

PENGARUH *PERCEIVED OF USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT* DI PROVINSI BENGKULU

Mesi Herawati¹, Muhamad Mukhsin*²
Institut Agama Islam Negeri Curup, Indonesia
E-mail: mesi@iaincurup.ac.id, mukhsin@iaincurup.ac.id
*²Corresponding Author

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin massif telah digunakan pada berbagai sisi kehidupan Masyarakat, tidak terkecuali pada bidang keuangan. Pembayaran non tunai telah didukung oleh perkembangan teknologi, sehingga banyak aplikasi *digital payment* yang berkembang di Masyarakat. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dalam bidang keuangan ternyata belum merata kepada seluruh penduduk Indonesia, hal inipun terjadi di Provinsi Bengkulu, tercatat bahwa hanya berkisar 0,13% saja dari total penduduk, jumlah inipun tidak diikuti dengan volume transaksi yang baik. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh *Perceived of Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Risk* Terhadap *Continuance Intention* Pada Penggunaan *Digital Payment* di Provinsi Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived of Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention* Pada Penggunaan *Digital Payment* di Provinsi Bengkulu. Sementara variabel *Perceived Risk* berpengaruh sebesar 2,128 terhadap *Continuance Intention* Pada Penggunaan *Digital Payment* di Provinsi Bengkulu. Sehingga dapat difahami bahwa *Continuance intention* pada penggunaan *digital payment* di provinsi Bengkulu dipengaruhi secara dominan oleh risiko pada aplikasi tersebut. Penelitiannya terbatas hanya mengkaji 3 variabel dan hanya lingkup Provinsi Bengkulu saja, sehingga untuk penelitian lebih lanjut agar bisa mengkaji lebih luas wilayah dan variable kajian.

Kata Kunci: *Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Continuance Intention, Digital Payment*

ABSTRACT

*The increasingly massive development of technology has been used in various aspects of people's lives, including in the financial sector. Non-cash payments have been supported by technological developments, so many digital payment applications are developing in the community. However, along with the development of technology in the financial sector, it has not been evenly distributed to all Indonesian populations, this also happened in Bengkulu Province, it was noted that only around 0.13% of the total population, this number was not followed by a good transaction volume. So this study aims to analyze the Effect of *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, and *Perceived Risk* on *Continuance Intention* on the Use of *Digital Payment* in Bengkulu Province. This research uses quantitative methods with SmartPLS analysis tools. The results showed that *Perceived of Usefulness* and *Perceived Ease of Use* did not affect the *Continuance Intention* of *Digital Payment* Use in Bengkulu Province. While the*

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN Vol 13 Nomor 2 (2023)

Perceived Risk variable has an effect of 2,128 on Continuance Intention in the Use of Digital Payment in Bengkulu Province. So it can be understood that the continuance intention on the use of digital payments in Bengkulu province is predominantly influenced by the risks in the application. The research is limited to only examining 3 variables and only the scope of Bengkulu Province, so that further research can be used more widely and study variables.

Keywords: *Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Continuance Intention, Digital Payment*

Naskah diterima :18-06-2023,Naskah direvisi :21-09-2023, Naskah dipublikasikan : 29-09-2023

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan hal yang terus-menerus mengalami perubahan dari waktu ke waktu, salah satunya adalah sistem pembayaran digital. Sistem pembayaran digital mengalami kemajuan yang sangat pesat, dari sistem pembayaran secara manual hingga saat ini berada di era serba digital dengan sistem pembayaran uang elektronik. Kemunculan uang elektronik di Indonesia pertama kali yaitu pada April tahun 2007 dan terus meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi, ditambah lagi dengan adanya pandemic Covid-19 yang menstimulus masyarakat untuk tidak bertransaksi secara manual (Rohmah, 2018). Berdasarkan data dari bank Indonesia jumlah pengguna uang elektronik per Agustus 2022 sudah mencapai 892,55 juta dari tahun 2009 hanya 3 juta pengguna saja (Bank Indonesia, 2022). Hal ini juga diikuti dengan penggunaan *smartphone* yang semakin memudahkan masyarakat dalam mengadopsi sistem pembayaran elektronik. Selain itu, kehadiran sistem *e-money* juga muncul sebagai jawaban atas kebutuhan pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah.

