

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI PENINGKATAN *BEHAVIORAL INTENTION* TO REUSE CASHLESS PAYMENT SERVER BASED (E-WALLET)

ALDO RANDY BARUS



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA *

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul Strategi Peningkatan *Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment Server Based (E-Wallet)* adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Aldo Randy Barus
NIM K1501211091



RINGKASAN

ALDO RANDY BARUS. Strategi Peningkatan *Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment Server Based (E-Wallet)*. Dibimbing oleh JOYO WINOTO dan SUPREHATIN.

Pembayaran secara non tunai atau *online* saat ini sudah tidak asing dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yang tidak hanya menggunakan kartu debit atau kredit saja namun juga menggunakan uang elektronik dengan memanfaatkan aplikasi seperti contoh OVO, DANA, Shopeepay, LinkAja, maupun GoPay. Potensi pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia sangat besar, bisa dilihat dengan banyaknya masyarakat yang belum memiliki akses ke layanan keuangan digital, hal itu memberikan kesempatan besar untuk memperkenalkan cara yang lebih mudah kepada masyarakat. Perkembangan teknologi pembayaran digital di Indonesia juga mendapat dorongan dengan diperkenalkannya beberapa model pembayaran, seperti dompet digital (*E-Wallet*), transaksi *online* menggunakan aplikasi bank (*M-Banking*), pembayaran melalui scan kode QR (*QRIS*). Namun dalam prosesnya masih sering terjadi kendala dan hal tersebut menjadi salah satu sumber munculnya komplain dari pelanggan kepada pihak perusahaan karena berbagai alasan yang muncul salah satunya perihal mengenai keterlambatan konfirmasi yang diberikan setelah dilakukan transaksi, kemungkinan terjadinya peretasan data dan penyalahgunaan akun yang berdampak pada kerugian finansial, serta masih melekatnya kebiasaan masyarakat bertransaksi menggunakan uang kartal. Oleh karena itu, perlu adanya strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut agar peningkatan niat perilaku penggunaan *cashless payment* terus meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis demografi dari faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku penggunaan *cashless payment server based (E-Wallet)*, menganalisis pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku konsumen pada penggunaan *cashless payment server based (E-Wallet)*, serta merumuskan strategi untuk meningkatkan niat perilaku konsumen pada penggunaan *cashless payment server based (E-Wallet)*. Penelitian dilakukan pada 358 pengguna *E-Wallet* di Jabodetabek dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang paling menggambarkan *optimism* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu saya suka melakukan pembayaran dengan *E-Wallet* karena dapat dilakukan tanpa batas. Sedangkan indikator yang paling menggambarkan *innovativeness* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu inovasi *E-Wallet* ini akan selalu saya gunakan untuk setiap transaksi. Adapun indikator yang paling menggambarkan *discomfort* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu menurut saya, tidak ada manual/instruksi untuk penggunaan pembayaran dengan *E-Wallet* yang ditulis dalam bahasa sederhana. Begitupun, indikator yang paling menggambarkan *insecurity* dengan nilai *loading factor* tertinggi ialah saya merasa tidak aman melakukan transaksi pembayaran dengan *E-Wallet*. Lalu, indikator yang paling menggambarkan *perceived usefulness* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu menurut saya, proses *top-up* dana atau saldo dalam aplikasi untuk pembayaran dengan *E-Wallet* sangat mudah untuk dipahami. Selanjutnya, indikator yang paling menggambarkan *perceived ease of use* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu

@Hak cipta milik IPB University



menurut saya, proses *top-up* dana atau saldo dalam aplikasi untuk pembayaran dengan *E-Wallet* sangat mudah untuk dipahami. Terakhir, indikator yang paling menggambarkan *behavioral intention to reuse* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu penggunaan pembayaran dengan *E-Wallet* akan saya gunakan dalam aktivitas sehari-hari. Sedangkan berdasarkan hasil pengujian SEM diketahui bahwa variabel *optimism* dan *innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* para pengguna *cashless payment server based (E-Wallet)*. Sedangkan *discomfort* dan *insecurity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* para pengguna *cashless payment server based (E-Wallet)*. Hasil lainnya yang ditemukan yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to reuse* para pengguna *cashless payment server based (E-Wallet)*.

