

# BAB I

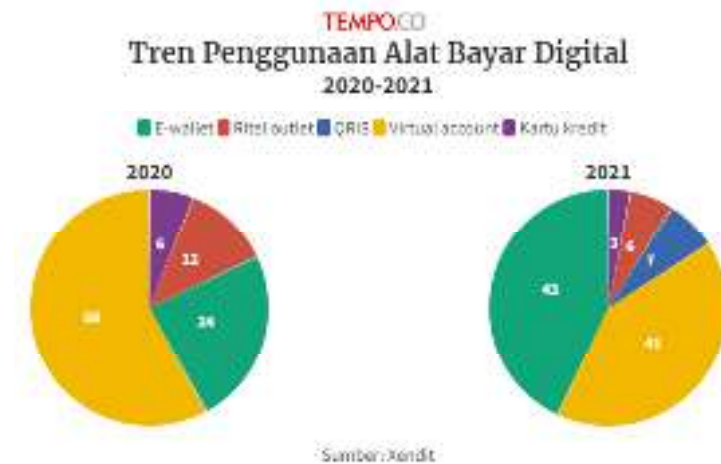
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia mempengaruhi berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat termasuk di bidang ekonomi. Teknologi sudah menjadi bagian penting dari proses kegiatan bisnis yang dilakukan oleh berbagai organisasi yang ada. Teknologi informasi dalam bidang investasi yang terus bertumbuh pesat, mengakibatkan penerimaan teknologi akan diimplementasikan menjadi suatu hal yang sangat dikritisi oleh penerima sistem informasi dan praktisi. Terciptanya tren tidak terlepas dari akibat meluasnya jaringan komunikasi dan perkembangan teknologi, terutama berkembangnya internet yang semakin maju berhasil merubah pola hidup salah satunya sistem pembayaran transaksi ekonomi di masyarakat (Budiastuti dan Muid, 2020:4).

Teknologi dan sistem informasi memiliki hubungan yang berkaitan dan terus berkembang. Saat ini telah hadir teknologi yang berinovasi dalam finansial dengan teknologi modern dibidang jasa yang disebut dengan *Financial Technology (FinTech)*. Adanya inovasi ini sejalan dengan program Bank Indonesia yaitu program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai ) yang diluncurkan pada tahun 2014, program ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat terhadap penggunaan instrumen pembayaran non tunai.

Salah satu alat pembayaran non tunai adalah dompet digital (*e-wallet*), dimana pemanfaatan teknologi aplikasi sebagai media pembayaran online yang dapat diakses melalui *smarthphone* sehingga tidak lagi memerlukan uang tunai untuk melakukan transaksi pembayaran. Dimana pada saat ini *financial technology (fintech)* ini terus meningkat para penggunanya. Dilansir dari data perusahaan *fintech* Xendit Group membeberkan tren pembayaran digital sepanjang tahun 2020-2021 menurut data yang dihimpun perusahaan dapat dilihat pada Gambar 1.1



**Gambar 1.1 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital**

Berdasarkan data perusahaan teknologi finansial (*fintech*) Xendit, dompet digital (*e-wallet*) menjadi platform pembayaran digital terpopuler pada tahun 2021. Dari 150 juta lebih transaksi digital yang diproses Xendit, 43% transaksi keuangan menggunakan *e-wallet*. Jumlah itu meningkat dari 24% di tahun 2020. *E-wallet* adalah layanan uang elektronik berbasis server yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* dengan metode pembayaran *Scan QR* (Wijyanthi, 2019:85). *E-wallet* semakin banyak digunakan masyarakat karena dinilai efisien serta sistem pendaftarannya yang mudah. Namun, tetap menjamin keamanan pengguna seperti yang dilakukan *mobile banking*.

*E-wallet* sendiri bertujuan guna memudahkan setiap pengguna menyimpan uang pada wujud elektronik serta pengguna bisa menjalankan semua aktivitas transaksi dengan lebih mudah, efisien, efektif, aman, dan nyaman. Salah satu aktivitas yang lagi digandrungi saat ini yaitu berbelanja dengan online yang berakibat pada meningkatnya pemakaian *e-wallet*. Dengan perkembangan *e-wallet* yang sangat cepat sekarang menunjukkan bahwa ini adalah salah satu cara menurunkan peredaran uang tunai.

Lidwina (2020:10) mengatakan terdapat tiga alasan utama konsumen memilih *e-wallet* daripada uang tunai, yaitu alasan pertama adalah kenyamanan sebesar 68%, karena pengguna tidak perlu repot membawa uang atau kartu debit maupun

kartu kredit. Alasan kedua promosi sebesar 23%, artinya jika promosi dihapuskan, maka konsumen cenderung tetap menggunakan *e-wallet* dan alasan ketiga adalah keamanan sebesar 9%, karena *e-wallet* memiliki fitur pencatatan riwayat transaksi dan kemudahan pemblokiran akun ketika *handphone* pengguna hilang.

