat adalah ketertarikan dan kemauan suatu individu/seseorang yang menggerakkan dirinya untuk melakukan sesuatu. Minat perilaku menggambarkan besarnya upaya yang dilakukan seseorang dalam berkomitmen pada suatu tindakan (Rastini & Respati, 2021). Secara ringkas, minat adalah seberapa besar kemauan yang dilakukan oleh suatu individu untuk berkomitmen pada suatu tindakan.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis faktor-faktor berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi LinkAja. Variabel pada penelitian ini yaitu niat, sikap, serta norma subyektif sebagai variabel independen. Variabel dependen adalah minat penggunaan aplikasi LinkAja.

Rumusan hipotesis pada penelitian ini yaitu:

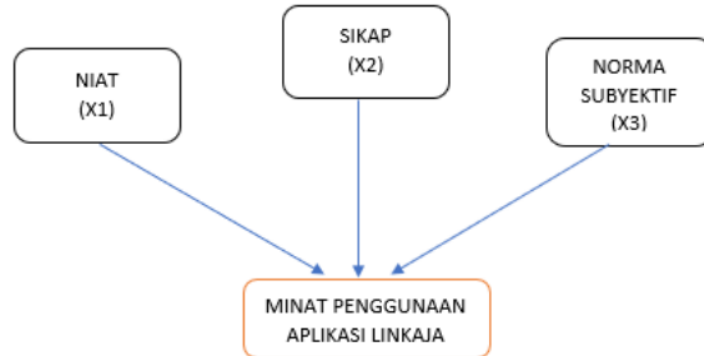
H1: Adanya pengaruh signifikan antara Niat (X1) terhadap minat (Y)

H2: Adanya pengaruh signifikan antara Sikap (X2) terhadap minat (Y)

H3: Adanya pengaruh signifikan antara norma subyektif (X3) terhadap minat (Y)

Adapun model riset penelitian ini terlihat pada gambar 2.

→ Penulisan hipotesis tidak diumpulkan seperti ini. Lihat contoh artikel yg telah terbit



Gambar 3. Model Riset Penelitian

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini mamakai dua cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan ¹selama proses penelitian, yaitu:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Mengumpulkan teori atau hal-hal yang relevan yang didapat dari sumber-sumber atau refer¹ensi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Yaitu dengan mengacu pada jurnal ilmiah, literatur, dan juga publikasi lainnya yang dapat menjadi rujukan.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Menghimpun & mengu¹mpulkan data-data yang dapat digunakan untuk penelitian. Dengan cara menyebar kuesioner yang telah disusun, secara online menggunakan *Google Form*.

Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Teori dari sumber-sumber atau referensi dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item pernyataan kuesioner penelitian yang disebar melalui *Google Form* yang ditujukan untuk pengguna aplikasi LinkAja.

Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menguraikan tanggapan dari para pengguna aplikasi LinkAja yang menjadi sampel penelitian ini mengenai minat penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk menentukan pengukuran jawaban dari responden, caranya dengan menghadapkan satu responden pada pernyataan yang tersedia lalu meminta responden untuk memberikan jawabannya menggunakan indikator skala likert. Terdapat lima tingkat preferensi jawaban pada indikator skala likert yang masing-masing memiliki nilai berbeda, rinciannya yaitu:

⁵a. Sangat Tidak Setuju bernilai 1

b. Tidak Setuju bernilai 2

c. Kurang Setuju bernilai 3

d. Setuju bernilai 4

e. Sangat Setuju bernilai 5

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Penjelasan	Indikator	Kode
Niat (N)	Faktor yang dapat menentukan perilaku serta menggambarkan seberapa ingin atau usaha mereka untuk menentukan perilaku (Fitri Harseno, n.d.).	Kepercayaan yang dimiliki pengguna	N.1
		Dorongan orang lain untuk menggunakan	N.2
		Kenyamanan yang dirasakan pengguna	N.3
Sikap (S)	Pendekatan individu untuk bereaksi secara baik atau buruk mengenai sesuatu atau karakteristik lain yang dapat dibedakan dari kehidupan manusia (Nomi & Sabbir, 2020).	Pengetahuan yang dimiliki pengguna	S.1
		Kebebasan yang dimiliki pengguna	S.2
		Kesan yang dimiliki pengguna	S.3
		Keuntungan yang didapatkan pengguna	S.4
		Penerimaan informasi yang didapatkan pengguna	S.5
		Konsekuensi yang diambil pengguna	S.6
		Emosi yang dirasakan pengguna	S.7
Norma Subyektif (NS)	Persepsi individu mengenai pentingnya tanggapan orang lain atas perlu atau tidaknya melakukan tindakan. Sumber: (Buabeng-Andoh, 2018)	Pengaruh orang-orang di sekitar	NS.1
		Pentingnya meyakini pendapat pengguna lain	NS.2
		Harapan yang dimiliki pengguna	NS.3
Minat (M)	Ketertarikan dan kemauan seseorang serta upaya yang dilakukannya untuk berkomitmen pada suatu perilaku (Rastini & Respati, 2021).	Minat pengguna untuk terus menggunakan	M.1
		Minat pengguna untuk merekomendasikan kepada orang lain	M.2
		Minat pengguna untuk dijadikan sebagai pilihan utama	M.3
		Minat pengguna untuk mencari informasi terkait fitur yang ada	M.4
		Minat pengguna untuk menggunakan fitur lain	M.5

Populasi dan sampel Penelitian

Populasi merupakan semua data yang ada pada fokus tempat tertentu (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna aplikasi LinkAja, apabila berdasarkan jumlah *followers* Instagram yaitu sebanyak 941.000 akun. Namun, untuk jumlah populasi pastinya tidak diketahui.

Sampel merupakan bagian yang dipunyai oleh populasi. Oleh karena itu, sampel harus dapat menggambarkan populasi yang ada (Sugiyono, 2013). *Probability Sampling* menjadi teknik penelitian yang dipakai penelitian ini. Masing-masing anggota populasi (pengguna aktif aplikasi LinkAja) mendapat peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Kemudian, menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan menggunakan sampel pada populasi dengan acak serta strata pada populasi tersebut tidak diperhatikan (Sari, 2016). Pada penelitian ini, terdapat 40 responden yang

merupakan pengguna aplikasi LinkAja dari beberapa kota di provinsi Jakarta dan Jawa Barat yang telah mengisi kuesioner yang sebelumnya telah disusun dan disebarakan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

Dalam riset ini, ada 40 responden yang memenuhi kriteria sampling penelitian. Dari jumlah responden tersebut kami akan menggunakannya untuk analisis data.

Jenis Kelamin Responden

Tabel 2. Responden Berdasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	55%
Perempuan	16	40%
Memilih Tidak Menjawab	2	5%
Total	40	100%

Usia Responden

Tabel 3. Responden Berdasar Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-25 tahun	36	90%
26-35 tahun	1	2,5%
36-44 tahun	0	0%
45-55 tahun	2	5%
>55 tahun	1	2,5%
Total	40	100%

Domisili Responden

Tabel 4. Responden Berdasar Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Jakarta	27	67,5%
Karawang	6	15,0%
Bekasi	2	5,0%
Bandung	1	2,5%
Indramayu	1	2,5%
Banten	1	2,5%
Tidak Menjawab	2	5,0%
Total	40	100,0%

Pengujian Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Validitas menunjukkan ukuran yang akan diukur secara benar. Instrumen penelitian yang valid berarti menggunakan alat ukur yang sesuai untuk memperoleh datanya (Sugiyono, 2013).

1

Peneliti menggunakan 40 sampel responden untuk melakukan uji validitas ini. Dimana r tabel untuk N=40 sebesar 0,312. Artinya, pernyataan dianggap valid jika r hitung > 0,312.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Niat (X1)	Kepercayaan	0,712	Valid
	Motivasi	0,790	
	Kenyamanan	0,795	
Sikap (X2)	Pengetahuan	0,905	Valid
	Opini	0,630	
	Persepsi	0,781	
	Opportunity	0,617	
	Acceptance	0,805	
	Evaluasi Konsekuensi	0,809	
	Aspek Afeksi	0,784	
Norma Subyektif (X3)	Tekanan Sosial	0,888	Valid
	Keyakinan Normatif	0,931	
	Keyakinan Mematuhi Referensi	0,824	
Minat (Y)	Minat Transaksional	0,875	Valid
	Minat Referensial	0,673	
	Minat Preferensial	0,867	
	Minat Eksploratif	0,738	
	Minat Eksplorasi	0,851	

