

PERLUASAN MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI MENGGUNAKAN VARIABEL MINDFULNESS: STUDI KASUS ADOPTI E-WALLET DI KOTA BENGKULU

Sekar Ayu Purbondaru

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Indonesia

Abstrak

Penggunaan sistem pembayaran non-tunai (*cashless*) terus mengalami peningkatan sehingga penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi penggunaan *e-wallet* dengan memperluas model penerimaan teknologi TAM dan menambahkan variabel *mindfulness*. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Kota Bengkulu yang berusia 17-40 tahun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Setelah mengadopsi *Mahalanobis Distance* pada SEM-AMOS, terdapat 257 responden yang dapat digunakan untuk dianalisis. Analisis data menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), penilaian normalitas, dan bobot regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *mindfulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*; (2) *mindfulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease to use*; (3) *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*; (4) *perceived ease to use* untuk menggunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*; dan (5) *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use* pada *e-wallet*.

Kata Kunci: *E-wallet*; Mindfulness; Perceived usefulness; Perceived Ease to use; Actual Use; dan TAM

Abstract

The use of cashless payment systems continues to increase. Hence, this study examines the main determinants of e-wallet use intention and proposes a model of e-wallet adoption, integrating mindfulness as a significant factor. The respondents in this study are e-wallet users living in Bengkulu City aged 17-40 years old. The non-probability sampling technique was used to obtain data samples from respondents. After adopting the listwise deletion method through Mahalanobis Distance on SEM-AMOS, 257 useable questionnaires were available for analysis. For data analysis, Confirmatory Factor Analysis (CFA), assessment of normality, and regression weights were applied to this research. The result indicates that (1) mindfulness has a positive and significant effect on perceived usefulness; (2) mindfulness has a positive and significant effect on perceived ease to use; (3) perceived usefulness has a positive and significant effect on the intention to use; (4) perceived ease to use has no significant effect on the intention to use; and (5) intention to use has a positive and significant effect on actual use.

Keyword: *E-wallet*; Mindfulness; Perceived Usefulness; Perceived Ease to use; Actual Use; TAM

Article History: Received: (17-06-2025); Revised: (07-10-2025); and Published: (15-10-2025)

Copyright © 2025 Sekar Ayu Purbondaru

How to cite this article: Purbondaru, S. A. (2025). Perluasan Model Penerimaan Teknologi Menggunakan Variabel *Mindfulness*: Studi Kasus Adopsi *E-Wallet* Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 20(2), 43-57

PENDAHULUAN

Penggunaan sistem pembayaran non-tunai (*cashless*) terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi digital. Pertumbuhan yang signifikan penggunaan juga dipengaruhi oleh kemudahan, kenyamanan, dan kegunaan dari sistem pembayaran non-tunai. *E-wallet* (dompet digital) merupakan salah satu alat pembayaran non-tunai yang sangat populer digunakan oleh individu pada permulaan abad ke-21. Shin (2009) menyebutkan bahwa *e-wallet* berfungsi untuk melakukan penempatan (*top up*) sejumlah uang, menghubungkannya dengan kartu kredit atau kartu debit pada aplikasi yang telah diinstall dan kemudian dapat digunakan untuk bertransaksi ke sesama konsumen, konsumen ke *merchant* bisnis, atau bahkan konsumen ke mesin.

Aplikasi *e-wallet* di Indonesia cukup beragam, dan pada umumnya terintegrasi dengan beberapa *e-commerce*. Integrasi digital menjadi keunikan tersendiri bagi perusahaan karena dianggap mampu memberikan penawaran manfaat yang lebih besar bagi pengguna. Lebih dari itu, pembayaran yang dilakukan menggunakan *e-wallet* lebih nyaman dan cepat daripada sistem perbankan konvensional karena menghemat waktu dan uang. Pada tahun 2020 jumlah aplikasi *e-wallet* di Indonesia yang telah memperoleh lisensi dari Bank Indonesia adalah sebanyak 51 *e-wallet*.

