

**PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIOR INTENTION  
TO USE E-WALLET GOPAY MELALUI MEDIASI ATTITUDE  
TOWARD USING DI KOTA TERNATE**

**Christina Yanita Setyawati<sup>1)</sup>, Desiree Clarissa Polar<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup>School of Business and Management, Universitas Ciputra  
*E-mail: csetyawati@ciputra.ac.id<sup>1)</sup>\**

<sup>2</sup>School of Business and Management, Universitas Ciputra  
*E-mail: dpolar@alumni.ciputra.ac.id<sup>2)</sup>*

**Abstract**

*Gojek is a business startup that provides application-based services and has earned a Decacorn degree. Decacorn title can be awarded to business startups that have a valuation of above US \$ 10 billion. The mobile payment facility, Gopay, is one of 20 services provided by Gojek to answer the needs of people who are starting to switch from using cash to mobile payment. One's interest in using a technology is influenced by several factors. In the Technology Acceptance Model (TAM) theory, there are several factors that influence the interest in using E-Wallet, namely perceived usefulness, attitude toward using, and behavioral intention to use. The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness on behavioral intention to use e-wallet, Gopay, through mediating attitude toward using in Ternate City. The method in this research is descriptive quantitative, with analysis tools using partial least square. This study has a sample of 145 respondents. The results of the study showed that perceived usefulness influenced positively and significantly on behavioral intention to use, and attitude toward using. Attitude toward using influenced positively and significantly on behavioral intention to use. Perceived usefulness has a positive and significant effect on behavioral intention to use through attitude toward using as a mediating variable.*

**Keywords:** *attitude toward using, behavioral intention to use, perceived usefulness, Technology Acceptance Model (TAM)*

**1. PENDAHULUAN**

Gojek adalah startup bisnis yang menyediakan layanan jasa berbasis aplikasi dan telah mendapatkan gelar Decacorn, dimana gelar Decacorn dapat diberikan kepada *startup* bisnis yang memiliki valuasi di atas US\$10 miliar (CNBC, 2019). Pada tahun 2019, Gojek sudah tersebar luas hingga ke 167 kota yang ada di Indonesia, salah satu kota yang dimasuki oleh Gojek adalah Kota Ternate pada Maret 2019 dengan layanan Goride, Gofood, Gopay, Paylater, Gopulsa, Gobills, dan Gosend (Gojek, 2019). Setelah awal perekrutan *driver* dan sosialisasi, hingga sekarang masih ada beberapa pihak yang tidak dapat menerima keberadaan Gojek di Kota Ternate. Salah satu aksi penolakan Gojek yang terjadi di Kota Ternate yaitu aksi unjuk rasa

yang dilakukan oleh ratusan orang yang tergabung dalam komunitas ojek pangkalan, yang diselenggarakan pada tanggal 27 Maret 2019 di depan kantor Walikota Ternate. Selain penolakan, terjadi juga dukungan dari beberapa pihak oleh masyarakat Kota Ternate, salah satunya Aziz Hasyim, selaku pengamat ekonomi, yaitu bahwa dari segi ekonomi, kehadiran Gojek dinilai dapat menciptakan lapangan kerja baru, walaupun dari segi sosial akan memunculkan konflik antara ojek *online* dan ojek pangkalan (malutpos, 2019).

Kehadiran Gojek telah menunjukkan adanya perkembangan yang baik dimana Gojek telah bekerjasama dengan kurang lebih 60.000 penyedia jasa layanan yang memberikan banyak manfaat bagi konsumen yaitu dengan menyediakan 20 layanan,

seperti *transport & logistics* (Goride, Gocar, Gosend, Gobox), *food & FMCG* (Gofood, GoFood Festival, Gomed, Gomart), *daily needs* (Golife, Gomassage, Goclean), *news & entertainment* (Goplay, Gotix), *business* (Gobiz), *payments* (Gopay, Gobills, Gopoints, Paylater, Gopulsa). Dari 20 layanan yang disediakan tersebut, Gopay merupakan fasilitas *mobile payment* yang disediakan oleh Gojek untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang mulai beralih dari penggunaan uang tunai menjadi *e-wallet*.

Indonesia menduduki peringkat kelima sebagai negara yang menggunakan *mobile payments* dimana pada tahun 2018 Indonesia mencapai 38% pengguna *mobile payments* dan pada tahun 2019 meningkat mencapai 47% pengguna *mobile payments* (Pricewaterhouse Cooper (PwC), 2019). Morgan (2013) dan Juniarti (2018) menyebutkan bahwa *mobile payment* terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: *mobile commerce*, *mobile acceptance*, dan *mobile wallet (E-Wallet)*. Iprice yang bekerja sama dengan App Annie (perusahaan analisis data terpercaya), menyatakan bahwa Gopay telah menjadi salah satu *E-wallet* terbaik yang ada di Indonesia, walaupun Gopay menempati posisi pertama sebagai *E-wallet* terpopuler, namun bagi masyarakat Kota Ternate Gopay masih terdengar asing. Berdasarkan prasurvei yang telah dilakukan pada beberapa masyarakat Kota Ternate, tidak ada satupun yang menggunakan Gopay sebagai alat transaksi. Disisi lainnya ternyata banyak UMKM di Kota Ternate yang sudah bekerjasama dengan Gojek, hal ini dapat dilihat dari UMKM yang sudah terdaftar sebagai mitra Gofood di Kota Ternate, terdapat 776 usaha makanan dan minuman yang sudah terdaftar, dan beberapa diantaranya sudah menggunakan Gopay sebagai alat transaksi.