Perkembangan *emoney* ternyata juga diikuti dengan berkembangnya aplikasi *digital payment* yang memfasilitasi masyarakat dalam bertransaksi dengan *e-money*. Terdapat beberapa platform yang menyediakan fitur pembayaran *e-money* di Indonesia, diantaranya adalah OVO, *LinkAja*, *Shopeepay*, *Go-pay*, *DANA*, *isaku*, *Doku* dan lain-lain. Hal ini sesungguhnya sejalan dengan kampanye *cashless* di Indonesia yang dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan masyarakat yang mengurangi penggunaan uang secara tunai (*less cash society*) di Republik Indonesia.

Selama masa pandemic covid-19 yang melanda dunia termasuk juga Indonesia, yang memaksa masyarakat untuk mengurangi kontak langsung dengan sesama, ternyata kondisi ini memberikan ruang bagi platform *digital payment* untuk memfasilitasi masyarakat dalam bertransaksi secara digital atau tanpa kontak secara langsung. Hal ini sejalan dengan penelitian (Handoko, 2022) yang menyebutkan bahwa pandemic covid-19 secara signifikan mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi pembayaran melalui *mobile payment*. Selain itu (Wang et al., 2022) menemukan bahwa *physical distancing* mempengaruhi penggunaan terhadap *system cashless payment*. Selain dari pada itu, penelitian (Khan et al., 2021) menyebutkan bahwa masyarakat Pakistan tidak menyukai *system digital payment* di negaranya, namun pada masa pandemic covid-19 masyarakat lebih memilih *system cashless* untuk menghindari kontak fisik dengan masyarakat lain.

Beberapa hasil penelitian ini juga diikuti dengan data dari Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna uang elektronik selama masa pandemic covid-19 terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari penggunaan uang elektronik pada tahun 2019 yang berjumlah 292,30 juta, tahun 2020 berjumlah 432,28 juta dan tahun 2021 berjumlah 572,32 juta pengguna (Bank Indonesia, 2022). Seiring dengan pertumbuhan pengguna uang elektronik yang semakin meningkat pada masa pandemi covid-19, ternyata hal tidak sejalan dengan volume transaksi yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini terlihat dari data Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa pada tahun 2019 volume transaksi *e-money*

berjumlah 7.053.583 transaksi, pada tahun 2020 berjumlah 15.043.475 transaksi, dan tahun 2021 berjumlah 1.287.986 transaksi (Bank Indonesia, 2022). Data ini menunjukkan, ternyata ada penurunan volume transaksi *e-money* pada masyarakat Indonesia.

Begitu pula yang terjadi jika dilihat dari data per provinsi yang mengalami peningkatan pengguna *e-money* dari tahun ketahun. Hal ini sejalan dengan data pengguna *e-money* di provinsi Bengkulu yang juga terus mengalami peningkatan. Namun jika dilihat data per Provinsi dibandingkan dengan jumlah penduduk terlihat bahwa Provinsi Bengkulu merupakan provinsi dengan jumlah pengguna *e-money* yang kecil, dari total penduduk 2,050,000 juta jiwa pengguna *e-money* hanya sejumlah 0,27 juta jiwa saja, artinya hanya ada 0,13% pengguna *e-money* di Provinsi Bengkulu. Jika kita bandingkan dengan Provinsi Kepulauan Riau yang penduduknya hampir sama dengan Provinsi Bengkulu yaitu sebanyak 2,1 juta jiwa, pengguna *e-money* di Provinsi Kepulauan Riau sudah mencapai 1,76 juta pengguna artinya 83% penduduk Provinsi Kepulauan Riau sudah menggunakan *e-money*. Dengan demikian, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai variable yang mempengaruhi loyalitas atau pemakaian berkelanjutan pada penggunaan *digital payment* khususnya di Provinsi Bengkulu.