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan yang menjadi primadona sebagai alat transaksi *cashless*. *E-wallet* perlahan menjadi terkenal di tengah masyarakat disebabkan karena kemudahan pada saat memperolehnya, pengguna hanya butuh mendaftar dengan mengisi aplikasi singkat, dengan persyaratan yang mudah serta tidak dibutuhkannya pemeriksaan kredit, membuatnya cocok untuk seluruh lapisan masyarakat. Salah satu contoh *e-wallet* yang sedang berkembang dan cukup terkenal di Indonesia adalah DANA. *E-wallet* DANA menjadi salah satu dompet digital yang populer meski masih dikategorikan pendatang baru, apabila dibandingkan dengan dompet digital lain seperti OVO dan GoPay. DANA baru diresmikan pada tahun 2018, tetapi jumlah penggunaannya dapat dikatakan sudah hampir menyamai *e-wallet* lainnya.



**Gambar 1.2 E-wallet yang Paling Sering Dipakai di Indonesia**

Jika dilihat dari hasil survei di atas, peringkat 5 besar teratas berdasarkan jumlah *e-wallet* yang sering dipakai di Indonesia tahun 2022 di duduki oleh *e-wallet* lokal seperti Gopay, Dana, Ovo, Shopee Pay, Link Aja. Kemudian jika kita lihat dari data diatas berdasarkan jumlah *e-wallet* yang sering dipakai di Indonesia

Gopay mendapatkan penetrasi pasar tertinggi sebesar 88%, Dana 83%, Ovo 79%, Shopee Pay 76%, Link Aja 30%, i.saku 7%, OCTO Mobile 5%, Doku 4%, Sakuku 3%, dan JakOne Mobile 2%. Dari survei yang dilakukan lembaga survei Populix dapat kita ketahui bahwa Gopay berada pada urutan pertama, DANA berada di urutan kedua, Ovo berada di urutan ketiga, Shopee Pay berada di urutan keempat dan Link Aja menempati urutan kelima.

Selanjutnya peneliti melakukan pra survey kepada 30 responden masyarakat kota Medan melalui *google form* dan penyebarannya dilakukan di media sosial untuk mengetahui data pengguna *e-wallet* di kota Medan dan alasan mereka menggunakan *e-wallet*. Hasil pra survey dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1**  
**Pengguna E-wallet di Kota Medan**

| No                | Jenis E-wallet | Jumlah Pengguna | Alasan Menggunakan E-wallet |                 |                |
|-------------------|----------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|----------------|
|                   |                |                 | Praktis dan Cepat           | Mudah digunakan | Transaksi aman |
| 1                 | Go-pay         | 1               | 1                           | 0               | 0              |
| 2                 | DANA           | 24              | 10                          | 8               | 6              |
| 3                 | OVO            | 5               | 3                           | 1               | 1              |
| <b>Total</b>      |                | 30              | 14                          | 9               | 7              |
| <b>Persentase</b> |                | 100%            | 46.7%                       | 30%             | 23.3%          |

Sumber Data : Hasil *pra survey*, data diolah peneliti, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden masyarakat kota Medan yang menggunakan *e-wallet*, 1 atau ( 3.3%) orang pemakai *e-wallet* jenis Go-pay, 24 orang atau (80%) menggunakan *e-wallet* jenis DANA, dan 5 atau (16.7%) orang menggunakan *e-wallet* jenis OVO. Diperoleh hasil bahwa *e-wallet* yang sering digunakan oleh masyarakat kota Medan adalah *e-wallet* jenis DANA karena dari data tersebut menunjukkan pengguna *e-wallet* DANA yang tertinggi di kota Medan.

Meningkatnya perkembangan *e-wallet*, menyebabkan naiknya pengguna aplikasi *e-wallet* dan alasannya tidak terlepas dari manfaat dan kegunaan yang ditawarkan oleh layanan *e-wallet*. Aplikasi *e-wallet* yang beredar saat ini menawarkan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penggunanya, seperti pada pembayaran belanja, baik secara *online* maupun di toko ritel, membayar tagihan, tiket transportasi, tiket *entertainment* (hiburan),

transfer DANA, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh aplikasi *e-wallet* yang sering digunakan adalah aplikasi DANA.

Dalam penelitian Rahmawati dan Yuliana (2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Aprilia dan Susanti (2022) dalam melakukan penelitiannya menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan variabel fitur layanan dan promosi masing-masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* OVO.

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas, penelitian oleh Rahmawati dan Yuliana (2020) akan diteliti kembali oleh peneliti untuk melakukan penelitian yang sama untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih spesifik. Namun dalam penelitian ini memiliki perbedaan yaitu pada objek dan subjek penelitian, dimana subjek pada penelitian ini adalah masyarakat, khususnya masyarakat kota Medan. Objek pada penelitian ini adalah aplikasi DANA.