Adapun strategi dalam meningkatkan niat perilaku konsumen dalam penggunaan *cashless payment server based (E-Wallet)*, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran, ketertarikan, dan keinginan pengguna untuk beralih ke pembayaran digital serta memastikan pengguna tetap menggunakan *E-Wallet* dalam jangka panjang. Berbagai cara dapat dilakukan seperti meningkatkan kampanye melalui media sosial yang informatif dan menarik, iklan interaktif di berbagai platform digital, kolaborasi dengan *influencer* atau tokoh publik yang memiliki pengaruh besar, serta penyebaran edukasi melalui seminar, webinar, atau konten blog yang membahas manfaat dan keamanan *E-Wallet*. Perusahaan dalam meningkatkan kesadaran pengguna juga dapat menyediakan testimoni pengguna yang telah merasakan manfaat dari *E-Wallet*, menampilkan ulasan positif dari pelanggan, serta menawarkan fitur uji coba gratis atau saldo awal bagi pengguna baru agar mereka bisa mencoba tanpa risiko finansial yang besar. Sedangkan untuk meningkatkan hasrat para pengguna, perusahaan dapat dengan menyediakan program *referral* di mana pengguna yang mengajak teman atau keluarga untuk menggunakan *E-Wallet* akan mendapatkan hadiah, mengadakan program loyalitas dengan sistem poin yang bisa ditukar dengan *reward*, serta menampilkan fitur personalisasi yang memungkinkan pengguna menyesuaikan pengalaman mereka sesuai kebutuhan. Terakhir dalam mendorong para pengguna untuk lebih aktif menggunakan *cashless payment* ini maka perusahaan perlu untuk meluncurkan kampanye "Coba Sekarang" dengan insentif penggunaan pertama, menawarkan bonus bagi pengguna yang menyelesaikan transaksi dalam 24 jam pertama setelah pendaftaran, serta mengimplementasikan gamifikasi seperti sistem poin dan hadiah untuk meningkatkan retensi pengguna.

Kata kunci: *cashless payment*, *e-wallet*, niat perilaku penggunaan, strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



SUMMARY

ALDO RANDY BARUS. Strategy for Enhancing Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment Server Based (E-Wallet). Supervised by JOYO WINOTO and SUPREHATIN.

Non-cash payment, online payment, electronic money, or online payment is currently familiar and widely used by Indonesian people, who not only use debit or credit cards but also utilize electronic money through applications such as ShopeePay, OVO, DANA, LinkAja, and GoPay. The potential for digital payment growth in Indonesia is very large, as can be seen from the large number of people who do not yet have access to digital financial services. This transaction online provides a great opportunity to introduce an easier way to the community. The development of digital payment technology in Indonesia has also been boosted by the introduction of several payment models, such as digital wallets (E-Wallet), online transactions using bank applications (M-Banking), and payment via QR code scan (QRIS). However, in the process there are still often obstacles and this is one of the sources of complaints from customers to the company for various reasons that arise, one of which is regarding the delay in confirmation given after the transaction, the possibility of data hacking and account misuse which has an impact on financial losses, and the continued habit of people transacting using paper money. Therefore, a strategy is needed to overcome these problems to increase the behavioral intention to reuse cashless payment.

This study aims to analyze the demographics of the factors that influence behavioral intentions of reusing cashless payment server based (E-Wallet), analyze the influence of factors that influence consumer behavioral intentions on the reuse of cashless payment server based (E-Wallet), and formulate strategies to increase consumer behavioral intentions in reusing cashless payment server based (E-Wallet). The study was conducted on 358 users. E-Wallet in Jabodetabek using quantitative methods and SEM-PLS analysis. The results of the study showed that the indicators that best describe optimism with value loading factor the highest are that I like to make payments with a wallet because it can be done without limits. While the indicator that best describes innovativeness with value loading factor The highest is that this E-Wallet innovation will always be used for every transaction. The indicator that best describes discomfort with value loading factor the highest is, in my opinion, that there is no manual/instruction for using payment with-wallet written in simple language. However, the most descriptive indicator of insecurity with value loading factor The highest is that I feel insecure doing payment transactions with E-Wallet. Then, the indicator that best describes perceived usefulness, with value loading factor the highest, in my opinion, is the processtop-upfunds or balance in the application for payment with a very easy-to-understand wallet. Next, the most descriptive indicator perceived ease of use with value loading factor the highest, in my opinion, is the process top-up funds or balance in the payment application with E-Wallet very easy to understand. Finally, the most descriptive indicator behavioral intention to reuse with value loading factor the highest, is the use of payment with E-Wallet I will reuse it in my daily activities. Meanwhile, based on the results of SEM testing, it is known that the variables optimism and innovativeness have a positive and significant effect on perceived

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

usefulness and perceived ease of use for cashless payment server-based (E-Wallet). Whereas discomfort and insecurity do not have a significant effect on perceived usefulness and perceived ease of use for cashless payment server-based (E-Wallet). Other results found were: perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on behavioral intention to reuse for cashless payment server-based (E-Wallet).