Banyaknya platform *digital payment* di Indonesia, tentu membuat persaingan antar penyedia jasa *e-money* semakin ketat. Sehingga platform penyedia jasa *e-money* atau *digital payment* ini perlu meningkatkan system pada aplikasi mereka agar bisa terus digunakan oleh masyarakat. Penggunaan berkelanjutan ini biasa disebut dengan *Continuance Intention*. *Continuance Intention* adalah Langkah selanjutnya setelah seseorang memutuskan untuk mengadopsi sistem tertentu. Seorang pengguna akan membentuk pendapat mereka saat pertama kali menggunakan fitur, jika pengguna merasakan manfaatnya maka akan menimbulkan kepuasan, sehingga ingin terus menggunakan fitur tersebut (Bhattacharjee, 2001). Dengan demikian, individu dapat membentuk keinginan dalam mencari informasi, menceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya menggunakan sebuah produk atau jasa atau tidak menggunakan produk tersebut. Maka disinilah tugas dari penyedia jasa *digital payment* untuk terus berinovasi supaya teknologi yang ditawarkan kepada masyarakat bisa digunakan secara terus-menerus.

Terdapat beberapa penelitian tentang *Continuance Intention* pada penggunaan *digital payment*. (Cheng et al., 2021) menyatakan bahwa *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *self expression* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention* dalam menjalankan sebuah aplikasi. (Oentoro, n.d.) menyebutkan bahwa *consumer's intention to use* secara langsung dipengaruhi oleh Attitude melalui *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*. (Laksamana et al., 2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *perceived risk*, *perceived of usefulness*, dan *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention* melalui sikap konsumen. Akan tetapi (Sun Ryu, 2017) menemukan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*. (Norshidah et al., 2014) menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak mempengaruhi *continuance intention* pada *online shopping website*. (Ferreira et al., n.d.) juga menemukan bahwa *perceived of usefulness* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*.

Melalui beberapa penelitian di atas, ditemukan bahwa variable *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *continuance intention*, namun beberapa penelitian juga menyatakan bahwa variabel *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*. Artinya ketiga variable ini masih memiliki kesalahan terhadap hubungannya dengan variable *continuance intention*, sehingga perlu diteliti lebih lanjut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Technology Acceptance Model TAM* dengan variable *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use*. Namun ada tambahan variabel *perceived risk* yang juga di jadikan variabel ketiga, sebagaimana dari beberapa penelitian yang dikemukakan di atas bahwa *perceived risk* juga memiliki pengaruh terhadap *continuance intention*.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* terhadap *continuance intention* pada

penggunaan aplikasi *digital payment* di Provinsi Bengkulu. Secara praktis penelitian ini akan memberikan kontribusi dan masukan bagi para produsen yang memiliki aplikasi *digital payment* agar bisa terus berinovasi menyediakan layanan yang dapat memberikan kepuasan penuh bagi pengguna sehingga dapat meningkatkan loyalitas pengguna.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini mengadopsi teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang digunakan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi (Lee & Panteli, 2010). Meskipun TAM pertama kali diperkenalkan dan diterapkan di konteks teknologi, khususnya di bidang sistem informasi, sekarang banyak diterapkan pada sistem lainnya disiplin ilmu, termasuk pemasaran, *e-commerce* dan *platform online*. Menurut TAM, ada dua faktor penentu, *Perceived of usefulness* dan *perceived ease of use*. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Davis dimana *Perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan indikator yang diturunkan dari teori *Technology Acceptance Model (TAM)* ini.