Penelitian mengenai model penerimaan teknologi sudah banyak dilakukan pada berbagai penelitian sebelumnya (Bhattacharjee et al., 2004; Davis, 1989; Goodhue & Thompson, 1995; Pavlou, 2003; Sun et al., 2016; Sun & Fang, 2010; Venkatesh et al., 2003, 2012). Salah satu model penerimaan teknologi yang paling sering digunakan dalam literatur adalah model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). TAM fokus pada karakteristik perilaku individu dalam menggunakan suatu sistem aplikasi atau teknologi informasi (Davis, 1989). Secara keseluruhan, TAM telah terbukti secara empiris berhasil memprediksi sekitar 40 persen penggunaan sistem (Rigopoulos et al., 2007).

Penelitian ini memperluas konsep TAM dengan menambahkan variabel *mindfulness*. Robert et al., (2007a) mengkonseptualisasikan mekanisme *mindfulness* individu dalam domain sistem informasi dan menyaranakan bahwa konsep *mindfulness* dapat diterapkan untuk penelitian adopsi dan penggunaan teknologi. Sun et al., (2016) mengembangkan konsep baru berdasarkan teori *mindfulness* tradisional yang mereka sebut sebagai *Mindfulness of Technology Adoption* (MTA) untuk mengeksplorasi hubungan antara *mindfulness* dan adopsi teknologi. Sun et al., (2016) mendefinisikan MTA sebagai keadaan kesadaran dimana seseorang menyelidiki teknologi secara rinci dan dalam kaitannya dengan konteks lokal dan teknologi alternatif. Model MTA berpendapat bahwa *mindfulness* dapat mengurangi ketidakpastian dan mempengaruhi persepsi pengguna tentang kegunaan dan niat untuk menggunakan suatu teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Wallet (E- Wallet)

E-wallet atau dompet digital adalah salah satu bentuk dari *financial technology* (*fintech*) yang menjadi alternatif alat pembayaran non-tunai dengan memanfaatkan media internet. Menurut Peraturan Bank Indonesia (2016) Nomor 18/40/PBI/2016, *e-wallet* atau dompet elektronik merupakan layanan elektronik yang dapat menyimpan dana untuk melakukan transaksi pembayaran. Pandey & Crowe (2017) mendefinisikan bahwa *e-wallet* sebagai media atau perantara digital yang dapat diakses melalui perangkat seluler (*smartphone*) yang menyimpan aplikasi, pembayaran kredensial, kartu loyalitas, dan kupon serta dapat digunakan untuk melakukan pembayaran jarak jauh. *E-wallet* mengacu pada perangkat lunak, perangkat elektronik atau layanan *online* yang memungkinkan individu atau pebisnis melakukan transaksi secara elektronik.

Teori Adopsi Teknologi

Beberapa peneliti telah mengembangkan seperangkat teori untuk mengukur niat perilaku seseorang dalam mengadopsi teknologi. Teori yang paling umum digunakan dalam mengadopsi teknologi baru adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dalam perkembangannya, TRA banyak dikritisi oleh peneliti selanjutnya sehingga banyak studi mencoba menawarkan berbagai kerangka pemikiran baru yang relevan dalam mengukur penerimaan teknologi. Pada Tahun 1989, Davis mengembangkan konsep TAM yang kemudian dijadikan acuan oleh banyak peneliti diberbagai penelitian selanjutnya dalam mengukur penerimaan teknologi. TAM diyakini sebagai sebuah kerangka pemikiran yang baik pada masa itu dalam mengukur minat individu mengadopsi suatu teknologi.

Terdapat kelemahan dari konsep TAM karena kurang relevan digunakan pada konteks yang spesifik (Cheung & Vogel, 2013). Konsep TAM *original* meliputi variabel *perceived usefulness, perceived ease of use, attitude towards behavior, behavior intention to use, and actual system use* (Davis, 1989). Davis (1989) menyatakan bahwa selain variabel inti tersebut, ada variabel eksternal lainnya yang bisa ditambahkan guna memperjelas fenomena penelitian.