Berdasarkan latar belakang dan referensi penelitian terdahulu mengenai permasalahan tersebut membuat peneliti merasa perlu untuk perbedaan lebih dalam terkait apa saja yang mempengaruhi individu memilih *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*. Pembahasan diatas menjadi dasar untuk menjalankan penelitian tentang “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Medan Dalam Menggunakan *E-wallet* (DANA) Sebagai *Digital Payment***”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*?
2. Bagaimana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*?
3. Bagaimana persepsi keamanan (*perceived of security*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan yang perlu dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi keamanan (*perceived of security*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA sebagai *digital payment*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam segi teoritis maupun praktis sehubungan dengan penelitian berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan literatur terkait topik penelitian serta sebagai referensi bagi penelitian di masa yang akan datang yang berhubungan dengan analisis

faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* dana sebagai *digital payment*.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan yang berguna untuk mengevaluasi layanannya kemudian meningkatkan jumlah pelanggan agar dapat mempertahankan posisi persaingan, khususnya dalam pelayanan transaksi keuangan secara digital.

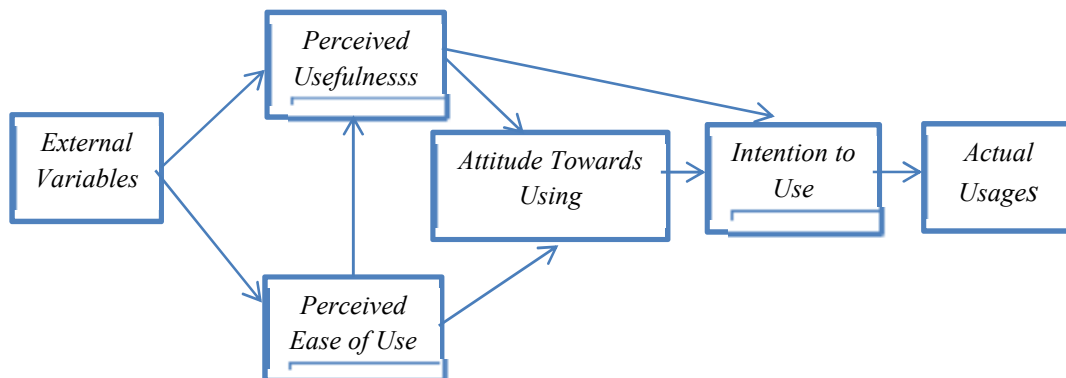
## BAB II

### LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Landasan Teori

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

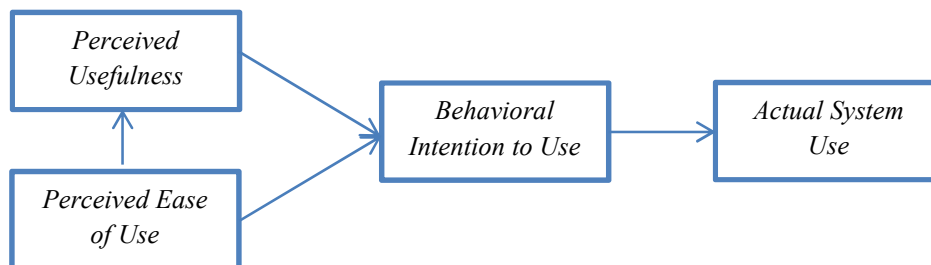
*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan sebuah model yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi. *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis, Bagozzi dan Warshaw pada tahun 1989 yang merupakan salah satu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Davis (1989) menjelaskan terdapat dua faktor utama seseorang mengadopsi sebuah teknologi yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Sedangkan persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan mengurangi usaha seseorang.



Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis, 1989



Seiring berkembangnya waktu, model TAM telah banyak mengalami modifikasi. Vankatesh dan Davis (1996:460) menyatakan eliminasi variabel sikap terhadap penggunaan pada bentuk original TAM (Jogiyanto, 2007:3).



**Gambar 2.2 Modifikasi TAM oleh Venkates dan Davis**

Penelitian ini hanya menggunakan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai faktor utama seseorang menggunakan DANA sebagai sarana pembayaran. Hal tersebut sesuai dengan Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan faktor yang paling penting dalam mengadopsi suatu teknologi atau sistem baru. Peneliti menambahkan faktor-faktor lain sebagai variabel yang mempengaruhi individu dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai sarana pembayaran yaitu persepsi keamanan.

#### **2.1.1.1 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)**

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa pengguna percaya bahwa sistem dan teknologi akan lebih efisien dan meningkatkan kinerja pengguna saat bekerja dan terdapat manfaat dari penggunaan. Definisi persepsi manfaat juga dikemukakan oleh peneliti lain. Menurut Juniwati (2014:24) persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang.

Menurut Davis (2019:24) persepsi manfaat yang tinggi berarti pengguna percaya bahwa terdapat hubungan positif antara pengguna suatu teknologi dan kinerjanya. Persepsi manfaat ini juga sejalan dengan definisi menurut Rahmatsyah (2015:19) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Definisi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Davis (2019:24) yang menyatakan persepsi manfaat yang tinggi berarti pengguna percaya bahwa terdapat hubungan positif antara pengguna suatu teknologi dan kinerjanya.

