

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 system pembayaran digital meningkat akhir-akhir ini. Sistem pembayaran digital memungkinkan penggunaanya 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 diperoleh dari hasil kuesioner yang diisi oleh 40 orang pengguna LinkAja dari beberapa kota di Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat. Teknik sampling yang digunakan adalah Probability Sampling dan Simple Random Sampling. Pengujian dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menemukan bahwa Niat, Sikap, dan Norma Subyektif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja.*

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

Article Info:

Received: May 20, 2022

Accepted: April 23, 2023

Available online: October 31, 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1058>

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 pasar *FinTech* dapat 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 tahun 2020, penyaluran pinjaman melalui *FinTech* bergerak dari 91,30% menjadi Rp15.319,09 miliar. Akumulasi rekening peminjam juga naik 134,59% atau menjadi 43.561.362 rekening (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 gaya hidup masyarakat yang ada di seluruh dunia, termasuk proses pembayarannya. Digitalisasi proses pembayaran digunakan oleh orang-orang untuk menekan penyebaran virus Covid-19, karena transaksi dilakukan melalui sistem *cashless* atau tidak perlu melakukan 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

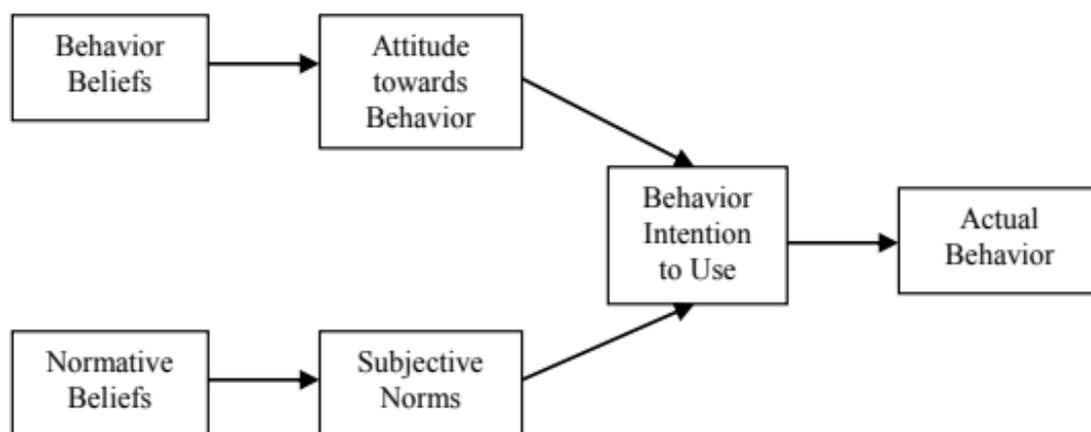
melakukan pengisian saldo, kemudahan penggunaan, dan waktu yang dipakai oleh pengguna (Ipsos, 2020).

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 meneliti faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi LinkAja, serta pengaruh niat, sikap, dan norma subjektif terhadap minat penggunaannya.

KAJIAN TEORITIS

Theory of Reasoned Action (TRA)

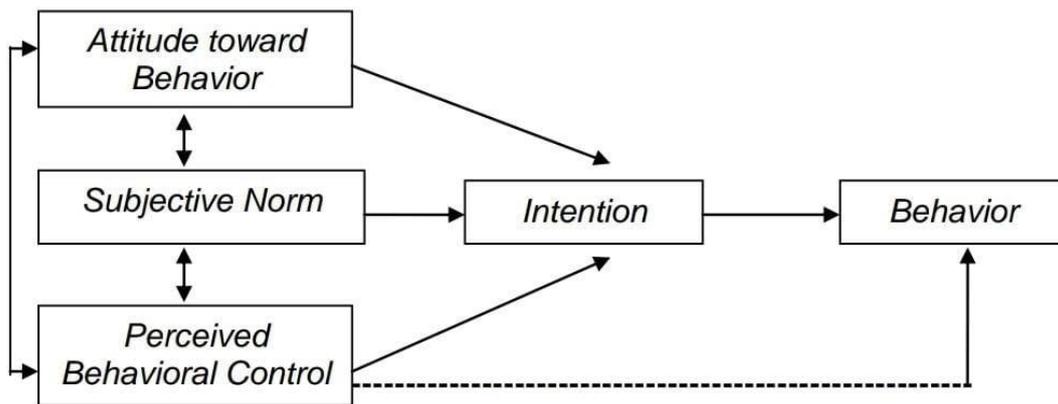
Teori utama pada riset ini adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori tersebut telah dikembangkan sebagai upaya untuk memahami hubungan sikap dengan perilaku. Pada teori TRA ini, faktor utama penentu perilaku adalah niat perilaku. Faktor yang secara langsung menentukan niat perilaku adalah sikap individu terhadap perilakunya dan norma subjektif terkait perilaku tersebut. Norma subjektif 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 (Gambar 1). 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: Wibisono & Putri (2018).