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, menunjukkan semua instrumen pernyataan dalam riset ini memiliki nilai diatas 0,312. Bisa kita simpulkan bahwa semua item pernyataan yang dipakai pada riset ini dianggap sudah valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mencari tahu seberapa besar tingkat konsistensi item kuesioner pada setiap dimensi variabel (Paramita, 2021). Batas nilai alpha untuk membuktikan masing-masing item reliabel adalah 0,60. Jika diatas nilai tersebut, artinya indikator dari kuesioner tersebut reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Niat	0,650	Reliabel
Sikap	0,894	
Norma Subyektif	0,856	
Minat	0,858	

3

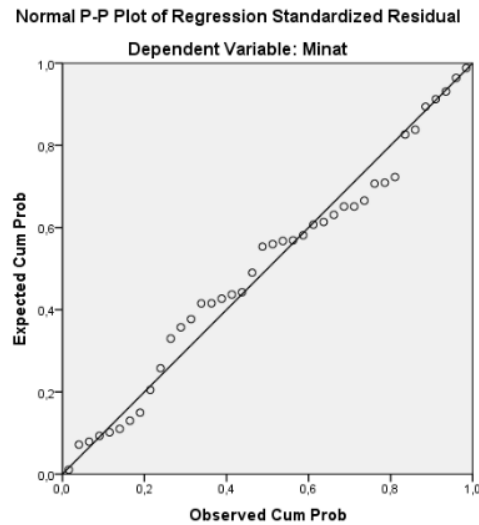
Dilihat dari hasil pengujian tersebut, nilai Cronbach's Alpha semua variabel >0,60. Artinya, item-item dalam penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Digdowiseiso (2017), uji normalitas digunakan untuk melihat normal atau tidaknya penyebaran data.

i. Kurva Normal P-Plot



Gambar 4. Kurva Normal P-Plot

Ditinjau dari grafik bisa dilihat data tersebar di sekitar garis dan bergerak mengikuti arah garisnya. Bisa dikatakan model regresi berdistribusi normal.

ii. Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 7. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09368116
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,094
	Negative	-,087
Test Statistic		,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

¹ Hipotesis :

H0: Sisaan menyebar normal

H1: Sisaan tidak menyebar normal

Ditinjau dari output di atas, Nilai P-value yaitu $0.200 > \alpha = 0.05$, berarti gagal tolak H_0 . Dapat dikatakan bahwa sisaan tersebar secara normal, artinya uji asumsi normalitas pada riset ini terpenuhi.

1
b) Uji Multikolinearitas

Menurut (Digdowiseiso, 2017), multikolinieritas menggambarkan korelasi atau keterkaitan yang kuat pada variabel bebas. Model regresi dikatakan baik jika hasil nilai VIF < 10.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas dan Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta			Tolerance	VIF
	B	Std. Error						
(Constant)	4,210	2,787			1,511	,140		
Niat	,109	,302	,055		,362	,719	,441	2,268
Sikap	,194	,098	,276		1,977	,056	,519	1,927
NormaSubyektif	,688	,191	,548		3,601	,001	,438	2,284

^aDependent Variable: Minat.

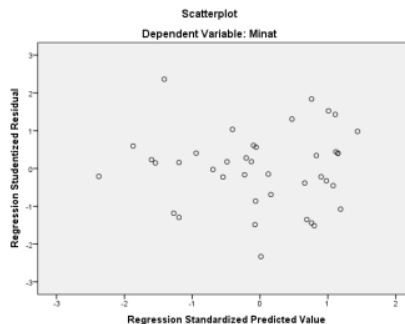
Tabel 9. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Niat	0,441	2,268	Tidak ada Multikolinearitas
Sikap	0,519	1,927	
Norma Subyektif	0,438	2,284	

Ditinjau dari output pada Tabel 10, dan hasil pengujian pada Tabel 11, Nilai VIF < 10, dan nilai Tolerance > 0,1. Artinya, tidak ada indikasi multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Grafik Plot antara sisaan dengan dugaan respon



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

1 Dilihat dari grafik plot antara sisaan dengan dugaan respon, terlihat pola penyebaran sisaan tidak membentuk pola tertentu. Disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, berarti bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan awal yang belum teruji. 1 Maka dari itu kita perlu melakukan suatu Uji Hipotesis dalam penelitian kita agar pendapat kita teruji kebenarannya.

a) Uji Parsial (Uji t)