Dalam penelitian ini persepsi manfaat merupakan persepsi yang mencerminkan bahwa dengan menggunakan *e-wallet* DANA dapat meningkatkan kinerja seseorang. Penggunaan *e-wallet* dipercaya dapat memberikan manfaat dibandingkan harus membawa uang fisik secara langsung. Pengguna *e-wallet* dapat meningkatkan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi, terhindar dari risiko kejahatan karena tidak perlu membawa uang fisik secara langsung, memperoleh kenyamanan ketika melakukan transaksi.

Adapun indikator dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menurut Venkatesh dan Davis (2016:10) adalah sebagai berikut :

1. Efektivitas

Sebagai persepsi yang adanya penghemat waktu dari pengguna website atau sebuah sistem.

2. Bermanfaat bagi pengguna

Untuk mencari informasi bagi pengguna sistem.

3. Produktivitas

Dalam website atau sistem dapat meningkatkan pengetahuan dalam pencarian dengan *keyword* untuk menemukan yang diinginkan.

4. Meningkatkan kinerja

Dengan menggunakan website atau sistem dapat meningkatkan kinerja pengguna tertentu dalam penggunaannya.

### **2.1.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang

individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna Davis (2017:320). Dalam penelitian ini, untuk mengukur kemudahan penggunaan yaitu : mudah dipahami dan mudah dipelajari.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha Jogiyanto (2015:1909). Menurut Juniwati (2014:23) persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari suatu usaha. Menurut Davis (2016:320) pengertian persepsi kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa sistem teknologi yang digunakan akan memudahkan setiap pekerjaannya. Definisi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Davis (2016:320) yang menyatakan kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Dalam penelitian ini persepsi kemudahan diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa seseorang dapat mengerti, mempelajari, dan menggunakannya dengan mudah ketika menggunakan pembayaran secara digital.

Adapun indikator persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis (2016:45) adalah sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari

Ketika sistem yang diciptakan dianggap konsumen mudah untuk digunakan tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih untuk mempelajarinya.

2. Mudah digunakan

Ketika dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Jelas dan mudah dimengerti

Saat pengguna sistem tidak mengalami kebingungan dan tampilan mudah dipahami.

4. Mudah dioperasikan

Saat sistem mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar penggunaan.

### **2.1.1.3 Persepsi Keamanan (*Perceived of Security*)**

Keamanan adalah salah satu aspek yang dijadikan titik penilaian seseorang pada pengabdiosian teknologi. Menurut Kinasih dan Albari (2012:25) persepsi keamanan sebagai kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten menimbulkan kepercayaan diri mereka.

Menurut Arpaci (2015:4) persepsi keamanan merupakan derajat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan untuk mengirimkan informasi yang sensitif seperti data konsumen dan data transaksi finansial terjamin keamanannya. Sedangkan menurut Arasu dan Viswanathan (2011:14) mendefinisikan keamanan adalah inti dari sebagian besar transaksi internet. Keamanan merupakan faktor kunci yang menjadi perhatian orang menggunakan internet untuk membeli, karena sebagian transaksi dilakukan diinternet.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan merupakan keyakinan seseorang terhadap suatu teknologi tersebut dapat melindungi informasi pribadinya. Definisi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Arasu dan Viswanathan (2011:14) yang menyatakan keamanan adalah inti dari sebagian besar transaksi internet. Keamanan merupakan faktor kunci yang menjadi perhatian orang menggunakan internet untuk membeli, karena sebagian transaksi dilakukan di internet.

Dalam penelitian ini menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan dari suatu teknologi tersebut sehingga seseorang tersebut percaya untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya.

Adapun indikator persepsi keamanan menurut Raman Arasu dan Viswanathan A (2011:16) dalam Mulyana (2016: 30), sebagai berikut :

1. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

2. Kerahasiaan Data

Sangat penting nilai sebuah kerahasiaan data. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga.

### **2.1.2 Keputusan Menggunakan *E-wallet***

Landasan teori pada variabel keputusan menggunakan pada penelitian ini diekuivalenkan atau disamakan dengan teori keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) keputusan menggunakan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Alma (2016:96) keputusan menggunakan adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul pada produk apa yang akan dibeli. Menurut Peter dan Olson (2013:163) keputusan menggunakan yaitu suatu proses integritas yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan menggunakan merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Definisi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) yang menyatakan keputusan menggunakan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

### **2.1.3 Indikator Keputusan Menggunakan *E-wallet***

Indikator keputusan menggunakan menurut Kotler dan Amstrong (2016:188) adalah sebagai berikut:

#### **1. Pilihan Produk**

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

#### **2. Pilihan Merek**

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

#### **3. Pilihan Penyalur**

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lain-lain.