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 (Gambar2; 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

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 kuat-nya peran sumber daya (*power of control factor*) untuk merealisasikannya (Mahyarni, 2013). Lebih lanjut, penelitian 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 (2019) menggunakan TRA sebagai teori yang mendasari penelitiannya mengenai perilaku konsumen, ketika mereka berbelanja secara *online*. TRA ini berfokus pada niat seseorang untuk melakukan tindakan yang secara spesifik dilakukan. Banyak teori lain yang dapat digunakan untuk mengaitkan sikap dengan perilaku, tetapi hanya TRA yang dapat memprediksi perilaku yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mencari tahu seberapa besar kepercayaan, sikap, dan niatnya. Menurut Namoco dan Zaharudin (2021), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Theory of Reasoned Action*, yaitu:

1. Niat Perilaku yang mengungkapkan niat seseorang terhadap perilaku atau tindakan dengan cara tertentu.
2. Sikap yaitu keyakinan individu mengenai perilaku atau tindakan tertentu yang memberikan kontribusi positif atau negatif terhadap kehidupan seseorang.
3. Norma Subyektif yang berfokus pada sesuatu di sekitar individu. Keyakinan tentang keinginan sosial suatu perilaku, serta dapat dilihat dan diterima oleh orang lain.

Niat

Merupakan suatu faktor yang dapat menentukan perilaku serta dapat menggambarkan seberapa ingin mereka atau usaha mereka menentukan perilaku (Harseno & Achjari, 2021). 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. Dari uraian tersebut, hipotesis kesatu (H1) dirumuskan sebagai berikut:

H1: Niat (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja (Y).

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. Dari uraian tersebut, hipotesis kedua (H2) dirumuskan sebagai berikut:

H2: Sikap (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja (Y).

Norma Subyektif

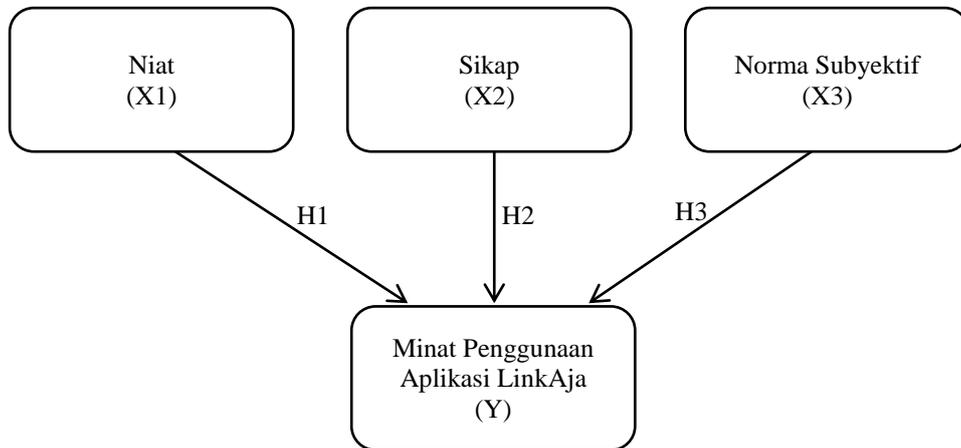
Norma Subyektif merupakan sesuatu yang dapat diartikan sebagai persepsi individu mengenai pentingnya pendapat pihak eksternal yaitu orang-orang dan lingkungan sekitar ketika akan melakukan perilaku yang akan dilakukan (Buabeng-Andoh, 2018). Norma subjektif seseorang ditentukan oleh seberapa besar peran 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. Dari uraian tersebut, hipotesis ketiga (H3) dirumuskan sebagai berikut:

H3: Norma subyektif (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja (Y).