Juhri dan Kusuma Dewi (2017) berpendapat bahwa ada banyak teknologi yang tercipta di era digital sekarang seperti *E-Wallet*, namun ada beberapa *E-Wallet* yang masih belum dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu, Chauhan (2015) menambahkan bahwa, minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile payment (E-Wallet)*, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap

terhadap penggunaan (*attitude toward using*), sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use e-wallet* Gopay melalui mediasi *attitude toward using* di Kota Ternate.

## 2. METODE PENELITIAN

*Theory Acceptance Model (TAM)* adalah perpanjangan dari *theory of reasoned action (TRA)* dan *theory of planned behaviour (TPB)*. TRA adalah teori yang menyatakan bahwa kesiapan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dibentuk oleh sikap dan dipengaruhi oleh norma yang subjektif menurut Fishbein dan Ajzen (1975). Ajzen (1991) menjelaskan bahwa TPB menggambarkan bagaimana individu cenderung melakukan perilaku yang mengarah ke penentu perilaku aktual individu tersebut. Selanjutnya, pengembangan dari teori tersebut disebut TAM (Ajzen dan Fishbein, 1980), yang didesain khusus untuk menjelaskan perilaku penggunaan komputer (Davis, *et.al*, 1989). Juhri dan Kusuma Dewi (2017) juga menjelaskan beberapa variabel lainnya dalam teori TAM, yaitu: *attitude toward using* dan *behavioral intention to use*.

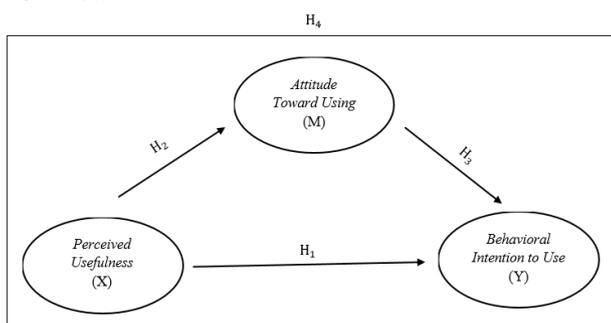
Hutami dan Septyarini (2018) menyatakan bahwa *E-Wallet* merupakan sebuah “dompet” *online* yang berfungsi untuk mempermudah pengguna dalam membayar produk-produknya dengan cara non tunai. Menurut Shaury (2019), setiap *E-Wallet* memiliki keunggulan yang berbeda-beda, dalam pemilihan penggunaan *E-Wallet* dibagi menjadi dua dimensi berdasarkan keamanan serta kemudahan penggunaan. Davis (1989) dalam Juhri dan Kusuma Dewi (2017) menjelaskan bahwa *perceived usefulness* adalah pandangan kegunaan yang dilakukan seseorang yang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu meningkatkan kinerja dari orang tersebut. Terdapat beberapa indikator dalam mengukur *perceived usefulness*, yaitu *reduce turnaround time*, *useful*, *low cost*, *easy transaction*.

Davis (1989) dalam Juhri dan Kusuma Dewi (2017) menjelaskan bahwa *attitude toward using* adalah sikap terhadap penggunaan, dimana akan ada evaluasi terhadap teknologi tersebut dan mengkaitkan teknologi tersebut terhadap pekerjaannya. Terdapat beberapa indikator dalam mengukur *attitude toward using*, yaitu *favorable*

*attitude, benefical, idea of transaction.* Davis (1989) dalam Juhri dan Kusuma Dewi (2017) menjelaskan bahwa tingkatan seberapa kuat keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Terdapat beberapa indikator dalam mengukur *behavioral intention to use*, yaitu *willingness to use, favorable opinion, intention to use*.

Juhri dan Kusuma Dewi (2017) melakukan analisis dengan memakai pendekatan *techonology acceptance model* (TAM) untuk mengetahui tentang kepercayaan dan penerimaan terhadap layanan mobile money T-Cash di Bandung. Hutami dan Septyarini (2018) meneliti faktor dalam penggunaan *E-Wallet* pada tiga *startup unicorn* dengan menggunakan teori TAM yang dimodifikasi. M Logahan dan Viliano (2017) melakukan evaluasi faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-wallet* Sakuku dari Generasi Y. Alaeddin, Rana, Zainudin, dan Kamarudin (2018) mengamati perubahan perilaku dan niat dari pembayaran tradisional dengan menggunakan uang kertas, debit atau kredit atau dompet fisik menjadi digital dengan menggunakan aplikasi *mobile* untuk melakukan pembayaran. Isrososiawan, *et.al.* (2019) meneliti pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* pada pengguna *e-wallet* "DANA". Chaouali dan Hedhli (2017) menyelidiki efek transferensi dari *attitude, trust*, pengaruh tekanan sosial pada niat mengadopsi *mobile banking*.