#### 4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

#### 5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

#### 6. Metode Pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya oleh aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan untuk membandingkan hasil penelitian yang dilakukan pada saat ini dengan hasil penelitian sebelumnya. Berikut ini merupakan hasil peneliti terdahulu yang ditemukan oleh peneliti selama melakukan penelitian ini :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Penulis/ Judul/ Tahun  | Variabel   | Metode                  | Hasil Penelitian  |
|----|---|--|-------------------------|---|
| 1. | Risma Weti Aprilia, Dewi Noor Susanti (2022) Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> DANA di Kabupaten Kebumen                                       | 1. Kemudahan (X1)<br>2. Fitur Layanan (X2)<br>3. Promosi (X3)<br>4. Keputusan Penggunaan (Y)                       | Regresi linear berganda | Fitur layanan dan promosi masing-masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan sedangkan kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.                         |
| 2. | Sukma Hayati Hakim, Arif Rahman, dan M. Syafii (2022) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>e-wallet</i> di Sumatera Utara   | 1. Persepsi Manfaat (X1)<br>2. Persepsi Kenyamanan (X2)<br>3. Persepsi Promosi (X3)<br>4. Keputusan Penggunaan (Y) | Regresi linear berganda | Persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> di Sumatera Utara.  |
| 3. | Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana (2020) Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng     | 1. Persepsi Manfaat (X1)<br>2. Persepsi Kemudahan (X2)<br>3. Persepsi Keamanan (X3)<br>4. Keputusan Penggunaan (Y) | Regresi linear berganda | Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> pada mahasiswa.  |
| 4. | Reza Nurzanita dan Novi Marlina (2020) Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening  | 1. Persepsi Manfaat (X)<br>2. Persepsi Kepercayaan (Z)<br>3. Keputusan Penggunaan (Y)                              | Kuantitatif deskriptif  | Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay di Surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.  |
| 5. | Muhamad Adi Wibowo dan Sri Suryoko (2017) Pengaruh persepsi manfaat, tarif, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan produk <i>e-money</i> (Studi kasus pada pengguna layanan gopay di kota Jakarta) | 1. Persepsi Manfaat (X1)<br>2. Tarif (X2)<br>3. Kepercayaan (X3)<br>4. Keputusan Penggunaan (Y)                    | Explanatory             | Persepsi manfaat, tarif, dan kepercayaan berpengaruh signifikan dan bersama-sama terhadap keputusan penggunaan.   |
| 6. | Dedy Gunawan Manurung dan Anne Rumondang Malau (2021) Penggunaan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dalam analisis Minat Pelaku Pengguna <i>E-Money</i> (OVO) Pada Mahasiswa                        | 1. Persepsi Kemanfaatan (X1)<br>2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)<br>3. Minat Penggunaan (Y)                   | Kuantitatif deskriptif  | Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> OVO sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> OVO. |

Sumber : Diolah oleh peneliti, (2023)



## **2.3 Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2019:95), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan *e-wallet* DANA**

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Pengertian persepsi manfaat ini juga sejalan dengan definisi menurut Davis (2019:24) persepsi manfaat yang tinggi berarti pengguna percaya bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan suatu teknologi dan kinerjanya. Rahmawati dan Yuliana (2020) dalam melakukan penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan *e-wallet* DANA**

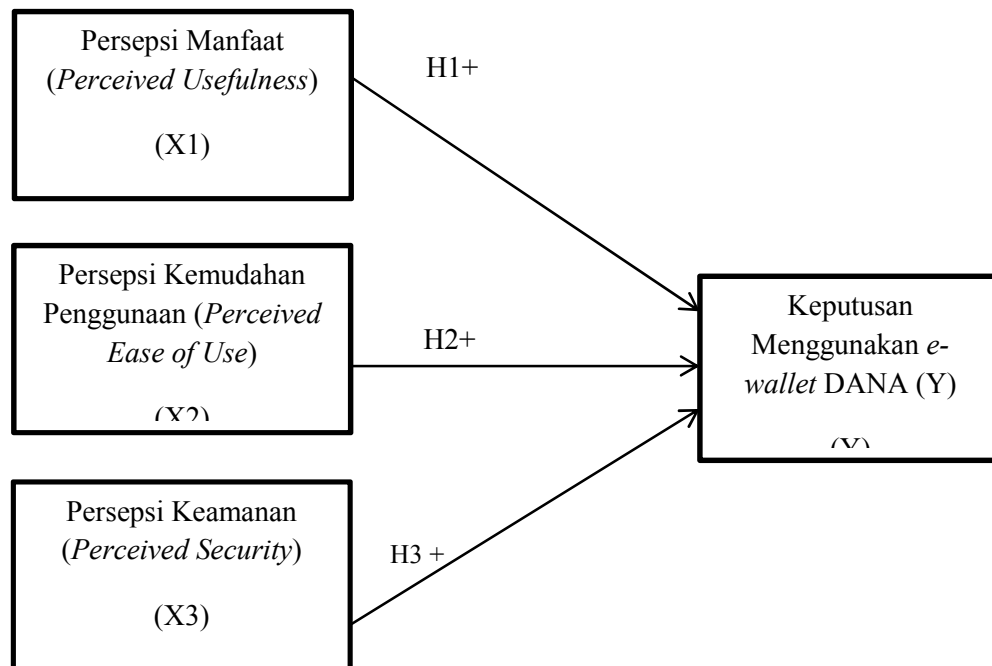
Persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana ketika menggunakan suatu teknologi yang dengan mudah digunakan dan dipahami. Kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi seseorang beranggapan tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Menurut Davis (2016:320) persepsi kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa pengguna teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Rahmawati dan Yuliana (2020) dalam melakukan penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan *e-wallet* DANA**