Minat

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

suatu tindakan yang diinginkan. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi LinkAja. Variabel pada penelitian ini terdiri atas niat, sikap, dan norma subyektif sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependennya adalah minat penggunaan aplikasi LinkAja. Model penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

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

1. Studi kepustakaan (*Library research*)

Mengumpulkan teori, informasi, atau hal-hal relevan yang diperoleh dari sumber-sumber atau referensi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu dengan mengacu pada jurnal ilmiah, literatur, dan publikasi lainnya yang dapat menjadi rujukan.

2. Studi lapangan (*Field research*)

Menghimpun dan mengumpulkan data yang dapat digunakan untuk penelitian ini melalui cara penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *Google Form*.

Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teori yang berasal dari berbagai sumber referensi dijadikan sebagai dasar untuk menyusun butir-butir pernyataan dalam kuesioner penelitian yang ditujukan bagi responden pengguna aplikasi LinkAja. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menguraikan tanggapan para responden pengguna aplikasi LinkAja sebagai sampel penelitian ini mengenai minat penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk melakukan pengukuran jawaban responden (Tabel 1). Preferensi jawaban pada setiap indikator diukur melalui lima tingkatan skala Likert yang masing-masing memiliki interval yang sama, yaitu Sangat Tidak Setuju bernilai 1, Tidak Setuju (2), Kurang Setuju (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (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 (Harseno & Achjari, 2021).	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. (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 adalah pengguna aplikasi LinkAja, apabila berdasarkan *followers* Instagram, jumlahnya mencapai 941.000 akun. Namun, jumlah populasi secara pasti tidak diketahui. Sampel merupakan bagian di dalam populasi. Oleh karena itu, sampel yang tepat harus dapat menggambarkan populasi yang ada (Sugiyono, 2013). *Probability sampling* menjadi teknik penelitian yang dipakai dalam penelitian ini. Masing-masing anggota populasi (pengguna aktif aplikasi LinkAja) mendapatkan peluang yang sama terpilih menjadi unit sampel penelitian ini. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* dengan menggunakan sampel pada populasi secara acak dan strata pada populasi tidak diperhatikan (Sari, 2016). Dalam penelitian ini, Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden pengguna aplikasi LinkAja dari beberapa kota di provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat yang telah mengisi kuesioner melalui *Google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam riset ini, jumlah sampel sebanyak 40 responden yang memenuhi kriteria *sampling* penelitian. Dari jumlah responden tersebut, penelitian ini menggunakannya untuk analisis data lebih lanjut (Tabel 2).

Tabel 2. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin, Usia, dan Domisili

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	55%
Perempuan	16	40%
Memilih Tidak Menjawab	2	5%
Total	40	100%
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	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). Penelitian ini menggunakan 40 sampel responden untuk melakukan uji validitas dengan *r*-tabel pada $N=40$ sebesar 0,312 (Tabel 3). Artinya, pernyataan dalam instrumen penelitian dapat dianggap valid apabila *r*-hitung $> 0,312$. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai lebih besar dari 0,312. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang dipakai dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3. 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	

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mencari tahu seberapa besar tingkat konsistensi butir indikator dalam kuesioner pada setiap dimensi variabel (Sugiyono, 2013). Batas nilai *alpha* untuk membuktikan masing-masing butir dinyatakan reliabel adalah 0,60. Apabila hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai lebih besar dari 0,60, maka instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel >0,60 (Tabel 4). Artinya, butir-butir indikator dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