Dari studi terdahulu, faktor *perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norm* memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *E-Wallet*. Semakin seseorang merasakan adanya manfaat, kemudahan, dan dukungan dari orang sekitarnya maka semakin terdorong untuk menggunakan *E-Wallet* tersebut, sehingga model analisis dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Model Analisis

Empat hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: semakin meningkatnya *perceived usefulness* maka semakin tinggi *behavioral intention to use E-Wallet Gopay* di Kota Ternate.
- H<sub>2</sub>: semakin meningkatnya *perceived usefulness* maka semakin tinggi *attitude towards using E-Wallet Gopay* di Kota Ternate.
- H<sub>3</sub>: semakin meningkatnya *attitude towards using* maka semakin tinggi *behavioral intention to use E-Wallet Gopay* di Kota Ternate.
- H<sub>4</sub>: *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude towards using* sebagai variabel yang memediasi *E-Wallet Gopay* di Kota Ternate.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode penelitian survei sebagai metode penelitian. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang mengumpulkan data untuk menguji hipotesis atau pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan terkait subjek penelitian (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat dari semua umur dan kalangan di Kota Ternate yang menggunakan *E-Wallet Gopay*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dikarenakan data warga Kota Ternate yang merupakan pengguna *Gopay* tidak dipublikasikan secara umum. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Peneliti memberikan kriteria sampel yaitu masyarakat Kota Ternate yang telah melakukan transaksi dengan *Gopay*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus yang jumlah populasi tidak diketahui. Berdasarkan perhitungan dari rumus tersebut, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 384,16 atau dapat dibulatkan menjadi 385 orang, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 385 orang.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari masyarakat di Kota Ternate pengguna *Gopay*. Sumber data primer merupakan data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu untuk memenuhi kepentingan tertentu (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Penelitian ini menggunakan skala pengukuran kuesioner dengan skala likert 1-5. Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. *Perceived usefulness* sebagai variabel independen dalam penelitian ini,

*behavioral intention to use* sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, dan *attitude toward using* sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan teknik statistika multivarian, dimana terdapat perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Abdillah dan Jogiyanto 2015). Untuk mengevaluasi model PLS maka harus dilakukan evaluasi *outer model* dan *inner model* (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Definisi operasional variable dijelaskan dalam pada tabel 1 (lihat lampiran).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

Analisis data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini hanya memiliki *response rate* sebesar 37,6% dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan untuk menyebarkan kuesioner secara luas sehingga responden berjumlah 145 dari total 385 kuesioner. Proses pengisian kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dan *enumerator*, sehingga responden dapat memahami dengan jelas pertanyaan yang ada pada kuesioner. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 69,66% responden berjenis kelamin perempuan dan sisanya laki-laki, 46% berusia 17-25 tahun, dengan pendidikan terakhir SMP/SMA (73%), dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta/ lainnya (32%).

#### Uji Validitas

Pengujian validitas terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen memiliki dua parameter, yaitu faktor loading dan *average variance extracted* (AVE).

##### a. Validitas Konvergen

###### 1) Faktor Loading

Dalam validitas konvergen, *rule of thumb* untuk *outer loading*  $>0.7$ , *communality*  $>0.5$  dan *average variance extracted*  $>0.5$  (Abdillah dan Jogiyanto 2015). Indikator dengan *outer loading* antara 0,4-0,7 harus dipertimbangkan untuk dihapuskan agar nilai AVE dapat meningkat. Penelitian ini menggunakan *rule of thumb* faktor loading sebesar 0,60 dan nilai AVE  $>0,50$ . Model awal pada penelitian ini

dapat dilihat pada gambar 2. Pada tabel 2 menunjukkan faktor loading (model awal) dimana dapat dilihat nilai faktor loading, nilai korelasi antara konstruk dengan indikator yang pada awalnya belum memenuhi syarat validitas konvergen, dikarenakan terdapat beberapa indikator yang masih memiliki nilai faktor loading yang rendah. Berdasarkan hal tersebut, maka beberapa *item* indikator yang memiliki faktor loading yang rendah harus dihapus agar dapat meningkatkan nilai AVE yang masih di bawah 0,50. Indikator *perceived usefulness* memiliki faktor loading yang paling rendah, oleh karena itu beberapa faktor loading dari indikator *perceived usefulness* harus dihapus untuk meningkatkan nilai AVE. Faktor loading yang dihapuskan adalah PU2 dan PU3, setelah PU2 dan PU3 dihapuskan, nilai AVE pada indikator *perceived usefulness* meningkat. Penghapusan faktor loading ini menciptakan model baru yang dapat dilihat pada gambar 3. Gambar 3 menunjukkan model baru setelah PU1 dan PU2 dikeluarkan. Perubahan juga terjadi pada faktor loading, Faktor loading setelah perbaikan model dapat dilihat pada tabel 3. Tabel 3 menunjukkan nilai korelasi antar konstruk dengan indikator setelah PU2 dan PU3 dikeluarkan, sehingga nilai faktor loading meningkat mencapai 0,60-0,70 sehingga tidak perlu untuk mengeluarkan konstruk lainnya dari model ini.

##### 2) Average Variance Extracted (AVE)

Gambar 4 menunjukkan nilai AVE, nilai AVE pada model penelitian memiliki nilai  $>0,50$  sesuai *rule of thumb* pada validitas konvergen. Nilai AVE terendah terdapat pada indikator *attitude toward using*, yaitu 0,55. Nilai di atas 0,50 menunjukkan bahwa validitas konvergen baik.