Dalam konteks penerimaan *e-wallet*, model TAM masih mampu secara baik menggambarkan adopsi penerimaan teknologi, namun perlu menambahkan eksternal faktor yang mendasari seseorang untuk mengadopsi teknologi baru *e-wallet*. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi motif perilaku individu untuk menggunakan *e-wallet* yang dilihat dari niat penggunaan. Niat didasarkan pada sikap terhadap teknologi *e-wallet*, dan sikap dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan serta kegunaan yang dipersepsikan (Davis, 1989). Lebih dari itu, studi ini mengadopsi pemikiran dari Sun et al., (2016) bahwa *mindfulness* diyakini menjadi *external factor* yang mampu melengkapi model TAM dalam menggambarkan fenomena adopsi *e-wallet* secara lebih baik dalam memengaruhi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Penggunaan Aktual E-wallet (Actual Use of E-wallet)

Dalam teori TAM, variabel *actual use* diberbagai penelitian ditentukan oleh niat pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Davis et al., 1989). Banyak peneliti yang mengadopsi TAM menemukan bahwa niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual suatu sistem atau teknologi baru (Bailey et al., 2017; Muñoz-Leiva et al., 2017; Rigopoulos et al., 2007; Sun et al., 2009). Venkatesh et al., (2003) mengungkapkan bahwa penggunaan sistem informasi sesungguhnya dapat diprediksi dengan baik dengan menggunakan variabel niat untuk menggunakan.

Niat Menggunakan *E-wallet* (*Intention to Adopting*)

Venkatesh et al., (2003) memperluas model penerimaan teknologi dan mengungkapkan bahwa niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Lebih dari itu, hasil penelitian Yi & Hwang (2003) dalam memprediksi penggunaan sistem informasi berbasis *web* menemukan bahwa *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap *actual use*. Berdasarkan pada hasil temuan dari berbagai studi sebelumnya, tidak diragukan lagi bahwa penggunaan aktual dipengaruhi oleh niat penggunaan. Pada konteks *e-wallet*, konsep ini masih sangat relevan untuk diadopsi. Pada tahap selanjutnya, studi ini akan mengadopsi dan mengembangkan indikator pengukuran dari niat penggunaan untuk diadopsi pada sistem pembayaran digital *e-wallet*.

Persepsi Keuangan (*Perceived Usefulness*)

Perceived usefulness adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa kegunaan dari dompel digital *E-wallet* akan dapat mendatangkan manfaat yang pada akhirnya persepsi kemanfaatan tersebut memengaruhi proses pengambilan keputusan mereka menjadi niat penggunaan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease to Use*)

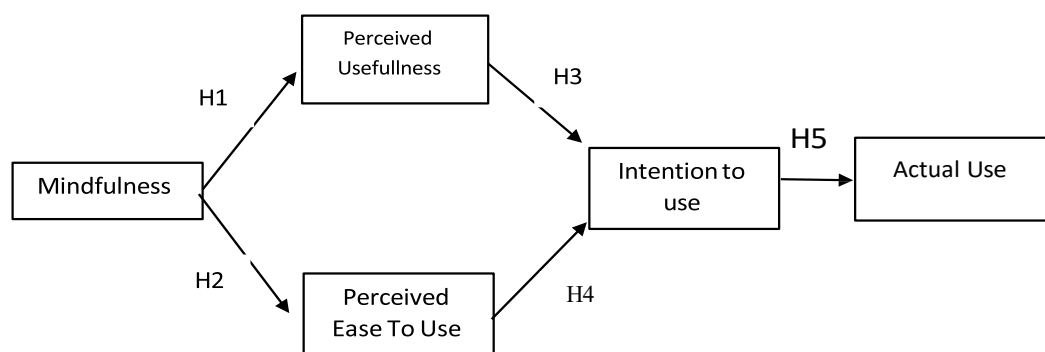
Perceived ease to use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan aplikasi akan membebaskan mereka dari banyak upaya (Davis, 1989). Aplikasi yang memberikan kemudahan bagi pengguna dalam penggunaannya dibandingkan dengan aplikasi lainnya akan lebih diterima oleh pengguna. Di beberapa penelitian (e.g., Wu & Wang, 2005), *perceived ease to use* juga diyakini menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi *perceived usefulness*. Suatu sistem yang lebih mudah digunakan pada akhirnya dipersepsikan oleh pengguna menjadi lebih bermanfaat untuk digunakan. Sehingga sistem yang dianggap lebih mudah digunakan akan memudahkan pengguna untuk menyelesaikan tugas yang lebih banyak dibandingkan sistem yang lebih sulit untuk dipergunakan (Suki & Suki, 2011)

Perceived ease to use adalah perumpamaan dari cara pemanfaatan yang jelas dan mudah dimengerti dalam penggunaan teknologi informasi, serta kemudahan dalam mengoperasikan penggunaan teknologi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para penggunanya (Davis et al., 1989).