There are strategies for increasing consumer behavioral intentions in reusing a cashless payment server-based (E-Wallet). Companies can increase user awareness, interest, and desire to switch to digital payments and ensure users continue to use E-Wallets in the long term. Various ways can be done, such as increasing campaigns through informative and interesting social media, interactive advertising on various digital platforms, collaboration with influencers or public figures who have great influence, as well as the dissemination of education through seminars, webinars, or blog content that discusses the benefits and safety of the E-Wallet. Companies in increasing user awareness can also provide testimonials from users who have felt the benefits of E-Wallet, display positive reviews from customers, and offer free trials or initial balances for new users so they can try without major financial risk. Meanwhile, to increase user passion, companies can provide programs where users invite friends or family to use E-Wallet will get prizes, hold a loyalty program with a points system that can be exchanged for a reward, and display personalization features that allow users to customize their experience to suit their needs. Finally, in encouraging users to be more active in using cashless payment This is why companies need to launch "Try It Now" campaigns with first-time use incentives, offer bonuses to users who complete transactions within the first 24 hours of registration, and implement gamification such as points and rewards systems to increase user retention.

Keywords: cashless payment, e-wallet, behavioral intention of reuse, strategy

© Hak Cipta Milik IPB, Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



STRATEGI PENINGKATAN *BEHAVIORAL INTENTION* TO REUSE CASHLESS PAYMENT SERVER BASED (E-WALLET)

ALDO RANDY BARUS

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Tim Penguji pada Ujian Tesis :

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A.
2. Dr. Drs. Yudha Heryawan Asnawi, M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Strategi Peningkatan *Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment Server Based (E-Wallet)*

Nama : Aldo Randy Barus
NIM : K1501211091

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Joyo Winoto, M.Sc



Pembimbing 2:
Dr. Suprehatin, S.P., M.AB

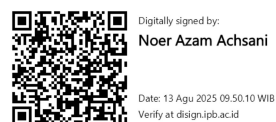


Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian: 11 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Karya ilmiah ini berjudul Strategi Peningkatan *Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment Server Based (E-Wallet)*.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Ir. Joyo Winoto, M. Sc, dan Bapak Dr. Suprehatin, S.P, M. AB selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh teman dan keluarga, atas segala doa dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Bogor, Agustus 2025

Aldo Randy Barus

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Cashless Payment</i>	7
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	7
2.3 <i>Optimism</i>	8
2.4 <i>Innovativeness</i>	9
2.5 <i>Discomfort</i>	10
2.6 <i>Insecurity</i>	11
2.7 <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.8 <i>Perceived Ease of Use</i>	12
2.9 <i>Behavioral Intention to Reuse Cashless Payment</i>	13
2.10 Teori Generasi	15
2.11 Kajian Penelitian Terdahulu	16
2.12 Kerangka Penelitian	18
2.13 Perumusan Hipotesis	20
III METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi dan Waktu penelitian	22
3.2 Rancangan Penelitian	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Teknik Pemilihan Responden	23
3.5 Variabel dan Indikator Pengukuran	23
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	26
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Karakteristik Responden	31
4.2 Perilaku Konsumen	36
4.3 Analisis Deskriptif	38
4.4 <i>Analisis Structural Equation Model</i>	42
4.5 Pembahasan	55
4.6 Implikasi Manajerial	63



DAFTAR ISI (LANJUTAN)

V	KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	77
	RIWAYAT HIDUP	97

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1 Nilai transaksi uang kartal dan uang elektronik di Indonesia	3
2 Penelitian terdahulu	17
3 Nilai transaksi uang kartal dan uang elektronik di Indonesia	19
4 Bobot nilai jawaban responden	23
5 Variabel operasional	24
6 Variabel indikator	25
7 Karakteristik responden	31
8 Karakteristik responden berdasarkan Generasi X	33
9 Karakteristik responden berdasarkan Generasi Y	34
10 Karakteristik responden berdasarkan Generasi Z	35
11 Perilaku konsumen pengguna <i>cashless payment server based (E-Wallet)</i>	37
12 Sebaran jawaban variabel <i>optimism</i>	39
13 Sebaran jawaban variabel <i>innovativeness</i>	39
14 Sebaran jawaban variabel <i>discomfort</i>	40
15 Sebaran jawaban variabel <i>insecurity</i>	41
16 Sebaran jawaban variabel <i>perceived usefulness</i>	41
17 Sebaran jawaban variabel <i>perceived ease of use</i>	42
18 Sebaran jawaban variabel <i>behavioral intention to use</i>	42
19 Nilai <i>loading factor</i> variabel	45
20 Nilai AVE dan uji reliabilitas	47
21 Nilai AVE dan akar AVE	48
22 Nilai R ²	48
23 Uji hipotesis penelitian	49
24 Uji hipotesis penelitian Generasi X	51
25 Uji hipotesis penelitian Generasi Y	52
26 Uji hipotesis penelitian Generasi Z	54
27 Penyesuaian berdasarkan generasi	65

DAFTAR GAMBAR

1 Data transaksi uang elektronik tahun 2013-2022	1
2 Provinsi dengan jumlah pengguna uang elektronik di Indonesia tahun 2022	4
3 Kerangka penelitian	20
4 Rancangan model struktural	29
5 Uji <i>loading factor</i> pertama	43
6 Uji <i>loading factor</i> kedua	44

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian	78
2 Hasil Pengujian <i>Structural Equation Model</i>	84