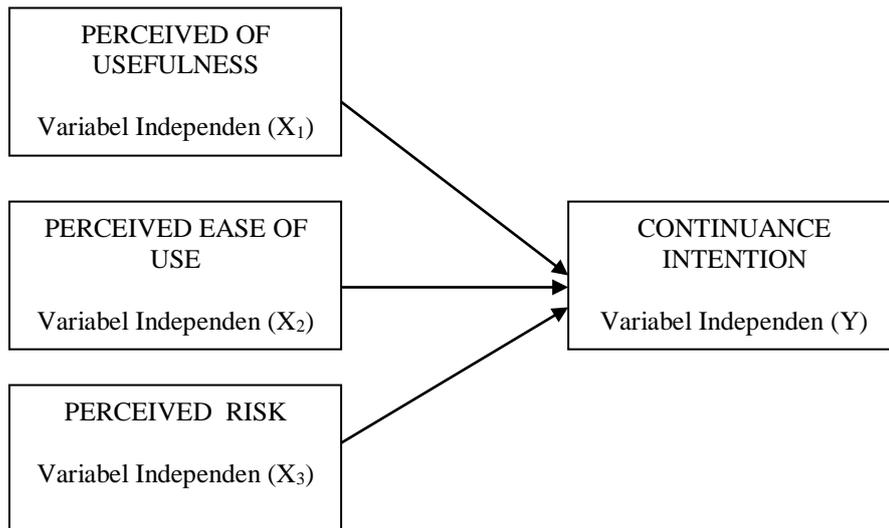
Perceived of usefulness didefinisikan sebagai probabilitas subjektif pengguna sistem aplikasi yang akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). *Perceived of usefulness* bisa diartikan seberapa besar individu percaya bahwa teknologi bisa berguna sehingga dapat meningkatkan produktivitas pengguna. Berdasarkan penelitian (Shiau et al., 2020) ditemukan bahwa *Perceived of usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* pada penggunaan *financial technology*. Penelitian (Inan et al., n.d.) juga menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara *Perceived of usefulness* terhadap *continuance usage intention* pada penggunaan M-Banking.

Perceived ease of use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa pada penggunaan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem yang akan digunakan terbebas dari kesulitan dalam penelitian Cheng disebutkan bahwa *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *self expression* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention* (Cheng et al., 2021) dalam menjalankan sebuah aplikasi. Dalam penelitian Veljko menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* pada penggunaan aplikasi serta sikap mempengaruhi *continuance intention* secara signifikan (Veljko et al., 2019).

Perceived risk adalah persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna. Menurut (Schierz et al., 2010) menyatakan bahwa *perceived risk* merupakan ekspektasi kerugian, semakin besar tingkat ekspektasi kerugian yang dirasakan konsumen maka akan semakin tinggi tingkat risiko yang akan dihadapi. Penelitian Raman menyatakan bahwa *perceived risk* mempengaruhi *continuance intention* pada penggunaan *mobile payment system* di India (Raman & Aashish, 2021). Sejalan dengan itu (Poromatikul et al., 2021) juga menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh secara langsung terhadap *continuance intention* pada penggunaan *mobile banking apps*.

Berdasarkan beberapa teori dan penelitian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah

1. *Perceived of usefulness* mempengaruhi *continuance intention* pada penggunaan *digital payment*
2. *Perceived ease of use* mempengaruhi *continuance intention* pada penggunaan *digital payment*
3. *Perceived risk* mempengaruhi *continuance intention* pada penggunaan *digital payment*



Gambar 1 : Krangka Pikir

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk menjelaskan pengaruh antara *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi *digital payment*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif aplikasi *digital payment* di Provinsi Bengkulu sebanyak 270.000 pengguna. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuisioner *online*. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan metode, dengan kriteria sampel yaitu pengguna yang memiliki aplikasi *digital payment*, menggunakan aplikasi minimal selama 3 bulan terakhir, dengan minimal transaksi Rp. 150.000 perbulan. Teknik analisis data dengan Smart PLS (*Partial Least Square*).

Teknik dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada teknik penentuan sampel yang dikemukakan oleh (Ferdinand, 2014) yaitu jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Pada penelitian ini terdapat 21 parameter yang digunakan angket penelitian. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden.