Perhatian Penuh (*Mindfulness*)

Teori *mindfulness* menunjukkan bahwa ketika menjadi sadar, seseorang cenderung menerima informasi baru, menyadari kondisi lokal mereka, membandingkan teknologi yang sedang dipertimbangkan dengan orang lain, dan terbuka untuk berbagai perspektif tentang teknologi. Berdasarkan teori *mindfulness* kemudian dikembangkan model *mindfulness* dalam penerimaan teknologi. Model ini menggambarkan bagaimana kesadaran seseorang mempengaruhi pembentukan keyakinannya tentang dan niat untuk menggunakan teknologi (Sun & Fang, 2010). Penelitian sebelumnya tentang *mindfulness* pada umumnya setuju bahwa *mindfulness* adalah konsep multi-dimensi. Secara khusus, keadaan *mindful* diungkapkan oleh pencarian dan pemrosesan informasi yang aktif, penciptaan kategori baru yang konstan, kesadaran akan kekhasan lokal, dan keterbukaan terhadap berbagai perspektif (Langer 1989; Langer 1997). Pertama, *mindfulness* berarti secara aktif mencari dan memproses informasi. Berbeda dengan keadaan *mindlessness*, di mana orang secara otomatis memproses informasi, *mindfulness* berarti seseorang mengenali isyarat informasi dan secara aktif mempertimbangkannya (Langer 1989).

Kerangka Analisis



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Gambar 1 merupakan kerangka analisis pada penelitian. *Mindfulness* menggunakan lima item pengukuran yang dikembangkan oleh Sun & Fang (2010), variabel *perceived usefulness* menggunakan empat item pengukuran yang dikembangkan oleh Venkatesh (2012), *perceived ease to use* menggunakan empat item pengukuran yang dikembangkan oleh Venkatesh (2012), *Intention to use* menggunakan 3 item pengukuran yang dikembangkan oleh Bhattacherjee et al., (2004), dan *actual use* menggunakan tiga item pengukuran yang dikembangkan oleh Rigopoulos et al., (2007)

Hipotesis

H1: Variabel *mindfulness* berpengaruh terhadap variabel *perceived usefulness*.

H2: Variabel *mindfulness* berpengaruh terhadap variabel *perceived ease to use*.

H3: Variabel *perceived usefulness* berpengaruh terhadap variabel *intention to use*.

H4: Variabel *perceived ease to use* berpengaruh terhadap variabel *intention to use*.

H5: Variabel *intention to use* berpengaruh terhadap variabel *actual use*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan *explanatory research* untuk menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini masuk dalam kategori *non-probability sampling*. Teknik *non-probability* yang dipilih ialah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian merupakan individu yang telah menggunakan aplikasi layanan *e-wallet* sebagai media dalam melakukan transaksi pembayaran di Kota Bengkulu. Kuesioner penelitian dalam bentuk *Google Form* yang disebarakan secara *online* dengan menyebarkan *link* kuesioner melalui Whatsapp dan DM di Instagram. Kuesioner disebarakan selama 7 hari dan kuesioner yang didapatkan dari penyebaran *online* sebanyak 418 responden. Dari 418 total kuesioner yang didapat, jumlah responden yang memenuhi kriteria sehingga dapat diolah yaitu sebanyak 257 responden.

