UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ii
HALAMAN PERSEMBAHAN iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.1.1. Latar Belakang Praktis 1
1.1.2. Latar Belakang Teoritis 5
1.1.3. Tinjauan Konsumen 9
1.2. Perumusan Masalah 12
1.3. Pertanyaan Riset 14
1.4. Tujuan Riset 15
1.5. Lingkup Riset 15
1.5.1. Model Penelitian 15
1.5.2. Objek Penelitian 16
1.5.3. Lokasi Penelitian 16
1.5.4. Waktu Penelitian 17
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 18
2.1. Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar 18
2.1.1. *Technology Acceptance Model* (TAM) 18
2.1.2. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 21
2.1.3. Kegunaan yang Dirasakan *(Perceived Usefulness)* 23

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.4. Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan *(Perceived Ease of Use)* 24
2.1.5. Pengaruh Sosial *(Social Influence)* 25
2.1.6. Kepercayaan (*Trust*) 26
2.1.7. Keyakinan Diri (*Self Efficacy*) 28
2.1.8. Jaringan Eksternal (*Network Externalities*) 29
2.1.9. Penghindaran Ketidakpastian (*Uncertainty Avoidance*) 30
2.1.10. Keamanan yang Dirasakan 31
2.1.11. Kondisi yang Memfasilitasi 32
2.1.12. Niat Menggunakan (*Behavioral Intention*) 33
2.2. Pengembangan Hipotesis 34
2.2.1. Pengaruh Keamanan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan 34
2.2.2. Pengaruh Keamanan yang Dirasakan pada Kepercayaan 36
2.2.3. Pengaruh Kepercayaan pada Niat Menggunakan 37
2.2.4. Pengaruh Penghindaran Ketidakpastian pada Kepercayaan 38
2.2.5. Pengaruh Jaringan Eksternal pada Niat Menggunakan 39
2.2.6. Pengaruh Keyakinan Diri pada Niat Menggunakan 40
2.2.7. Pengaruh Keyakinan Diri pada Kegunaan yang Dirasakan 41
2.2.8. Pengaruh Keyakinan Diri pada Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan 43
2.2.9. Pengaruh Pengaruh Sosial pada Niat Menggunakan 44
2.2.10. Pengaruh Pengaruh Sosial pada Kegunaan yang Dirasakan 45
2.2.11. Pengaruh Kegunaan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan 46
2.2.12. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi pada Niat Menggunakan 47
2.2.13. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi pada Kegunaan yang Dirasakan 48
2.2.14. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan 50

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.15. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan pada Kegunaan yang Dirasakan 51
2.3. Model Riset 52
BAB III METODE RISET 54
3.1. Pendekatan Riset 55
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran 55
3.2.1. Kegunaan yang Dirasakan *(Perceived Usefulness)* 56
3.2.2. Kemudahan yang Dirasakan (Perceived Ease of Use) 56
3.2.3. Kepercayaan *(Trust)* 57
3.2.4. Pengaruh Sosial *(Social Influence)* 57
3.2.5. Keyakinan Diri *(Self-Efficiacy)* 58
3.2.6. Jaringan Eksternal *(Network Externalities)* 58
3.2.7. Penghindaran Ketidakpastian *(Uncertainty Avoidance)* 59
3.2.8. Keamanan yang Dirasakan *(Perceived Security)* 57
3.2.9. Kondisi Memfasilitasi *(Facilitating Conditions)* 60
3.2.10. Niat Menggunakan *(Behavioral Intention)* 61
3.2.11. Skala Pengukuran 60
3.3. Desain Pengambilan Sampel 61
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel 62
3.3.2. Populasi dan Unit Sampel 62
3.3.3. Ukuran Sampel 62
3.3.4. Daerah Sebaran Kuesioner 63
3.4. Skema Penyebaran Kuesioner 64
3.5. Profil Responden 64
3.6. Objek Riset 66
3.7. Metode Pengumpulan Data 69
3.8. Instrumen Riset 69
3.9. Metode Analisis Data 69
3.9.1. Metode Analisis SEM-PLS 70

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.9.2. Model Pengukuran dan Model Struktural 71
3.9.3. Evaluasi Model Pengukuran 71
3.9.3.1. Reliabilitas 70
3.9.3.2. Validitas Konvergen 72
3.9.3.3. Validitas Diskriminan 72
3.9.4. Evaluasi Model Struktural 73
3.9.4.1. *R-Square* (R^2) 73
3.9.4.2. *f-square* (f^2) 74
3.9.5. *Model Fit* 74
3.9.5.1 *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) 74
3.9.5.2 *Normal Fit Index* (NFI) 75
3.9.6. *Path Coefficient* 75
BAB IV ANALISIS DATA 77
4.1 Kualitas Data Penelitian 77
4.1.1 Statistik Deskriptif 77
4.1.2 Korelasi Antarvariabel 78
4.2 Evaluasi Model Pengukuran 81
4.2.1 Uji Reliabilitas 81
4.2.2 Uji Validitas Konvergen 82
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan 84
4.3 Evaluasi Model Struktural 87
4.3.1 R-*Square* (R^2) 87
4.3.2 *f-square* (f^2) 87
4.4 Uji Kecocokan Model *(Goodness of Fit)* 89
4.5 Pengujian Hipotesis 90
4.5.1 Hipotesis Satu (H1) 93
4.5.2 Hipotesis Dua (H2) 93
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3) 97

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.5.4 Hipotesis Empat (H4) 99
4.5.5 Hipotesis Lima (H5) 101
4.5.6 Hipotesis Enam (H6) 103
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7) 103
4.5.8 Hipotesis Delapan (H8) 107
4.5.9 Hipotesis Sembilan (H9) 110
4.5.10 Hipotesis Sepuluh (H10) 110
4.5.11 Hipotesis Sebelas (H11) 114
4.5.12 Hipotesis Dua Belas (H12) 116
4.5.13 Hipotesis Tiga Belas (H13) 118
4.5.14 Hipotesis Empat Belas (H14) 120
4.5.15 Hipotesis Lima Belas (H15) 122
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis 95
BAB V KESIMPULAN 126
5.1. Kesimpulan 129
5.2. Implikasi Manajerial 135
5.3. Keterbatasan Riset 135
5.4. Arahan Riset Mendatang 139
DAFTAR PUSTAKA 142
LAMPIRAN 144

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif 77
Tabel 4. 2 Korelasi Antarvariabel 79
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas 80
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen 82
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan The Fornell-Larcker Criterion 84
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT) 85
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian R^2 87
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian f^2 88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit) 90
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Path Coefficients 91
Tabel 4. 11 Ringkasan Pengujian Hipotesis 125

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Dompet Digital di Indonesia 2021 3
Gambar 1. 2 Pengguna (juta) Dompet Digital di Indonesia 2021 4

Gambar 2. 1 Diagram TAM 20
Gambar 2. 2 Bagan Model Riset 53

Gambar 3. 1 Tampilan dan Fitur GoPay 67
Gambar 3. 2 Tampilan dan Fitur GoPay 2 68
Gambar 3. 3 Tampilan dan Fitur OVO 69

Gambar 4. 1 Ringkasan Hasil Pengujian 92

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Tunai ke Nontunai: Bagaimana Dompet Digital Membentuk Niat Penggunaan Konsumen
Kanaya Allamanda Sudiro, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian 144
Lampiran 2: Analisis Data (SmartPLS Output) 150