Menganalisis pengaruh variabel independen kepada variabel dependen dan seberapa besar signifikansinya. $t_{tabel} = 2,028$

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.210	2.787		1.511	.140
Niat	.109	.302	.055	.362	.719
Sikap	.194	.098	.276	1.977	.056
Norma_Subyektif	.688	.191	.548	3.601	.001

a. Dependent Variable: Minat

1 Hasil dan Pengambilan Keputusan dalam Uji t

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Dilihat dari output Coefficients yang didapatkan nilai t hitung $0,362 < t_{tabel} 2,028$ serta tingkat signifikansi $0,719 > 0,05$. Artinya, “Niat (X1) tidak mempengaruhi Minat (Y) secara signifikan”.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan output Coefficients didapat nilai t hitung $1,977 < t_{tabel} 2,028$ dengan tingkat signifikansi $0,056 > 0,05$. Berarti bahwa “Sikap (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan dengan Minat (Y)”.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan output Coefficients nilai t hitung $3,601 > t_{tabel} 2,028$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat dikatakan, “Norma subyektif (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat (Y)”.

b. Uji Simultan (Uji F)

Melihat pengaruh Niat (X1), Sikap (X2), dan Norma Subyektif (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat (Y). $F_{tabel} = 2,86$

Tabel 11. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	298.018	3	99.339	20.919	.000 ^b
	Residual	170.957	36	4.749		
	Total	468.975	39			

^aDependent Variable: Minat.

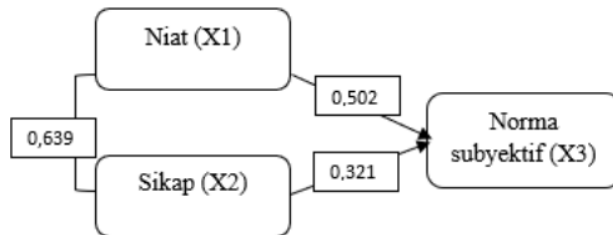
^bPredictors: (Constant), Norma_Subyektif, Sikap, Niat.

Dilihat dari output uji F diatas, besarnya tingkat signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ serta nilai F hitung $20,919 > 2,86$. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa X1, X2, dan X3 secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Y.

Analisis Jalur

.....

Koefisien Jalur Model I



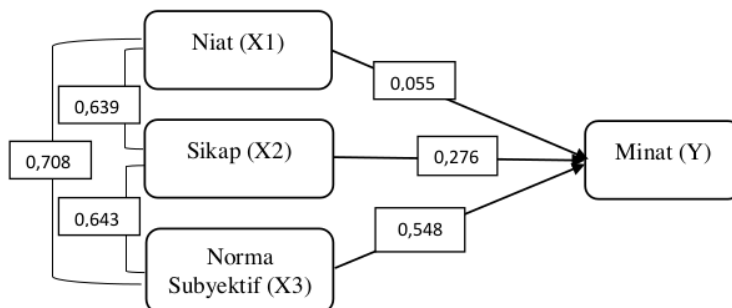
Gambar 6. Model Analisis Jalur Tahap 1

Tabel 12. Hasil Analisis Jalur Tahap 1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,363	2,288		-1,907	,064
1 Niat	,796	,224	,502	3,552	,001
Sikap	,179	,079	,321	2,271	,029

^aDependent Variable: Norma_Subyektif

Koefisien Jalur Model II



Gambar 7. Model Analisis Jalur Tahap II

Tabel 13. Hasil Analisis Jalur Model II

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4.210	2.787			1.511	.140
1 Niat	.109	.302	.055		.362	.719
Sikap	.194	.098	.276		1.977	.056
Norma_Subyektif	.688	.191	.548		3.601	.001

^aDependent Variable: Minat.

1 Koefisien Determinasi

Dilihat pada output diatas, besarnya *R Square* yaitu 0,635. Artinya, besaran kontribusi variabel Niat, Sikap, dan Norma Subyektif terhadap variabel Minat adalah sebesar 63,5%, sementara 36,5% sisanya adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk pada riset.