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

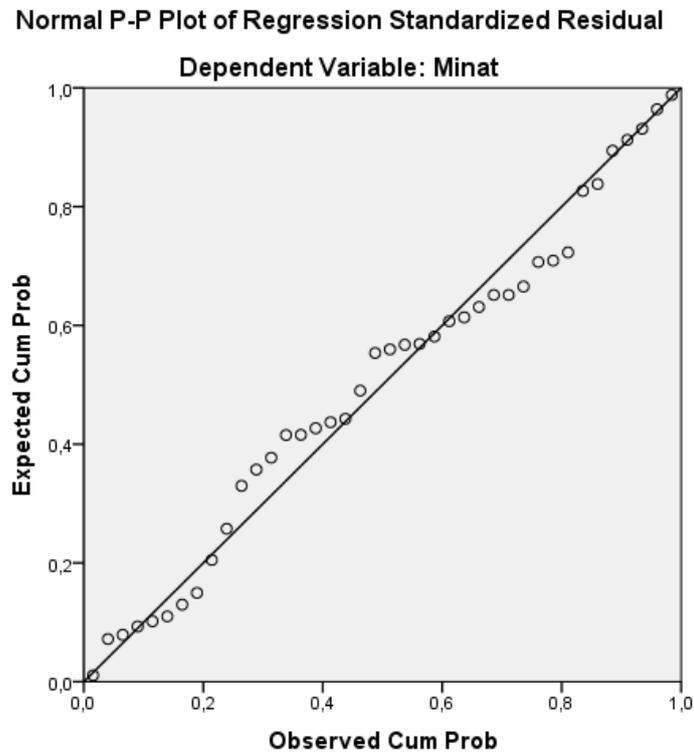
Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Digdowiseiso (2017), uji normalitas digunakan untuk melihat normal atau tidaknya penyebaran data penelitian. Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada hasil kurva normal *P-plot* dan uji Kolmogorov-Smirnov.

i. Kurva Normal P-Plot

Berdasarkan grafik pada Gambar 4, data penelitian ini berada di sekitar garis dan bergerak mengikuti arah garisnya, sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 4. Kurva Normal P-Plot

ii. Uji Kolmogorov-Smirnov

Selain menggunakan dasar grafik P-plot, penelitian ini juga menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk melihat kecenderungan distribusi datanya. Uji tersebut menunjukkan bahwa nilai P-value sebesar 0,200 yang lebih besar dari $\alpha=0.05$ (Tabel 5). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa data penelitian tersebut secara normal, sehingga uji asumsi normalitas pada riset ini terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		40
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,09368116
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,094
	<i>Positive</i>	0,094
	<i>Negative</i>	-0,087
<i>Test Statistic</i>		0,094
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Digdowiseiso (2017), multikolinearitas menggambarkan korelasi atau keterkaitan yang kuat antarvariabel bebas pada model penelitian regresi. Model regresi dapat dikatakan baik apabila nilai VIF < 10.

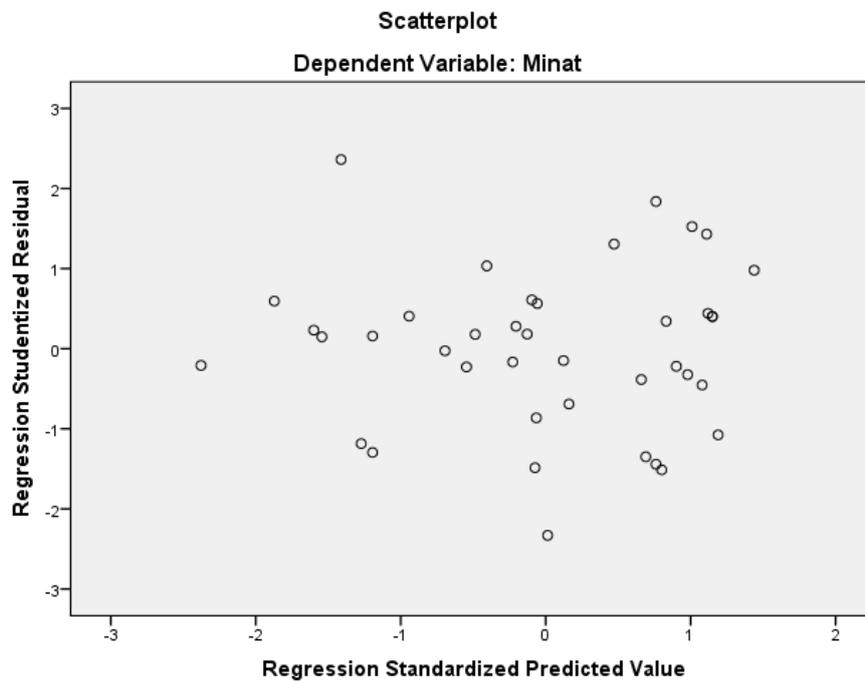
Tabel 6. Uji Multikolinearitas dan Uji Hipotesis

		<i>Coefficients^a</i>					<i>Collinearity Statistics</i>	
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.	<i>Tolerance</i>	VIF	
	B	<i>Std. Error</i>	Beta					
(Constant)	4,210	2,787		1,511	,140			
1 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 Penggunaan LinkAja.