##### b. Validitas Diskriminan

Pengukuran validitas diskriminan pada penelitian ini dilihat dari *cross loading*. *Cross loading* dapat dilihat pada tabel 4. Tabel 4 menunjukkan semua indikator valid, dikarenakan memiliki faktor loading tertinggi pada setiap variabel latennya yang dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Contohnya, pada indikator *attitude toward using* memiliki faktor loading yang lebih tinggi pada ATU1 hingga ATU5 jika dibandingkan dengan indikator *behavioral intention*

to use dan *perceived usefulness*. Nilai faktor *loading* ATU1 pada *attitude toward using* sebesar 0,630, sedangkan pada *behavioral intention to use* dan *perceived usefulness* yaitu 0,403 dan 0,416 yang memiliki nilai lebih rendah.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki *rule of thumb* nilai alpha harus lebih besar dari 0,7 (Abdillah dan Jogiyanto 2015). Tetapi, nilai *Chornbach's Alpha* sebesar 0,60-0,70 masih bisa diterima menurut *Hair et.al.* 1998. Dalam penelitian ini menggunakan *rule of thumb* sebesar 0,60. Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh nilai *cronbach's alpha* berada pada angka diatas 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner atau angket yang disebarakan oleh peneliti bersama *enumerator* dinyatakan konsisten atau reliabel. Nilai reliabilitas komposit pada tabel diatas juga menunjukan angka  $>0,70$ , sehingga kuesioner dapat dinyatakan konsisten atau reliabel.

### Uji Hipotesis

#### a. Inner Model (Model Struktural)

Dalam mengevaluasi *inner* model digunakan  $R^2$  (koefisien determinasi) dan nilai koefisien path atau *t-values* (koefisien jalur) (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

##### 1) $R^2$ (Koefisien Determinasi)

$R^2$  menunjukkan pengukuran tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Memprediksi seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh PU kepada ATU dan BITU. Semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan maka hasil nilai  $R^2$  harus semakin tinggi (Abdillah dan Jogiyanto 2015).Tabel 6 menunjukkan besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas *perceived usefulness* (PU) terhadap variabel mediasi *attitude toward using* (ATU) dan variabel terikat *behavioral intention to use* (BITU). Nilai *R Square* untuk ATU yaitu 0,359 yang artinya bahwa pengaruh yang diberikan oleh PU terhadap ATU secara simultan sedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *perceived usefulness* (X) *mobile payment* Gopay secara simultan terhadap *attitude toward using* (M) *mobile payment* Gopay pada masyarakat yang pernah menggunakan Gopay sebesar 35,9%, sedangkan sisanya sebesar 64,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya.Nilai *R*

*Square* untuk BITU yaitu 0,542 yang artinya bahwa pengaruh yang diberikan oleh PU terhadap BITU secara simultan cukup kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *perceived usefulness* (X) *mobile payment* Gopay secara simultan terhadap *behavioral intention to use* (Y) *mobile payment* Gopay pada masyarakat yang pernah menggunakan Gopay sebesar 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

2) Nilai Koefisien Jalur atau *T-Value* (*T-Statistic*) Koefisien path atau *t-values* digunakan untuk menguji signifikansi antarkonstruk. koefisien path atau *t-values* diukur melalui nilai *T-statistic*. *T-statistic* harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor, dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (Abdillah dan Jogiyanto 2015).Tabel 7 menunjukkan nilai dari *T-Statistic* yang digunakan untuk melihat besar pengaruh hubungan antar variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan variabel *attitude toward using* (M) dengan *behavioral intention to use* (Y) yang memiliki nilai sebesar 8,032 (*t-statistik*  $>1,96$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 diterima**. Kemudian, hubungan variabel *perceived usefulness* (X) dengan *attitude toward using* (M) yang memiliki nilai sebesar 11,685 (*t-statistik*  $>1,96$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 diterima**. hubungan variabel *perceived usefulness* (X) dengan *behavioral intention to use* (Y) yang memiliki nilai sebesar 4,348 (*t-statistik*  $>1,96$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 diterima**. Dan pengaruh variabel *perceived usefulness* (X) terhadap *behavioral intention to use* (Y) tetap berhubungan secara signifikansi yang dimediasi oleh variabel *attitude toward using* (M) dengan nilai sebesar 6,536 (*t-statistik*  $>1,96$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 4 diterima**.

##### 3) Uji Efek Mediasi dengan *Sobel Test*

Gambar 5 menunjukkan rumus dari *sobel test* dan pada gambar 6 menunjukkan hasil dari perhitungan *sobel test*. Hasil dari perhitungan *sobel test* menunjukkan nilai *Z* 110,069 ( $Z > 1,96$ ) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat dibuktikan bahwa *attitude toward using* dapat memediasi hubungan antara

*perceived usefulness* dengan *behavioral intention to use*.

### 3.2. Pembahasan

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use***

Berdasarkan perhitungan statistik, menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (X) berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa kegunaan dari penggunaan *mobile payment* Gopay memunculkan keinginan untuk menggunakan *mobile payment* Gopay. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya dari Taufan dan Trisno Yuwono (2019), dengan tujuan penelitian menentukan faktor-faktor yang terkait dengan niat untuk menggunakan *E-Wallet* dengan menggunakan teori TAM, hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *intention to use*. *Mean* tertinggi dari variabel *perceived usefulness* terdapat pada indikator PU5 dengan pernyataan bahwa Gopay memberikan banyak manfaat dalam bertransaksi, dan untuk variabel *behavioral intention to use* terdapat pada indikator BITU3 dengan pernyataan bahwa masyarakat yang menggunakan Gopay bersedia menggunakan Gopay di masa depan. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu, masyarakat pengguna Gopay merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi dengan menggunakan Gopay, sehingga masyarakat tetap bersedia bertransaksi dengan Gopay di masa depan.