Tabel 14. Hasil Pengujian R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.605	2,179

^aPredictors: (Constant), Norma_Subyektif, Sikap, Niat

^bDependent Variable: Minat

Pembahasan

1. Pengaruh Niat terhadap Sikap

Dari hasil pengujian, niat berpengaruh positif dengan sikap. Sesuai dengan penelitian (James, 2011), apabila seseorang memiliki niat yang tinggi maka semakin baik sikap yang ditunjukkan. Niat adalah indikasi mengenai sejauh mana orang rela untuk melakukan sesuatu, sebanyak apa usaha yang akan dilakukan. Semakin besar keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, maka niat yang dimiliki oleh

orang tersebut untuk bertindak juga akan meningkat (Nurofik, 2013). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan dompet digital LinkAja, maka pengguna tersebut akan menunjukkan sikap yang baik selama menggunakan aplikasi tersebut.

2. Pengaruh Sikap terhadap Norma Subyektif

Dilihat dari hasil pengujian, sikap berpengaruh positif dengan norma subyektif. Jika pengguna memperlihatkan sikap yang baik, semakin baik pula norma subyektif atau persepsi yang dimilikinya. Sikap merupakan reaksi positif atau negatif yang ditunjukkan oleh individu mengenai suatu hal, orang, institusi, atau juga kejadian lain. Sementara itu, Norma subyektif merupakan keyakinan yang ditunjukkan oleh individu mengenai perlu atau tidaknya melakukan perilaku, karena adanya tekanan sosial. Apabila seseorang mempunyai tingkat keyakinan kuat terhadap referennya, kemungkinan orang tersebut melakukan suatu tindakan juga akan tinggi (Nurofik, 2013). Itu artinya, apabila pengguna sudah mampu menunjukkan sikap yang baik selama menggunakan dompet digital LinkAja, maka persepsi atau keyakinannya mengenai dompet digital LinkAja juga sudah baik.

3. Pengaruh Niat terhadap Norma Subyektif

Hasil pada pengujian menggambarkan bahwa niat berpengaruh positif dengan norma subyektif. Pada penelitian James (James, 2011), menyatakan apabila pengguna memperoleh niat yang tinggi maka norma subyektif yang dimiliki pengguna tersebut semakin baik. Niat pengguna merupakan suatu faktor yang dapat menentukan perilaku serta dapat menggambarkan seberapa besar usaha mereka. Keinginan yang dimiliki oleh seseorang mendapat pengaruh dari sekitar ditambah dengan keyakinannya bahwa yang ia lakukan akan mendapat dukungan dari orang-orang disekelilingnya (Wulandari & Ratnasari, 2020). Oleh sebab itu, mereka akan mencari tahu lebih lanjut mengenai aplikasi LinkAja dengan mengamati atau melihat orang-orang disekitarnya sampai mereka yakin dan memutuskan untuk terus menggunakan LinkAja.

4. Pengaruh Niat terhadap Minat

Hasil pengujian menyatakan bahwa niat berpengaruh positif dengan minat. Jika niat yang dimiliki tinggi, maka akan tinggi pula minat penggunaan aplikasi LinkAja. Niat merupakan penentu perilaku spesifik yang akan dilakukan oleh seseorang (Karinka & Firdausy, 2019). Karena itu, sangat penting untuk memahami niat pengguna dalam menggunakan dompet digital LinkAja, agar dapat memprediksi setiap perilaku yang akan ditunjukkan pengguna di masa yang akan datang. Jika niat seseorang untuk menggunakan aplikasi LinkAja sudah tinggi, maka akan timbul ketertarikan dan kemauan yang menggerakkan dirinya untuk menggunakan dompet digital LinkAja. Karena orang tersebut berarti sudah mempercayai LinkAja sebagai *platform e-wallet* yang akan mereka gunakan.

5. Pengaruh Sikap terhadap Minat

Dari Hasil pengujian terlihat bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat. Penelitian (Widodo & Putri, 2021) menjelaskan bahwa sikap pengguna untuk melakukan transaksi melalui LinkAja mendorong minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Semakin bagus sikap yang ditunjukkan pengguna maka semakin tinggi minat penggunaan aplikasi LinkAja. Apabila pengguna mampu menunjukkan tindakan tertentu yang memberikan kontribusi positif terhadap aplikasi

LinkAja, itu artinya minatnya untuk menggunakan aplikasi tersebut cenderung tinggi (Widodo & Putri, 2021).