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 6 menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

Grafik *scatterplot* pada Gambar 5 terhadap nilai residual dalam penelitian ini terlihat pola penyebaran nilai residu tidak membentuk pola tertentu. Hasil tersebut mengindi-

kasikan bahwa model regresi penelitian ini telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, atau tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pendapat atau dugaan awal yang belum teruji, sehingga penelitian ini melakukan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini agar dapat dibuktikan kebenarannya.

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan menguji berdasarkan tingkat signifikansinya. Nilai t-tabel dalam penelitian ini sebesar 2,028. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6, pengujian ketiga hipotesis dalam penelitian ini dibahas berikut ini.

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Nilai t-hitung variabel X1 sebesar $0,362 < t\text{-tabel } 2,028$ dengan tingkat signifikansi $0,719 > 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Niat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan LinkAja (Y), atau H1 ditolak.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Nilai t-hitung variabel X2 sebesar $1,977 < t\text{-tabel } 2,028$ dengan tingkat signifikansi $0,056 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Sikap (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan LinkAja (Y), atau H2 ditolak.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Nilai t-hitung $3,601 > t\text{-tabel } 2,028$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Norma Subyektif (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan LinkAja (Y), atau H3 dapat diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen Niat (X1), Sikap (X2), dan Norma Subyektif (X3) secara simultan terhadap Minat penggunaan LinkAja (Y). Nilai F-tabel dalam penelitian ini sebesar 2,86.

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	298,018	3	99,339	20,919	,000 ^b
	<i>Residual</i>	170,957	36	4,749		
	<i>Total</i>	468,975	39			

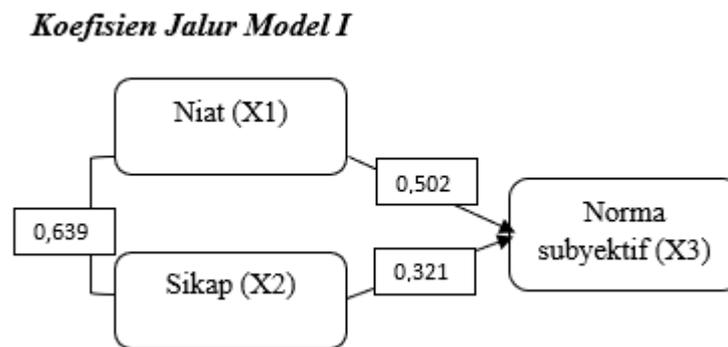
^a*Dependent Variable:* Minat.

^b*Predictors:* (Constant), Norma_Subyektif, Sikap, Niat.

Hasil uji F yang ditunjukkan pada Tabel 7 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi model penelitian ini adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $20,919 > 2,86$. Oleh karena itu, X1, X2, dan X3 berpengaruh signifikan terhadap Y secara simultan.

Analisis Jalur

Analisis jalur dalam penelitian ini menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel Niat dan Sikap yang dihipotesiskan terhadap variabel Norma Subyektif melalui model analisis jalur tahap I (Gambar 6), serta pengaruh variabel Niat, Sikap, dan Norma Subyektif terhadap Minat melalui model analisis jalur tahap II (Gambar 7).



Gambar 6. Model Analisis Jalur Tahap 1

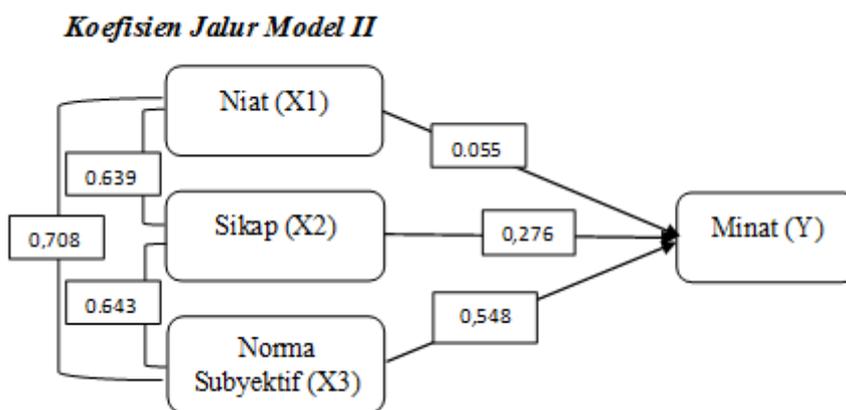
Pengaruh variabel niat dan sikap terhadap norma subyektif ditunjukkan pada analisis jalur tahap I yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara langsung, yaitu variabel niat dan sikap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap norma subyektif. Hasil tersebut dibuktikan dengan perhitungan bahwa nilai signifikansi variabel Niat (X1) = 0,001 dan Sikap (X2) = 0,029 lebih kecil dari 0,05 (Tabel 8). Hasil ini menyimpulkan bahwa koefisien jalur model I mengindikasikan bahwa variabel Niat (X1) dan Sikap (X2) berpengaruh signifikan terhadap Norma Subyektif (X3).