Kuisioner dalam penelitian ini di buat berdasarkan indikator-indikator pada setiap variable penelitian. Indikator *perceived of usefulness*, *perceived ease of use* diadopsi dari penelitian (Davis, 1989), indikator *perceived risk* diadopsi dari penelitian Liao Xio dalam (Yusnidar et al., 2014), dan indikator *continuance intention* diadopsi dari penelitian (Shang & Wu, 2017) dan seluruh indikator diukur dalam bentuk skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dari responden yang memenuhi kriteria ditemukan bahwa dalam kurun waktu tiga bulan terakhir (Desember 2022-Februari 2023) responden yang bertransaksi melalui *digital payment* dengan nominal Rp.150.000 sebanyak 21,9%, 23,8% dengan nominal transaksi Rp.151.000-Rp.250.000, dan sebanyak 54,3% dengan nominal Rp. >Rp.250.000, dengan kata lain responden sudah aktif menggunakan aplikasi *digital payment*. Sementara itu berdasarkan aplikasi *digital payment* yang digunakan, yang paling mendominasi adalah aplikasi DANA yakni sebanyak 40 responden, yang kedua ada aplikasi Mobile Banking sebanyak 26 responden, shoopee pay sebanyak 15 responden, GoPay sebanyak 16 responden, OVO sebanyak 14 responden dan LinkAja sebanyak 4 responden. Beberapa responden ada yang menggunakan lebih dari satu aplikasi *digital payment*.

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN

Vol 13 Nomor 2 (2023)

Sebelum mengukur pengaruh antar variabel maka harus melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas terdapat dua jenis yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen diuji menggunakan AVE (*Average Variance Extracted*), dan semua variabel memiliki nilai AVE diatas 0,500 yang berarti uji validitas konvergen dapat diterima. Diskriminan validitas diuji dengan menggunakan *cross-loading factor*. Nilai *cross-loading* tiap variabel lebih besar konstruksi mereka daripada konstruksi lainnya. Oleh karena itu, semua variabel lulus uji validitas diskriminan.

Pengujian reliabilitas, dilihat dari dua hasil uji yaitu *composite reliability* dan *chronbach's alpha*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* dan *chronbach's alpha* $\geq 0,7$. Hasil uji variabel pada penelitian ini memiliki nilai diatas 0.7, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel penelitian dapat diterima. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. *Convergent Validity dan Reliability*

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>AVE (Average Variance Extracted)</i> ,
X1	0.967	0.968	0.973	0.858
X2	0.949	0.951	0.959	0.796
X3	0.950	0.953	0.960	0.801
Y	0.890	0.890	0.932	0.820

Sumber: data diolah SmartPLS.4; 2023

Tabel 2. *Hasil Uji Diskriminan Validity*

Variabel	Pertanyaan kuisisioner	Nilai loading factor
<i>Perceived of Usefulness (X1)</i>	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> memungkinkan saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat	0.918
	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> meningkatkan kinerja pekerjaan saya	0.922
	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> dapat meningkatkan produktivitas saya	0.940
	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> dapat meningkatkan efektivitas pekerjaan saya	0.925
	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> memudahkan pekerjaan saya	0.926
	Secara keseluruhan saya merasa Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> berguna dalam pekerjaan saya	0.926
<i>Perceived Ease of Use (X2)</i>	Saya merasa mudah saat mempelajari penggunaan aplikasi dalam Bertransaksi melalui <i>digital payment</i>	0.883
	Saya merasa mudah ketika mengontrol penggunaan aplikasi dalam Bertransaksi melalui <i>digital payment</i>	0.880
	Saya merasa mudah memahami system pada aplikasi dalam Bertransaksi melalui <i>digital payment</i>	0.931
	Saya merasa mudah Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> dengan menggunakan aplikasi dimanapun dan kapanpun	0.867
	Saya tidak membutuhkan banyak usaha agar terampil dalam menggunakan aplikasi dalam Bertransaksi melalui <i>digital payment</i>	0.866
	Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> sangat mudah untuk digunakan	0.923
<i>Perceived Risk (X3)</i>	Saya percaya bahwa bertransaksi melalui <i>digital payment</i> menghindari saya dari kerugian finansial	0.868
	Saya percaya bahwa lingkungan saya akan menanggapi dengan positif ketika saya bertransaksi melalui <i>digital payment</i>	0.899