6. Pengaruh Niat terhadap Minat melalui Sikap

Berdasarkan hasil uji pada pengaruh yang sifatnya langsung dengan pengaruh tidak langsung menyatakan bahwa niat terhadap minat melalui sikap memiliki nilai yang lebih besar ($0,639 \times 0,276 = 0,176$) dibandingkan dengan niat terhadap minat secara langsung. Sikap merupakan evaluasi secara keseluruhan mengenai kemungkinan bagi seseorang untuk memberi respon kepada objek yang dinilai dapat memberi keuntungan atau tidak (Ediyanto, 2016). Ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja, secara bersamaan pengguna harus memiliki niat yang tinggi dan harus mampu menunjukkan sikap yang baik selama menggunakan aplikasi tersebut.

7. Pengaruh Sikap terhadap Minat melalui Norma Subyektif

Berdasarkan hasil uji pengaruh bersifat langsung serta pengaruh yang tidak langsung menyatakan bila sikap terhadap minat melalui norma subyektif memiliki nilai lebih besar ($0,643 \times 0,548 = 0,352$) dibandingkan dengan sikap terhadap minat secara langsung. Adapun sikap pengguna ditentukan oleh keyakinan bahwa perilaku menyebabkan akibat tertentu (Ediyanto, 2016). Artinya, akan lebih baik jika pengguna memiliki sikap dan persepsi yang baik mengenai aplikasi tersebut, apabila ingin meningkatkan minat penggunaan aplikasi LinkAja. Minat berperilaku pada pengguna aplikasi LinkAja dapat dipengaruhi oleh sikapnya untuk berperilaku dan norma subyektif.

8. Pengaruh Niat Terhadap Minat Melalui Norma Subyektif

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung dan pengaruh yang bersifat tidak langsung menjelaskan jika niat terhadap minat melalui norma subyektif memiliki nilai yang lebih besar ($0,708 \times 0,548 = 0,387$) dibandingkan dengan niat terhadap minat secara langsung. Menurut (Wulandari & Ratnasari, 2020) pada norma subyektif seseorang cenderung mengikuti pendapat dari orang atau hal-hal lain yang dijadikan sebagai panutannya sebagai penghargaan atau bentuk kesan subyektif yang dimilikinya. Ini artinya, untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi LinkAja harus ada keselarasan antara niat yang pengguna miliki dengan seberapa baik persepsi atau norma subyektif yang dimilikinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melakukan uji analisis dan membahas hasil yang didapat. Disimpulkan bahwa Niat memiliki pengaruh positif terhadap sikap, semakin tinggi niat pengguna semakin baik sikap yang akan ditunjukkan selama menggunakan aplikasi LinkAja. Sikap memiliki pengaruh positif terhadap norma subyektif, apabila pengguna dapat menunjukkan sikap yang semakin baik, akan meningkat pula norma subyektif atau persepsi yang dimilikinya. Niat memiliki pengaruh positif terhadap norma subyektif, jika pengguna memiliki niat yang semakin besar, maka semakin baik pula norma subyektif yang pengguna itu miliki. Niat mempunyai pengaruh positif terhadap minat, apabila niat yang dimiliki pengguna tersebut besar, akan semakin besar minat

penggunaan aplikasi LinkAja. Sikap mempunyai pengaruh positif terhadap minat, jika pengguna dapat menunjukkan sikap yang baik, maka akan semakin besar minat penggunaan aplikasi LinkAja. Niat, Sikap, serta Norma Subyektif secara simultan atau bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan aplikasi LinkAja.

Saran dan Rekomendasi

Untuk meningkatkan minat penggunaan aplikasi LinkAja sebaiknya pihak LinkAja meningkatkan citra merek yang dimilikinya dengan memberikan kemudahan penggunaan atau *user friendly* bagi pengguna selama menggunakan aplikasi tersebut dan melakukan promosi yang lebih gencar agar dapat menarik lebih banyak pengguna, LinkAja juga harus meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna untuk bertransaksi menggunakan LinkAja. Karena peneliti memiliki keterbatasan dalam mengambil sampel untuk penelitian ini, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih memperluas jangkauan penelitiannya, agar hasil yang didapatkan lebih akurat. Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk menyertakan kontribusi serta pengaruh dari variabel yang belum disertakan pada penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Buabeng-Andoh, C. (2018). Predicting students' intention to adopt mobile learning. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 11(2), 178–191. <https://doi.org/10.1108/jrit-03-2017-0004>
- Digdowniseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Ediyanto. (2016). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Dan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 14(2), 58–71.
- Firmansyah, & Moeliono, N. N. K. (2020). Identifikasi persepsi konsumen menggunakan customer profile terhadap linkaja. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 218–226. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Fitri Harseno, D. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN*.
- Ipsos. (2020). The Evolution of The Digital Wallet: Driving The Next Wave of Growth. *The Evolution of The Digital Wallet: Driving The Next Wave of Growth*, 1–8. <https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-media-conference-strategi-menang-tanpa-bakar-uang>
- James, M. S. N. C. (2011). Factors influencing wine consumption in Southern California consumers. *International Journal of Wine Business Research*, 23(1), 36–48.
- Karinka, E., & Firdausy, C. M. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Konsumen Melalui Shopee Di Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 666. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6544>