Persepsi keamanan adalah salah satu aspek yang dijadikan titik penilaian seseorang pada pengabdiosian teknologi. Persepsi keamanan menurut Arpaci (2015:4) merupakan derajat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan untuk mengirimkan informasi yang sensitif seperti data konsumen dan

data transaksi finansial terjamin keamanannya. Rahmawati dan Yuliana (2020) dalam melakukan penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun kerangka penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2 3**

**Kerangka Berpikir**

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2023)

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2016 : 64) menyebutkan bahwa pengembangan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dengan demikian perumusan masalah dengan tujuan penelitian yang menjadi pengembangan suatu hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA.
3. Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* DANA.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Sugiyono (2016:3) adalah “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Menurut Sugiyono (2016:11) metode survei adalah “penelitian yang digunakan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

Metode survei bertujuan untuk mempelajari pengetahuan, kepercayaan, preferensi dan kepuasan masyarakat dan mengukur berbagai besaran ini dalam populasi umum. Dalam penelitian survei informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di kota Medan, waktu penelitian akan dimulai pada bulan Mei 2023 sampai dengan selesai.

#### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016 : 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kota Medan pengguna *e-wallet* DANA yang jumlahnya tidak diketahui.

##### **3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Hair *et.al* (2010) yang dikutip Aditi dan Hermansyur

(2017) menyarankan untuk menggunakan sampel minimal 100 responden untuk memberikan hasil yang lebih baik. Dalam hal ini, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Menurut Sugiyono (2016:116) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling* yang merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Pengguna *e-wallet* DANA minimal 6 bulan
2. Konsumen yang melakukan transaksi menggunakan DANA minimal 2 kali

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Sugiyono (2016:402) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data penelitian diperoleh secara langsung dari sumbernya (responden). Pada penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang disebar oleh peneliti. Penyebaran kuesioner ini menggunakan aplikasi yang disediakan oleh *google* yaitu *google form* dan akan dikirimkan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp*.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2016:402) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data informasi yang mendukung guna membahas masalah, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuisisioner (*questionnaire*) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab, sehingga dalam hasil pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Berikut adalah ukuran dari setiap skor. Berikut adalah ukuran dari setiap skor yang dapat dilihat pada tabel 3.1 :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

| <b>Pernyataan</b>         | <b>Skala</b> |
|---------------------------|--------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5            |
| Setuju (S)                | 4            |
| Netral (N)                | 3            |
| Tidak Setuju (TS)         | 2            |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1            |

Sumber : Sugiyono, (2016)

### 3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional digunakan untuk mendefinisikan variabel secara operasional. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

| <b>No</b> | <b>Variabel</b>       | <b>Definisi</b>   | <b>Indikator</b>   | <b>Skala Pengukuran</b> |
|-----------|-----------------------|---|--|-------------------------|
| 1.        | Persepsi Manfaat (X1) | Persepsi manfaat yang tinggi berarti pengguna percaya bahwa terdapat hubungan positif antara pengguna suatu teknologi dan kinerjanya. Davis (2019:24) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efektivitas</li> <li>2. Bermanfaat bagi pengguna</li> <li>3. Produktivitas</li> <li>4. Meningkatkan kinerja</li> </ol> | Likert                  |

| No | Variabel                  | Definisi   | Indikator   | Skala Pengukuran |
|----|---------------------------|--|---|------------------|
|    |                           |  | Venkatesh dan Davis (2016:10)   |                  |
| 2. | Persepsi Kemudahan (X2)   | Persepsi kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.<br>Davis (2016:320)   | 1. Mudah dipelajari<br>2. Mudah digunakan<br>3. Jelas dan mudah dimengerti<br>4. Mudah dioperasikan<br><br>Venketesh dan Davis (2016:45)                            | Likert           |
| 3. | Persepsi Keamanan (X3)    | Persepsi keamanan adalah inti dari sebagian besar transaksi internet. Keamanan merupakan faktor kunci yang menjadi perhatian orang menggunakan internet untuk membeli, karena sebagian transaksi dilakukan diinternet.<br>Arasu dan Viswanathan (2011:14)  | 1. Jaminan keamanan<br>2. Kerahasiaan data<br>Arasu dan Viswanathan (2011:16)   | Likert           |
| 4. | Keputusan Menggunakan (Y) | Keputusan menggunakan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<br>Kotler dan Amstrong (2016:177) | 1. Pilihan produk<br>2. Pilihan merek<br>3. Pilihan Penyalur<br>4. Waktu pembelian<br>5. Jumlah pembelian<br>6. Metode pembayaran<br>Kotler dan Amstrong (2016:188) | Likert           |

Sumber : Diolah oleh peneliti, (2023)

### 3.7 Metode Analisa Data

Analisis data dilakukan dengan metode teknik *Structural Equation Model (SEM)*, yang mana penelitian ini akan menggunakan metode *SEM* dengan bantuan *software LISREL*. *SEM* merupakan generasi kedua teknik analisis *multivariate* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai suatu model.