Data yang telah didapatkan diuji dengan *confirmatory factor analysis* untuk melihat apakah data sesuai dengan model pengukuran hipotesis. *Confirmatory factor analysis* (CFA) adalah alat yang digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak teori pengukuran. Dari hasil analisis model pengukuran, didapatkan rangkuman hasil pengujian fit model pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Goodness of Fit Model Pengukuran

Goodness of Fit Index	Nilai yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Keterangan
CMIN/DF	< 5	2.609	Good Fit
GFI	> 0,90	0.854	Marjinal
AGFI	> 0,90	0.805	Marjinal
IFI	> 0,95	0.921	Marjinal
TLI	> 0,95	0.904	Marjinal
CFI	> 0,95	0.921	Marjinal
RMSEA	< 0,08	0.079	Good fit

Dari hasil olah data tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa kriteria fit model belum memenuhi ketentuan yang disyaratkan dalam *Rule of Thumb* sebagaimana yang dikemukakan oleh Hair et al., (2010). Model pengukuran pada dasarnya bertujuan untuk melihat validitas dan reliabilitas dari data. Apabila data belum memenuhi kriteria fit model yang disyaratkan, maka sangat dimungkinkan terdapat beberapa permasalahan validitas dan reliabilitas data. Untuk itu, tahap

selanjutnya dilanjutkan dengan melihat validitas dan reliabilitas data sebagai dasar dalam melakukan modifikasi model pengukuran.

Uji selanjutnya adalah menguji validitas konvergen dengan melihat nilai loading factor. Dari hasil pengujian, satu dari sembilan belas indikator yang digunakan terbukti tidak memenuhi kriteria loading factor yang disyaratkan ($loading\ factor > 0.5$) sehingga tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas dari Variabel *Mindfulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Intention to Use*, dan *Actual Use*

Variabel	Construct Reliability
Mindfulness	0,73
Perceived Ease of Use	0,82
Perceived Usefulness	0,88
Intention to Use	0,84
Actual Use	0,78

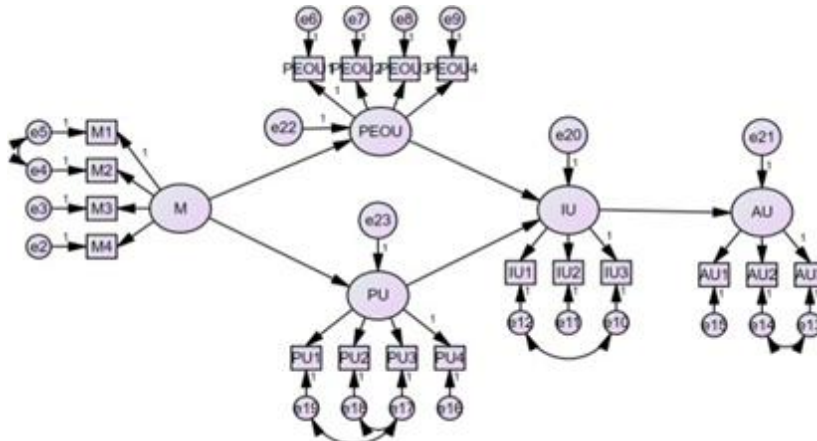
Pengujian realibilitas dilakukan dengan menggunakan realibilitas konstruk (*construct reliability*). Nilai signifikansi *loading factor* dapat diketahui dari *Standardized Regression Weight Estimate* yang dihasilkan dari program AMOS 21.0. Nilai *construct reliability* untuk masing-masing variabel $> 0,5$, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dapat membangun model variabel dengan reliabel (Ghozali, 2008). Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas pada Tabel 2, semua variabel memiliki nilai *construct reliability* $> 0,5$, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dapat membangun model variabel dengan reliabel.

Tabel 3. *Godness of Fit* Model Pengukuran

Goodness of Fit Index	Nilai yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Keterangan
CMIN/DF	< 5	2.320	Good Fit
GFI	> 0,90	0.887	Marjinal
AGFI	> 0,90	0.842	Marjinal
IFI	> 0,95	0.944	Marjinal
TLI	> 0,95	0.929	Marjinal
CFI	> 0,95	0.944	Marjinal
RMSEA	< 0,08	0.072	Good fit

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa model pengukuran yang telah dimodifikasi memperoleh hasil nilai yang jauh lebih baik dari sebelumnya, meskipun masih belum memenuhi kriteria cut-off yang disyaratkan. Mengutip pernyataan Hair et al., (2010), untuk mendapatkan data yang memenuhi kriteria fit sempurna dalam

penelitian berperilaku sangat sukar karena tidak ada model yang benar-benar mampu secara sempurna menggambarkan fenomena nyata pengamatan. Berbagai kelemahan fit model justru dapat membuka peluang pengembangan pengetahuan lebih lanjut (Hair et al., 2010). Untuk itu, hasil model pengukuran ini dianggap sudah representatif untuk dilanjutkan pada pengujian model struktural penelitian. Model strukturalnya dapat dilihat pada Gambar 2.