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur Tahap 1

Model	<i>Coefficients^a</i>				t	Sig.
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>			
	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

Selanjutnya, pengaruh variabel niat, sikap, dan norma subyektif terhadap minat ditunjukkan pada analisis jalur tahap II yang hasilnya adalah H1 dan H2 ditolak, sementara H3 dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel niat dan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan variabel norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat.



Gambar 7. Model Analisis Jalur Tahap II

Tabel 13. Hasil Analisis Jalur Model II

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	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.

Dari hasil perhitungan terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Niat (X1) = 0,719, Sikap (X2) = 0,056, dan Norma Subyektif (X3) = 0,001. Nilai signifikansi X1 dan X2 lebih besar dari 0,05, sedangkan nilai signifikansi X3 lebih kecil dari 0,05.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan nilai *R-square* sebesar 0,635, maka kemampuan variabel niat, sikap, dan norma subyektif dalam menjelaskan variasi pada variabel minat penggunaan LinkAja mencapai 63,5%, sedangkan sisanya sebesar 36,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model penelitian ini.

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 terhadap sikap. Sesuai dengan penelitian James (2011) yang menyatakan bahwa apabila seseorang memiliki niat yang tinggi, maka ia juga akan memiliki sikap yang cenderung positif. Niat adalah indikasi yang menunjukkan sejauh mana orang rela untuk melakukan sesuatu, dan sebanyak apa usaha yang dilakukannya. Semakin besar keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, maka niat yang ia miliki untuk bersikap 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 semakin positif menggunakan aplikasi tersebut.

2. Pengaruh Sikap terhadap Norma Subyektif

Dilihat dari hasil pengujian, sikap berpengaruh positif terhadap 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 dapat diartikan apabila pengguna 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 (2011), ia 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 karena itu, mereka akan mencari tahu lebih lanjut mengenai aplikasi LinkAja dengan mengamati atau melihat orang-orang di sekitarnya sampai mereka yakin dan memutuskan untuk terus menggunakan LinkAja.

4. Pengaruh Niat terhadap Minat

Hasil pengujian menyatakan bahwa niat berpengaruh positif terhadap 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). Oleh karena itu, memahami niat pengguna dalam menggunakan dompet digital LinkAja sangat penting dipahami agar dapat memprediksi setiap perilaku yang 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. Hal itu dikarenakan orang tersebut telah mempercayai LinkAja sebagai *platform e-wallet* yang mereka gunakan.

5. Pengaruh Sikap terhadap Minat

Dari Hasil pengujian terlihat bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat. Penelitian Widodo dan Putri (2021) menjelaskan bahwa sikap pengguna untuk melakukan transaksi melalui LinkAja mendorong minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Semakin baik sikap yang ditunjukkan pengguna, maka semakin tinggi minat penggunaan aplikasi LinkAja. Apabila pengguna mampu menunjukkan tindakan tertentu yang memberikan kontribusi positif terhadap aplikasi LinkAja. Hal itu berarti 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 (Gambar 6 dan 7). 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 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 (Gambar 6 dan 7). 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 (Gambar 6 dan 7). Menurut Wulandari dan Ratnasari (2020), norma subyektif seseorang cenderung mengikuti pendapat dari orang lain 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 dimiliki pengguna dengan seberapa baik persepsi atau norma subyektif yang dimilikinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melakukan uji analisis dan membahas hasilnya, 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. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan penelitiannya agar hasil yang didapatkan lebih akurat. Selain itu, penelitian berikutnya disarankan pula untuk menyertakan kontribusi dan pengaruh variabel lain yang belum disertakan dalam model penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot 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>
- Digdowiseiso, 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>
- Harseno, D. F., & Achjari, D. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-wallet di Indonesia. *Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>

- 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, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 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>