Menurut Bollen (1989) dalam Ramadiani (2010) menjelaskan SEM dapat melakukan pengujian secara bersama-sama, yaitu model struktural yang mengukur hubungan antara *independent* dan *dependent construct*, serta model *measurement* yang mengukur hubungan (nilai

loading) antara variabel indikator dengan konstruk (variabel laten). Untuk mengetahui variabel laten yang berkaitan satu sama lain, ada ketentuan variabel laten yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

Pada penelitian ini variabel eksogen diartikan variabel bebas atau independen yang dihubungkan dengan variabel terikat, yang mana variabel tersebut adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan, sedangkan variabel endogen diartikan sebagai variabel terikat atau dependen, yang mana variabel tersebut adalah keputusan menggunakan.

### 3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), maka ketepatan pengukuran bergantung pada kesungguhan responden dalam merespon pernyataan yang diberikan. Ketepatan hasil pengukuran berdasarkan pada alat ukur yang digunakan.

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah kriteria utama keilmiahannya suatu penelitian. Validitas menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria tertentu. Validitas item kuesioner digunakan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan dalam suatu item dalam mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas pada penelitian ini dengan menggunakan program LISREL yang bertujuan untuk mengetahui faktor pada setiap indikator penelitian. *Rule of thumb* digunakan untuk menilai validitas pengukuran adalah variabel-variabel teramati yang mempunyai *t-value* dari *standardized loading factor*  $> 1,95$  dan *standardized loading factors*  $\geq 0,70$ . Pada penelitian ini menggunakan *standardized loading factor*  $\geq 0,50$  yang adalah sangat signifikan (Hair et al., 1995) dalam Wijayanto (2008:65).

#### b. Uji Reliabilitas

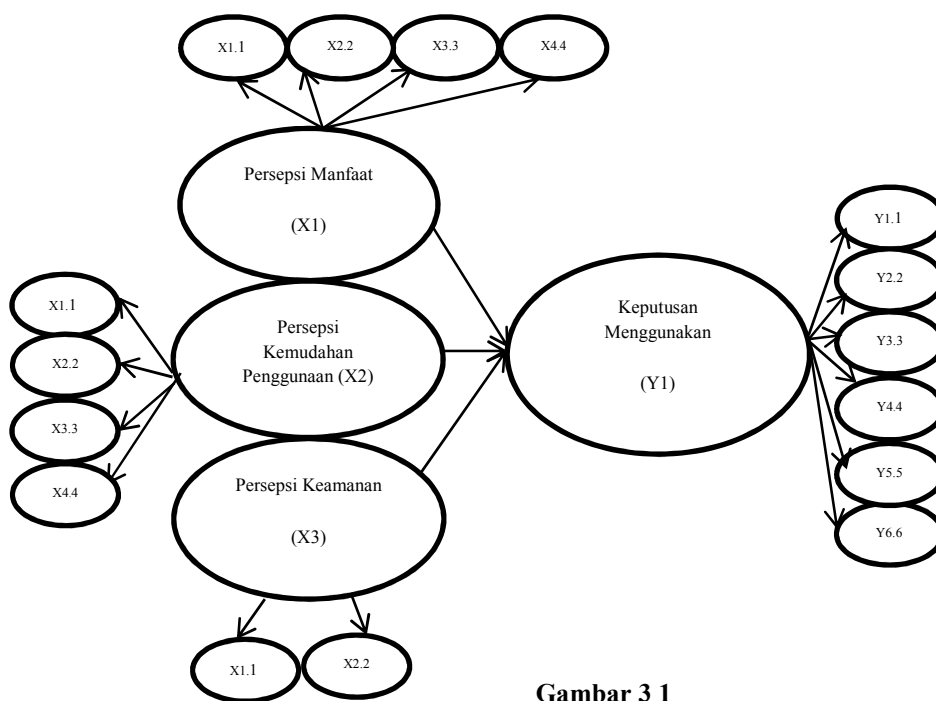
Untuk menunjukkan tingkat konsistensi atau stabilitas alat ukur atau instrumen dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur nilai *construct reliability* dan nilai *variance extracted*. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *construct reliability*  $\geq 0,70$  dan nilai *variance extracted*  $\geq 0,50$ .