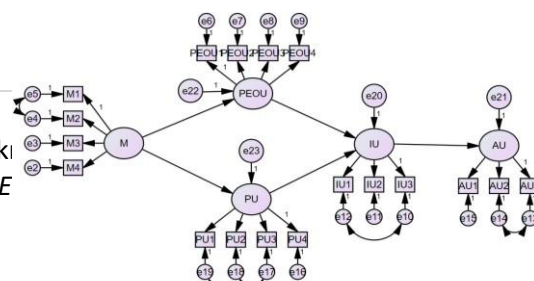
Gambar 2. Hasil modifikasi Model Pengukuran CFA

Berdasarkan hasil pengujian dengan program AMOS versi 21.0, hasil *goodness of fit* yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 4. *Goodness of Fit* Model Pengukuran

Goodness of Fit Index	Nilai yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Keterangan
CMIN/DF	< 5	2.321	Good Fit
GFI	> 0,90	0.884	Marjinal
AGFI	> 0,90	0.842	Marjinal
IFI	> 0,95	0.943	Marjinal
TLI	> 0,95	0.929	Marjinal
CFI	> 0,95	0.942	Marjinal
RMSEA	< 0,08	0.072	Good fit

Hair et al. (2010) menyatakan bahwa model dikatakan layak jika paling tidak salah satu metode uji kelayakan model terpenuhi. Dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini dapat dikatakan layak, karena uji CMIN/df dan RMSEA telah terpenuhi. Karena model dinyatakan layak, maka tahap selanjutnya adalah pengujian kausalitas hubungan antar variabel dalam model.



HASIL PENELITIAN

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel penelitian. Pada AMOS, untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat *regression weight* (Hair et al., 2010). Hasil pengujian hipotesis menggunakan nilai *regression weights* dari analisis AMOS dapat dilihat pada Tabel 1.6.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan antar Variabel		Estimate	S.E.	C.R.	P
<i>Mindfulness</i>	→ <i>Perceived Usefulness</i>	1,154	0,134	8,608	0,000
<i>Mindfulness</i>	→ <i>Perceived Ease of Use</i>	1,243	0,147	8,459	0,000
<i>Perceived Usefulness</i>	→ <i>Intention of Use</i>	1,443	0,202	7,161	0,000
<i>Perceived Ease of Use</i>	→ <i>Intention of Use</i>	-0.119	0,130	-1,529	0,126
<i>Intention of Use</i>	→ <i>Actual Use</i>	0,888	0,101	8,818	0,000