Variabel	Pertanyaan kuisisioner	Nilai loading factor
	Saya percaya bahwa bertransaksi melalui <i>digital payment</i> sesuai dengan yang saya harapkan	0.937
	Saya percaya bahwa bertransaksi melalui <i>digital payment</i> tidak menya-nyiakan waktu saya	0.879
	Saya percaya bahwa bertransaksi melalui <i>digital payment</i> merupakan transaksi yang aman dan tidak membahayakan diri saya dan orang lain	0.882
	Saya percaya bahwa bertransaksi melalui <i>digital payment</i> membuat saya menjadi lebih percaya diri	0.903
Continuance Intention (Y)	Saya Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> secara intens	0.910
	Saya sering menggunakan <i>digital payment</i> dalam berbagai transaksi	0.930
	Saya merekomendasikan Bertransaksi melalui <i>digital payment</i> kepada orang lain	0.877

Sumber: data diolah SmartPLS.4; 2023

Tabel 3. Nilai R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Y	0.678	0.668

Sumber: data diolah SmartPLS.4; 2023

Hasil nilai R-Square menandakan bahwa *Perceived of Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Risk* mempengaruhi *Continuance Intention* sebanyak 67,8% sedangkan sebanyak 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari berbagai penelitian variabel yang mempengaruhi *continuance intention* yaitu *trust* dan *user satisfaction* (Susanto et al., 2016) kemudian *customer satisfaction* (Olivia & Marchyta, 2022) dan masih banyak lagi.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

	Original sample	Mean	Standar deviation	T-statistic	P-values
X1 – Y	0.229	0.227	0.128	1.787	0.074
X2 – Y	0.285	0.278	0.175	1.624	0.105
X3 – Y	0.348	0.359	0.164	2.128	0.033

Sumber: data diolah SmartPLS.4; 2023

Pengujian hipotesis menggunakan alat ukur yaitu tingkat kepercayaan sebesar 95%. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 dengan batas error ($\alpha 5\% = 0.05$) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti. Begitu juga sebaliknya apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih kecil dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima ditolak.

Berdasarkan data kuisisioner yang telah didapatkan oleh peneliti, responden yang didapatkan didominasi oleh responden dengan nominal transaksi Rp. >Rp.250.000 sebanyak 54,3%. Artinya responden didominasi oleh pengguna aktif. Sedangkan platform transaksi didominasi oleh pengguna aplikasi DANA yaitu sebanyak 40 responden, serta beberapa responden menggunakan lebih dari satu aplikasi *digital payment*.

Hasil olah data yang telah disajikan, pada uji validitas dan uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dapat dikategorikan valid dan reliabel. Hal ini terlihat dari nilai AVE seluruh indikator diatas 0,500 dan hasil uji diskriminan validitas diuji dengan menggunakan *cross-loading factor*. Nilai *cross-loading* tiap variabel lebih besar konstruksi mereka daripada konstruksi lainnya. Oleh karena itu, semua variabel lulus uji validitas diskriminan. Sedangkan uji reliabilitas seluruh indikator memiliki nilai *composite reliability* dan *chronbach's alpha* lebih dari $\geq 0,7$, sehingga seluruh indikator lulus uji reliabilitas.