Berdasarkan temuan ini, Gopay merasa bahwa Gopay memberikan banyak manfaat ketika bertransaksi dan akan tetap menggunakan Gopay di masa depan. Namun terdapat beberapa pendapat yang disampaikan oleh pengguna Gopay ketika di lapangan, walaupun Gopay memberikan banyak manfaat kepada masyarakat, akan tetapi di masa depan apabila ada *mobile payment* yang baru menawarkan manfaat yang lebih besar, maka mereka akan berpindah menggunakan *mobile payment* tersebut.

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using***

Berdasarkan perhitungan statistik, menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (X) berpengaruh terhadap *attitude toward using* (M),

sehingga dapat disimpulkan bahwa kegunaan dari penggunaan *mobile payment* (X) akan memunculkan sikap terhadap pengaplikasian *mobile payment* dengan baik. Hal ini didukung juga oleh penelitian sebelumnya dari Steven Hadikusuma (2019) yang menyatakan bahwa variabel *perceived usefulness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *attitude towards using*. *Mean* tertinggi dari variabel *perceived usefulness* terdapat pada indikator PU5 dengan pernyataan bahwa Gopay memberikan banyak manfaat dalam bertransaksi, dan untuk variabel *attitude toward using* terdapat pada indikator ATU4 dengan pernyataan bahwa masyarakat pengguna Gopay akan merekomendasikan Gopay kepada teman dan keluarga. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu, masyarakat pengguna Gopay merasa mendapatkan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan Gopay, sehingga masyarakat bersedia untuk merekomendasikan Gopay kepada teman dan juga keluarga.

Berdasarkan temuan ini, masyarakat pengguna Gopay merasa bahwa Gopay memberikan banyak manfaat ketika bertransaksi dan bersedia untuk merekomendasikan kepada teman dan keluarga. Namun, pada praktek di lapangan ada sebagian dari masyarakat yang merasa bahwa gopay kurang memberikan manfaat yang banyak dikarenakan di Ternate Gopay belum memberikan layanan berupa cashback seperti di kota besar lainnya, manfaat yang dirasakan saat ini adalah kemudahan bertransaksi dan juga potongan biaya pengantaran saja. Hal ini membuat *attitude toward using* sebagian masyarakat sukar untuk merekomendasikan kepada teman atau keluarga.

#### **Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use***

Berdasarkan perhitungan statistik, menunjukkan bahwa *attitude toward using* (M) berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap pengaplikasian *mobile payment* Gopay yang baik akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan *mobile payment* Gopay. Hal ini didukung juga oleh penelitian sebelumnya dari M Logahan dan Viliano (2017) yang mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-wallet* Sakuku dari Generasi Y, hasil dari penelitian tersebut *attitude towards*

*behavior* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intentions to use Sakuku of generation Y*. *Mean* tertinggi dari variabel *attitude toward using* terdapat pada indikator ATU4 dengan pernyataan bahwa masyarakat pengguna Gopay akan merekomendasikan Gopay kepada teman dan keluarga, dan variabel *behavioral intention to use* terdapat pada indikator BITU3 dengan pernyataan bahwa masyarakat bersedia untuk menggunakan Gopay di masa depan. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu, masyarakat pengguna Gopay merasa Gopay layak untuk direkomendasikan kepada teman dan juga keluarga, sehingga masyarakat akan tetap bersedia bertransaksi menggunakan Gopay di masa depan.

Berdasarkan temuan ini, Gopay memang layak direkomendasikan kepada teman dan keluarga, namun dikarenakan pendidikan masyarakat ternate yang rendah maka banyak masyarakat yang masih bingung dan tidak mengerti akan cara penggunaan Gopay. Buktinya masih banyak masyarakat yang masih belum mendownload Gojek dan menggunakan Gopay, hal ini menyebabkan *behavioral intention to use* menjadi tidak terlalu tinggi meskipun masih dalam kategori setuju menggunakan Gopay di masa depan.

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using***

Berdasarkan dari perhitungan statistik, menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (X) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *behavioral intention to use* (Y) melalui *attitude toward using* (M), sehingga dapat disimpulkan bahwa, kegunaan dari penggunaan *mobile payment* Gopay akan memunculkan keinginan untuk menggunakan *mobile payment* Gopay jika terdapat sikap pengguna yang baik. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Steven Hadikusuma (2019), untuk mengetahui tingkat adopsi dalam penggunaan salah satu *mobile payment* OVO di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Petra. Hasil dari penelitian tersebut variabel *attitude towards using* menjadi mediasi dan memperkuat hubungan antara variabel *perceived usefulness* terhadap *continued use intention*.