- Law, P. K. (2010). A theory of reasoned action model of accounting students' career choice in public accounting practices in the post-Enron. *Journal of Applied Accounting Research*, 11(1), 58–73. <https://doi.org/10.1108/09675421011050036>
- Mahyarni. (2013). Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/13%0Ask25>
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Namoco, S., & Zaharudin, R. (2021). Pedagogical Beliefs and Learning Assessment in Science: Teacher's Experiences Anchored on Theory of Reasoned Action. *Journal of Turkish Science Education*, 18(2), 304–319. <https://doi.org/10.36681/tused.2021.67>
- Nomi, M., & Sabbir, M. M. (2020). Investigating the factors of consumers' purchase intention towards life insurance in bangladesh: An application of the theory of reasoned action. *Asian Academy of Management Journal*, 25(2), 135–165. <https://doi.org/10.21315/aamj2020.25.2.6>
- Nurofik, N. (2013). Pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku pada pengungkapan tanggung jawab sosial. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 17(1), 43–56. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol17.iss1.art4>
- Otieno, O. C., Liyala, S., Odongo, B. C., & Abeka, S. (2016). Theory of Reasoned Action as an Underpinning to Technological Innovation Adoption Studies. *World Journal of Computer Application and Technology*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.13189/wjcat.2016.040101>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Perkembangan Fintech Lending Desember 2020. *Otorisasi Jasa Keuangan*, 1–11.
- Rastini, N. M., & Respati, N. N. R. (2021). Public Attitudes and Interests in Using Online Transactions (TAM Application And TRA Model). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 175–190. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i1.21348>
- Riley, J. M., & Klein, R. (2019). How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions. *Young Consumers*, 22(1), 131–151. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0889>
- Sania, A. A. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi LinkAja dengan Metode Theory Of Reasoned Action (TRA). *Analisis Sistem Informasi*, 73–74.
- Sari, N. (2016). *Hubungan Antara Pelaksanaan Program Keselamatan dan Kesehatan Dengan Semangat Kerja Karyawan Pada Pt. PLN (Persero) Area Makassar*. 1–63.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Trafimow, D. (2009). The Theory of Reasoned Action: A Case Study of Falsification in Psychology. *Theory & Psychology*, 19(4), 501–518. <https://doi.org/10.1177/0959354309336319>
- Wibisono, G., & Putri, D. D. A. (2018). Analyzing Factors Affecting the Use of Voluntary Disclosure Information using a Modified Theory of Reasoned Action:

- A Study in Indonesia. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 21(2), 171–194. <https://doi.org/10.33312/ijar.342>
- Widodo, T., & Putri, S. F. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(2), 134–145. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i2.34462>
- Wulandari, N. A., & Ratnasari, R. T. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Konsumen Non-Muslim Pada Produk Makanan Halal Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 687. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20204pp687-695>

Analisis Minat Penggunaan Dompert Digital LinkAja Menggunakan Theory of Reasoned Action

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	journalstkipgrisitubondo.ac.id Internet	170 words — 4%
2	Sutarman Sutarman, Sutarno JA, Nunuk Suryani, Asrowi Asrowi. "The Effect of Achievement Motivation Training to Increase Innovation for Principal Candidates in Surakarta", ICLIQE 2021: Proceeding of The 5th International Conference on Learning Innovation and Quality Education, 2021 Crossref	31 words — 1%
3	123dok.com Internet	26 words — 1%
4	repository.unissula.ac.id Internet	26 words — 1%
5	digilib.uns.ac.id Internet	25 words — 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES < 1%

EXCLUDE MATCHES OFF