Hasil pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya diketahui bahwa *variable perceived of usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan *digital payment* di Provinsi Bengkulu dengan nilai dengan nilai T-Statistik 1.787 yang lebih kecil dari T-Tabel sebesar 1,96. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hal ini menandakan bahwa nilai guna dan manfaat pada aplikasi *digital payment* sangat belum dirasakan oleh masyarakat provinsi Bengkulu. Nilai indikator paling tinggi terdapat pada peningkatan produktivitas responden dalam menggunakan aplikasi *digital payment*. Artinya peningkatan produktivitas pada penggunaan *digital payment* ini mendorong responden untuk terus menerus menggunakan aplikasi tersebut dalam berbagai transaksi. Namun peningkatan nilai guna dari aplikasi *digital payment* harus terus ditingkatkan sehingga bisa memberikan nilai manfaat bagi para pengguna khususnya Masyarakat Provinsi Bengkulu. Selain dari perbaikan pada aplikasi *digital payment* edukasi juga diperlukan bagi masyarakat, sehingga bisa memanfaatkan teknologi yang ada pada *digital payment*.

Hipotesis yang kedua dari hasil olah data juga ditolak, *variable perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi *digital payment* pada masyarakat Bengkulu dengan nilai T-statistik sebesar 1,624. Hal ini menandakan bahwa aplikasi *digital payment* belum memberikan kemudahan bagi para responden, dan kemudahan juga belum dirasakan dalam pengoperasionalan aplikasi *digital payment*, sehingga responden merasa bahwa diperlukan usaha yang banyak dalam bertransaksi dengan *digital payment*.

Variabel *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan *digital payment* di Provinsi Bengkulu. Hal ini sejalan dengan penelitian (Norshidah et al., 2014) menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak mempengaruhi *continuance intention* pada *online shopping website*. (Ferreira et al., n.d.) juga menemukan bahwa *perceived of usefulness* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*. Pada hipotesis pertama dan kedua didapatkan hasil bahwa *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan *digital payment*. Hal ini tentu menjadi hasil yang wajar jika kita melihat data yang disampaikan sebelumnya bahwa hanya ada 0,13% pengguna *e-money* di Provinsi Bengkulu. Sehingga perlu adanya kegiatan yang dapat meningkatkan literasi keuangan digital pada Masyarakat Bengkulu.

Hipotesis yang ketiga yaitu *perceived risk* dari hasil olah data diterima, *variable perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi *digital payment* pada masyarakat Bengkulu. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Sun Ryu, 2017) menemukan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*. Akan tetapi penelitian lain oleh (Laksamana et al., 2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *perceived risk*, *perceived of usefulness*, dan *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention* melalui sikap konsumen. Hal ini berarti responden merasakan keamanan dalam bertransaksi melalui *digital payment*, sehingga terhindar dari kekhawatiran terhadap risiko-risiko negatif yang timbul dari penggunaan *digital payment*.

PENUTUP

Simpulan

Perceived of usefulness dan *perceived ease of use* pada penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan *digital payment* pada Masyarakat Bengkulu. Hal ini berarti bahwa kemudahan dan nilai guna belum dirasakan oleh Sebagian besar Masyarakat Provinsi Bengkulu. Hal ini juga sejalan dengan tingkat penggunaan *e-money* yang hanya sebesar 0,13% pengguna dari total 2,05 juta jiwa. Namun pada hipotesis terakhir bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan *digital payment* pada Masyarakat Bengkulu. Walaupun kegunaan dan kemudahan belum dirasakan, namun Sebagian besar pengguna *digital payment* tidak merasa khawatir terhadap risiko-risiko yang timbul dari transaksi melalui *digital payment*. sehingga dapat difahami bahwa loyalitas pengguna pada aplikasi *digital payment* di Masyarakat Provinsi

Bengkulu secara dominan lebih dipengaruhi oleh besar kecilnya factor risiko yang ada pada aplikasi tersebut.

Saran

Dari hasil penelitian ini, maka diperlukan peningkatan literasi serta menyebarluaskan edukasi tentang pembayaran *cashless* melalui *digital payment* sehingga bisa meningkatkan literasi teknologi digital pada keuangan khususnya, dan juga inklusi keuangan khususnya pada Masyarakat Provinsi Bengkulu. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variable yang dikaji, yang hanya mengkaji 3 variabel yang dapat mempengaruhi *continuance intention*. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas kajian wilayah penelitian serta variable penelitian.