*Mean* tertinggi pada variabel *perceived usefulness* (X) terdapat pada indikator PU5 dengan pernyataan bahwa Gopay memberikan banyak

manfaat dalam bertransaksi. *Mean* tertinggi pada variabel *attitude toward using* (M) terdapat pada indikator ATU4 dengan pernyataan bahwa masyarakat pengguna Gopay bersedia merekomendasikan Gopay kepada teman dan keluarga. *Mean* tertinggi pada variabel *behavioral intention to use* (Y) terdapat pada indikator BITU3 dengan pernyataan bahwa masyarakat pengguna Gopay bersedia menggunakan Gopay di masa depan. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu, masyarakat pengguna Gopay merasakan banyak manfaat ketika bertransaksi menggunakan Gopay, sehingga Gopay layak untuk direkomendasikan kepada teman dan keluarga dan masyarakat pun bersedia menggunakan Gopay untuk bertransaksi di masa depan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diketahui bahwa terdapat *partial mediation* (mediasi sebagian) pada penelitian ini. *Perceived usefulness* tetap memiliki hubungan dengan *behavioral intention to use* walaupun setelah melewati *attitude toward using* yang merupakan variabel mediasi, hal ini dapat dilihat pada table diatas. Masyarakat dengan karakteristik yang berbeda akan memunculkan *attitude toward using* yang berbeda. Masyarakat pengguna Gopay yang merasa Gopay memberikan banyak manfaat akan merekomendasikan Gopay kepada teman dan keluarga karena manfaat yang diterima oleh pengguna, sedangkan masyarakat yang merasa bahwa Gopay tidak memiliki banyak manfaat kepada pengguna, maka akan sukar untuk merekomendasikan kepada teman dan juga keluarga. Berdasarkan temuan ini, masyarakat pengguna Gopay merasakan banyak manfaat yang diterima ketika bertransaksi dengan Gopay, sehingga pengguna mau merekomendasikan Gopay kepada keluarga dan tetap mau menggunakan Gopay di masa depan.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *behavioral intention to use*. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *attitude toward using*. *Attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *behavioral intention to use*. *Perceived usefulness*

berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* sebagai variabel mediasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kegunaan dari penggunaan Gopay akan memunculkan keinginan untuk menggunakan Gopay jika terdapat sikap pengguna yang baik.

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa kesulitan yang dihadapi oleh peneliti. Kesulitan yang paling utama adalah ketika menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kota Ternate, dikarenakan kondisi masyarakat terdampak pandemic Covid-19 di Kota Ternate sehingga peneliti kesulitan menemui responden secara langsung. Pihak Gopay diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat Kota Ternate tentang layanan yang diberikan serta memberikan penjelasan tentang keuntungan yang didapatkan ketika menggunakan layanan tersebut, serta dapat memberikan layanan cashback yang bekerja sama dengan pedagang yang ada di Kota Ternate. Tujuannya adalah agar pengguna Gopay dapat merasakan manfaat yang lebih. Selanjutnya, bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara lebih luas lagi agar dapat menambah jumlah responden, misalnya dengan melibatkan lebih banyak *enumerator* yang berasal dari Ternate untuk menyebarkan kuesioner karena masyarakat Ternate lebih teras leluasa dan dekat apabila berinteraksi dengan orang yang berasal dari daerah yang sama.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti berterimakasih kepada para pengguna Gopay di Kota Ternate yang telah terlibat dalam penelitian ini, dalam hal ini seluruh kuesioner yang diolah dalam penelitian ini lengkap dan dapat dilanjutkan dalam proses pengolahan data. Peneliti juga mengucapkan terimakasih atas izin yang diberikan oleh School of Business and Management Universitas Ciputra yang telah memberikan penugasan untuk dapat melangsungkan penelitian di Kota Ternate.

## 6. REFERENSI

Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.

Alaeddin, Rana, Zainudin, & Kamarudin. (2018). From Physical To Digital: Investigating Consumer Behavior of Switching To Mobile Wallet. *Journal of Management Studies*, XVII, 18-30.

Bakhri, S., Fauzi, M., & Watuniah. (2019). Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Upaya Perlindungan Masyarakat dan Pengawasan Terhadap Investasi Ilegal. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 286-296.

Batari, e. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *Journal of Management and Business*, II.

Beritamalut. (2019, Maret 28). *Berbagai Tanggapan Masyarakat Atas Hadirnya Gojek Online di Ternate*. Retrieved from Beritamalut.com: <https://beritamalut.co/2019/03/28/berbagai-tanggapan-masyarakat-hadirnya-gojek-online-di-ternate/>

Caron, P. O., & Valois, P. (2018). A Computational Description of Simple Mediation Analysis. 147-158. *The Quantitative Methods for Psycholog*. 147-158.

Cepeda, G., Nitzl, C., & Roldan, J. L. (2017). Mediation Analyses in Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Guidelines and Empirical Examples*.1-29.

Chaouali, W., & Hedhli, K. E. (2019). Toward a contagion-based model of mobile banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 69-96.

Chauhan, S. (2015). Acceptance of Mobile by Poor Citizens of India : Integrating Trust Into the Technology Acceptance Model. *Emerald Insight* , 58-68.

Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.

Davis, F., Bagozzi, R., & P.R, W. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 982-1003.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Addison-Wesley*.