### 3.9 Model dalam SEM

#### 3.9.1 Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan seperangkat hubungan antar variabel laten dan hubungan ini dapat dianggap *linear*, meskipun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan

persamaan non-linear. Dalam bentuk grafis, garis dengan satu kepala anak panah ( $\rightarrow$ ) menggambarkan hubungan regresi dalam karakter Greek ditulis “gamma” ( $\gamma$ ) untuk regresi variabel eksogen ke variabel endogen dan dalam karakter Greek ditulis “beta” ( $\beta$ ) untuk regresi satu variabel endogen ke variabel endogen lainnya, sedangkan garis dengan dua kepala anak panah ( $\leftrightarrow$ ) menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian yang dalam karakter Greek ditulis “phi” ( $\varphi$ ) untuk korelasi antar variabel eksogen (Wijayanto 2020:12) Pada model ini menghasilkan validitas prediktif (*predictive validity*). Gambar 3.1 menunjukkan model pengukuran dalam penelitian ini.



**Gambar 3 1**

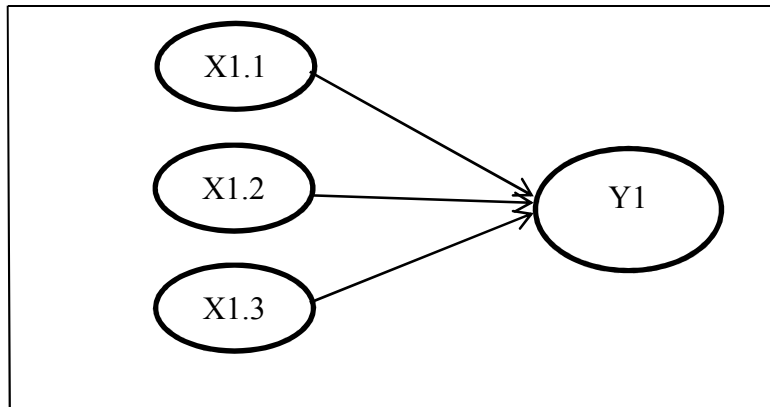
**Model Pengukuran**

Sumber : Data dioleh (2023)

### 3.9.2 Model Struktural



Model struktural menunjukkan bagaimana konstruk berhubungan satu sama lain berdasarkan teori-teori yang sudah dikembangkan sebelumnya atau berdasarkan pada teori yang cukup mapan. Sebuah diagram alur digambarkan untuk menunjukkan hubungan konstruk tersebut. Gambar 3.2 menyajikan model struktural pada penelitian ini.



**Gambar 3 2**

**Model Struktural**

Sumber : Data diolah (2023)

### 3.10 Asumsi Model Struktural dan Model pengukuran

Dalam pengujian model struktural ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebagai berikut:

a) Normalitas

Teknik estimasi dalam SEM yang menggunakan teknik *Maximum Likelihood Estimation*, maka sebaiknya asumsi normalitas pada data terpenuhi dengan tujuan untuk mengidentifikasi normalitas sebaran data. Data yang normal diperlukan untuk menghindari bias dalam analisis data. Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis*  $> 0.05$ . Apabila nilai *p-value*, *chi square*, *skewness* dan *kurtosis* dalam output LISREL menunjukkan nilai lebih dari 0.05 maka data mengikuti distribusi normal, sedangkan apabila nilai lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal.

b) Uji Kesesuaian Model

Menurut Hair et. al. (1998) dalam Wijayanto (2008:51) Ada tiga jenis kombinasi uji kesesuaian model yang sering digunakan untuk menilai sebuah model itu baik atau tidak, yaitu : ukuran kesesuaian mutlak (*Absolute Fit Measure*), ukuran kesesuaian inkremental (*Incremental Fit Indices*) dan ukuran kesesuaian parsimoni (*Parsimony*

*Fit Indices*). Untuk menguji kesesuaian model pengukuran digunakan berbagai kriteria sebagai berikut.

- 1) *Good of Fit Index (GFI)* adalah pengukuran yang menunjukkan seberapa baik model yang diusulkan menghasilkan *covariance matrix* dari indikator-indikator tiap variabel. Nilai GFI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai GFI yang tinggi menunjukkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik. Nilai GFI yang disarankan  $\geq 0,9$ .
- 2) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* adalah suatu indeks yang digunakan untuk memperbaiki kecenderungan *chi-square* menolak model yang diusulkan dalam sampel besar. Nilai RMSEA yang dapat diterima adalah  $\leq 0,08$ .
- 3) *Adjusted Goodness of Fit (AGFI)* merupakan pengukuran yang dikembangkan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* untuk model yang diusulkan dengan *degree of freedom* untuk model dasar. Nilai yang dapat diterima adalah  $\geq 0,09$ . Semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.
- 4) *Normed Fit Index (NFI)* merupakan ukuran perbandingan antara model yang diusulkan dengan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang dapat diterima adalah lebih besar atau sama dengan 0,09 ( $\geq 0,09$ ).
- 5) *Comparative Fit Index (CFI)* merupakan ukuran perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan null model. CFI merupakan perbaikan dari NFI sehingga tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel dan merupakan ukuran yang fit yang sangat baik untuk mengukur kesesuaian model. Nilai CFI yang direkomendasikan untuk indikasi model fit adalah  $> 0,90$ .