REFERENSI

- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Cheng, L.-K., Huang, H.-L., & lai, C.-C. (2021). Continuance intention in running apps: the moderating effect of relationship norms. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2020-0143>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP. Universitas Diponegoro.
- Ferreira, A., Miranda Silva, G., & Lopes Dias, A. (n.d.). Determinants of continuance intention to use mobile self-scanning applications in retail. *International Journal of Quality & Reliability Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2021-0032>
- Handoko, I. (2022). Customers' continuance usage of mobile payment during the COVID-19 pandemic. *Spanish Journal of Marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0016>
- Inan, D. I., Hidayanto, A. N., Juita, R., Soemawilaga, F. F., & Fivi Melinda, P. P. and Y. A. (n.d.). Service quality and self-determination theory towards continuance usage intention of mobile banking. *Journal of Science and Technology Policy Management*,. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0005>
- Indonesia, B. (2022). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (SPIP)*. Bank Indonesia.
- Khan, F., Ateeq, S., Ali, M., & Butt, N. (2021). Impact of COVID-19 on the drivers of cash-based online transactions and consumer behaviour: evidence from a Muslim market. *Journal of Islamic Marketing*.
- Laksamana, P., Suharyanto, & Ferry Cahaya, Y. (2022). Determining factors of continuance intention in mobile payment: fintech industry perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Lee, J. Y. H., & Panteli, N. (2010). Business strategic conflict in computer-mediated communication. *European Journal of Information Systems*, 19(2), 196–208.

<https://doi.org/10.1057/ejis.2010.4>

- Norshidah, M., Ramlah, H., Ahmad zamzuri, H., Haghshenas, N., & Hanif. (2014). Insights into individual's online shopping continuance intention. *Industrial Management & Data Systems*, 114(9).
- Oentoro, W. (n.d.). Mobile payment adoption process: a serial of multiple mediation and moderation analysis. *The Bottom Line*, 34(3).
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention : Intervening Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1). <https://doi.org/10.9744/jti.24.1>.
- Poromatikul, C., Maeyer, P. De, Leelapanyalert, K., & Zaby, S. (2021). Drivers of continuance intention with mobile banking apps. *International Journal of Bank Marketing*, 38(01).
- Raman, P., & Aashish, K. (2021). To continue or not to continue: a structural analysis of antecedents of mobile payment systems in India. *International Journal of Bank Marketing*, 39(02).
- Rohmah, F. (2018). Perkembangan Uang Elektronikpada Perdagangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 06(01), 1–14.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management and Data Systems*, 117(1), 213–227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>
- Shiau, W. L., Yuan, Y., Pu, X., Ray, S., & Chen, C. C. (2020). Understanding fintech continuance: perspectives from self-efficacy and ECT-IS theories. *Industrial Management and Data Systems*, 120(9), 1659–1689. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2020-0069>
- Sun Ryu, H. (2017). Industrial Management & Data Systems Article information : What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3).
- Susanto, A., Chang, Y., Ha, Y., Susanto, A., Chang, Y., Ha, Y., Management, I., & Systems, D. (2016). Industrial Management & Data Systems Article information : *Industrial Management & Data Systems*, 116(3).
- Veljko, M., Aleksandar, Đ., & Zoran, K. (2019). The moderating effects of gender on customer satisfaction and continuance intention in mobile commerce: a UTAUT-based perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(13). <https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1655537>.
- Wang, J., Nguyen, N., Jiang, X., Viet Nguyen, H., & Abid Saleem, M. (2022). Consumers' perceived value and use intention of cashless payment in the physical distancing context: evidence from an Asian emerging market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS dan MANAJEMEN
Vol 13 Nomor 2 (2023)

Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 12(12), 311–329.