- Gojek. (2019, Juli 22). *Jenis-Jenis Layanan Gojek*. Retrieved from Gojek: <https://driver.gojek.com/s/article/Jenis-Jenis-Layanan-GO-JEK-1536834537778>
- Gojek. (2020). *About Us Gojek*. Retrieved from Gojek: <https://www.gojek.com/about/>
- Hadikusuma, S. (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra. *Agora*, VII.
- Hanafiah, N. Z., Rizka, M. A., & Herlina. (2017). Efektifitas Penyelenggaraan Program Pendidikan Kewirausahaan Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Jagung Manis (Kerja Mas). *Jurnal Transformasi*, 1-6.
- Hutami, L. T., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam. *Jurnal Manajemen*, VIII, 136-145.
- Iprice. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* Retrieved from Iprice: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dewi Dirgantari, P. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Toward "DANA" E-Wallet Customer. *Jurnal Minds: Manajemen, Ide, Inspirasi*, VI, 181-192.
- Juhri, K., & Kusuma Dewi, C. (2017). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis*, 36-51.
- Juniarti, R. P. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan. *Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan*, 526-234.
- Kabarmalut. (2019, Maret 26). *Ojek Koter Tolak Kehadiran Go-Jek*. Retrieved from Kabarmalut: <https://www.kabarmalut.co.id/2019/03/26/ojek-koter-tolak-kehadiran-go-jek/>
- Kim, J. (2006). Toward an Understanding of Web-Based Subscription Database Acceptance. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, 1715-1728.
- Leni. (2017). Statistik Dekriptif. *Jurnal Hikmah*, XIV, 49-55.
- M Logahan, J., & Viliano, M. (2017). Factors Affecting Intention To Use "SAKUKU" E-Wallet Of Generation Y In Indonesia. *School of Strategic and Global Study*.
- Mallat, N., & Tuunainen, V. (2008). Exploring Merchant Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Study. *E-Service Journal*, 24-57.
- Malutpost. (2019, Februari 28). *Gojek Masuk Ternate*. Retrieved from Malut Post: <http://news.malutpost.co.id/index.php/read/2019/02/28/1/11345/gojek-masuk-ternate>
- Morgan, J. (2013). Insights from J.P. Morgan. Morgan, J.P. Available at: [www.jpmorgan.com](http://www.jpmorgan.com) [Accessed January 14, 2014].
- Pricewaterhouse. (2019, April 8). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia Penggunaan Pembayaran Mobile 2019*. Retrieved from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/08/indonesia-peringkat-kelima-dunia-penggunaan-pembayaran-mobile-2019>
- Pelupessy, M. M. (2018). Analisis Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Besi Putih di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ*, 106-117.
- Sheppard, B., Hartwick, J., & Warshaw, P. (1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research With Recommendations For Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*, 325-343.
- Social, w. a. (2019, januari). *Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum*. Retrieved from web sindo: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>
- Sofyan. (2019). Analisis Positioning E-Wallet Berdasarkan Perceptual Mapping. *Journal of Management & Business*, 73-82.
- Taufan, A., & Trisno Yuwono, R. (2019). Analysis of Factors That Affect Intention to Use. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, VIII(7), 413-419.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information System Research*, 144-176.
- Tria Hatmanti, L., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal Manajemen*, VIII, 136-145.

Universitas, I. (2018, Maret 22). *Kontribusi Gojek Terhadap Perekonomian Indonesia Melalui Mitra Pengemudi dan UMKM*. Retrieved from databoks.com:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/22/berapa-sumbangan-gojek-bagi-perekonomian-nasional>

Weerasinghe, S., & Hindagolla, M. C. (2018). Technology acceptance model and social network sites (SNS): a selected review of literature. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 142-153.

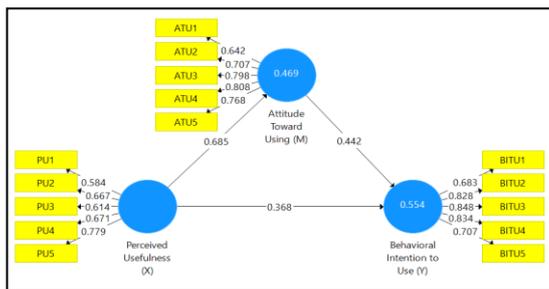
Zhang, M., & Dodgson, M. (2017). *High-Tech Entrepreneurship in Asia: Innovation, Industry and Institutional Dynamics in Mobile Payments, UK*.

7. Lampiran

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

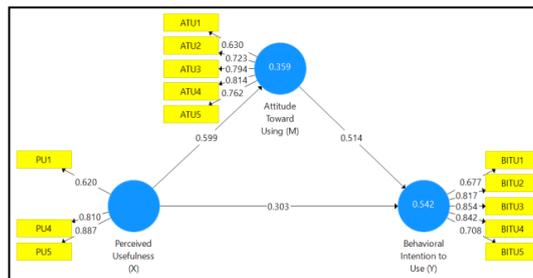
Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
<i>Perceived usefulness (X)</i>	Menurut Davis (1989) dalam Kurniatul dan Citra (2017), menjelaskan bahwa <i>perceived usefulness</i> adalah pandangan kegunaan yang dilakukan seseorang yang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari orang tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transaksi menjadi lebih cepat.</li> <li>2. <i>E-Wallet</i> memiliki kegunaan bagi pengguna.</li> <li>3. <i>E-Wallet</i> mengurangi biaya.</li> <li>4. Transaksi menjadi lebih mudah.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan Gopay akan membuat transaksi lebih cepat.</li> <li>2. Gopay memiliki kegunaan bagi pengguna.</li> <li>3. Gopay memiliki kegunaan bagi pengguna.</li> <li>4. Menggunakan Gopay akan mengurangi biaya.</li> <li>5. Menggunakan Gopay akan memudahkan transaksi.</li> </ol>	Juhri dan Kusuma Dewi (2017).
<i>Attitude toward using (M)</i>	Menurut Davis (1989) dalam Kurniatul dan Citra (2017), menjelaskan bahwa <i>attitude toward using</i> adalah sikap terhadap penggunaan, dimana akan ada evaluasi terhadap teknologi tersebut dan mengkaitkan teknologi tersebut terhadap pekerjaannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki penilaian positif .</li> <li>2. Memiliki manfaat saat digunakan.</li> <li>3. Merasakan bahwa dengan menggunakan Gopay adalah ide yang bagus.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gopay memiliki penilaian yang positif dari pengguna lainnya.</li> <li>2. Saya merasakan adanya manfaat saat menggunakan Gopay.</li> <li>3. Saya merasa menggunakan Gopay adalah ide yang bagus dalam bertransaksi.</li> </ol>	Juhri dan Kusuma Dewi (2017).
<i>Behavioral intention to use (Y)</i>	Menurut Davis (1989) dalam Kurniatul dan Citra (2017), menjelaskan bahwa tingkatan seberapa kuat keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.	Tetap menggunakan Gopay.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jika ada kesempatan saya akan menggunakan Gopay.</li> <li>2. Menurut saya Gopay sangat menguntungkan.</li> <li>3. Saya mempunyai niat untuk menggunakan Gopay.</li> </ol>	Juhri dan Kusuma Dewi (2017).

Sumber: Juhri dan Kusuma Dewi (2017)



Gambar 2. Model Awal

Sumber: data diolah peneliti, 2020



Gambar 3. Perbaikan Model

Sumber: data diolah peneliti, 2020

	Attitude Toward Using (M)	Behavioral Intention to Use (Y)	Perceived Usefulness (X)
ATU1	0.642		
ATU2	0.707		
ATU3	0.798		
ATU4	0.808		
ATU5	0.768		
BITU1		0.683	
BITU2		0.828	
BITU3		0.848	
BITU4		0.834	
BITU5		0.707	
PU1			0.584
PU2			0.667
PU3			0.614
PU4			0.671
PU5			0.779

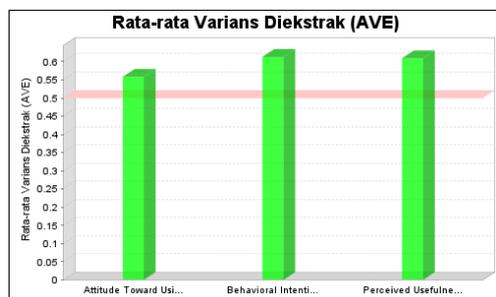
Tabel 2. Faktor Loading (Model Awal) Model

Sumber: data diolah peneliti, 2020

	Attitude Toward Using (M)	Behavioral Intention to Use (Y)	Perceived Usefulness (X)
ATU1	0.630		
ATU2	0.723		
ATU3	0.794		
ATU4	0.814		
ATU5	0.762		
BITU1		0.677	
BITU2		0.817	
BITU3		0.854	
BITU4		0.842	
BITU5		0.708	
PU1			0.620
PU2			0.810
PU3			0.887
PU4			0.887
PU5			0.887

Tabel 3. Faktor Loading setelah Perbaikan Model

Sumber: data diolah peneliti, 2020



Gambar 4. Average Variance Extracted (AVE)

Sumber: data diolah peneliti, 2020

	Attitude Toward Using (M)	Behavioral Intention to Use (Y)	Perceived Usefulness (X)
ATU1	0.630	0.403	0.416
ATU2	0.723	0.430	0.511
ATU3	0.794	0.519	0.392
ATU4	0.814	0.634	0.490
ATU5	0.762	0.578	0.427
BITU1	0.568	0.677	0.327
BITU2	0.495	0.817	0.450
BITU3	0.555	0.854	0.496
BITU4	0.628	0.842	0.533
BITU5	0.461	0.708	0.566
PU1	0.407	0.345	0.620
PU4	0.450	0.512	0.810
PU5	0.539	0.549	0.887

Tabel 4. Cross Loading

Sumber: data diolah peneliti, 2020

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2Sa^2 - a^2Sb^2}}$$

Gambar 5. Pendekatan Sobel Test

Sumber: Caron dan Valois, 2018

$$Z = \frac{11,685 \times 8,032}{\sqrt{(8,032^2)(0,051^2) + (11,685^2)(0,064^2)}} = 110,069345035483$$

Gambar 6. Sobel Test

Sumber: data diolah peneliti, 2020

Keterangan :

Z = uji signifikansi *sobel test*

a = nilai dari jalur variabel X ke variabel M

b = nilai dari jalur variabel M ke variabel Y

S<sup>2</sup> = variansi dari *path analysis*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Attitude Toward Using (M)	0.800	0.810	0.863	0.559
Behavioral Intention to Use (Y)	0.839	0.846	0.887	0.613
Perceived Usefulness (X)	0.669	0.708	0.821	0.609

Tabel 5. Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit

Sumber: data diolah peneliti, 2020

	R Square	Adjusted R Square
Behavioral Intention to Use (Y)	0.542	0.536
Attitude Toward Using (M)	0.359	0.355

**Tabel 6.  $R^2$  (Koefisien Determinasi)**

Sumber : data diolah peneliti 2020

Hipotesis		Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (  O/STDEV  )	P Values	Uji Hipotesis
H <sub>1</sub>	M -> Y	0.514	0.519	0.064	8.032	0.000	Diterima
H <sub>2</sub>	X -> M	0.599	0.606	0.051	11.685	0.000	Diterima
H <sub>4</sub>	X -> Y	0.303	0.301	0.070	4.348	0.000	Diterima
H <sub>5</sub>	X -> M -> Y	0.308	0.315	0.047	6.536	0.000	Diterima

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis**

Sumber: data diolah peneliti, 2020