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- *Mindfulness* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *perceived usefulness*, hal ini dibuktikan dengan nilai *direct effect* sebesar 1,154, nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,000$, dan nilai $CR = 8,608 (> 1,96)$.
- *Mindfulness* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *perceived ease to use*, hal ini dibuktikan dengan nilai *direct effect* sebesar 1,243, nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,000$, dan nilai $CR = 8,459 (> 1,96)$.
- *Perceived usefulness* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *intention to use*, hal ini dibuktikan dengan nilai *direct effect* sebesar 1,443, nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,000$, dan nilai $CR = 7,161 (> 1,96)$.
- *Perceived ease to use* terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *intention to use*, hal ini dibuktikan dengan nilai *direct effect* sebesar -0.119, nilai $p > 0,05$ yaitu $p = 0,126$, dan nilai $CR = -1,529 (> 1,96)$.
- *Intention to use* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *actual use*, hal ini dibuktikan dengan nilai *direct effect* sebesar 0,888, nilai $p < 0,05$ yaitu $p = 0,000$, dan nilai $CR = 8,818 (> 1,96)$.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Mindfulness* terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil temuan penelitian sebelumnya. Sun & Fang (2010) menemukan bahwa *mindfulness* merupakan prediktor yang baik bagi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang dirasakan dalam adopsi teknologi baru. Konsumen yang *mindful* akan menyelidiki kegunaan dari teknologi baru yang akan diadopsi secara lebih detail untuk mengurangi berbagai ketidakpastian yang dirasakan dalam mengadopsi teknologi. Studi ini juga mengonfirmasi hasil temuan penelitian Sun *et al.* (2016) yang mengembangkan konsep baru berbasis pada teori *mindfulness* tradisional dari adopsi teknologi (konsep MTA) untuk mengeksplor hubungan antara *mindfulness* dengan adopsi teknologi. Sun *et al.* (2016) menemukan bahwa *mindfulness* dapat mengurangi ketidakpastian dan mempengaruhi persepsi pengguna dalam hal kemudahan penggunaan dan kegunaan dari teknologi. Stankov *et al.* (2020) juga mengklaim bahwa teknologi seperti *mobile device* dapat memfasilitasi praktik *mindfulness* dengan merubah persepsi konsumen dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Hasil temuan penelitian ini mendukung berbagai hasil temuan para peneliti sebelumnya tersebut karena individu yang memiliki *mindfulness* akan menaruh perhatian yang lebih pada fungsi dari teknologi, seperti kemudahan penggunaan dari teknologi, kegunaan dari teknologi, yang pada akhirnya akan memengaruhi sikap mereka terhadap teknologi.

Pengaruh *Mindfulness* terhadap *Perceived ease to use*

Semakin tinggi tingkat *mindfulness* dari seorang konsumen, maka tingkat kesadaran mereka terhadap persepsi kemudahan penggunaan juga akan semakin tinggi pula yang mendorong *provider* untuk mengembangkan fitur, fungsi, dan manfaat tambahan dari teknologi yang mengedepankan *user friendly*. Penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil temuan penelitian sebelumnya. Venkatesh *et al.* (2003) menyatakan bahwa pilar dasar dari pengembangan teknologi adalah kemudahan penggunaan. Dalam keadaan *mindfulness*, pengguna teknologi akan lebih menyadari kebutuhannya dan bagaimana teknologi dapat diadaptasi oleh mereka. Oleh karena itu, kemampuan pengguna dalam mengevaluasi kemudahan penggunaan akan semakin meningkat ketika pengguna berada dalam fase *mindfulness*. Hal ini juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Sun *et al.* (2009, 2016) yang menyatakan bahwa ketika membuat keputusan menerima atau menolak teknologi, seseorang memiliki perhatian penuh (*mindful*) akan teknologi yang akan diadopsinya sesuai dengan kebutuhannya, serta melakukan pencarian informasi secara aktif mengenai teknologi tersebut sebelum membuat keputusan. Sun & Fang (2010) juga menyebutkan bahwa *mindfulness* merupakan prediktor yang baik dari *perceived ease of use* karena seseorang yang *mindful* berarti individu tersebut memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi akan suatu teknologi yang akan diadopsinya, dan basis dari penggunaan adalah kemudahan dan fungsi dari teknologi.

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *Intention to Use*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat menggunakan *e-wallet* dapat diprediksi dari sikap perhatian konsumen terhadap *e-wallet*, misal rasa ingin tahu, pencarian informasi mengenai fitur, manfaat, dan kegunaan dari *e-wallet* itu sendiri. Oleh sebab itu, persepsi kegunaan menjadi faktor penting yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi *e-wallet* oleh konsumen. Konsumen akan berniat untuk menggunakan *e-wallet* apabila mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan mampu meningkatkan produktifitas mereka, yang akan tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Persepsi kegunaan diyakini sebagai faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat penggunaan sistem informasi dalam konsep TAM (Davis *et al.*, 1989). Venkatesh *et al.* (2003, 2012) dalam studinya menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dalam mendorong individu untuk berfikir perlu atau tidak untuk mengarahkan keinginan mereka dalam bentuk niat dan selanjutnya mengarah pada perilaku mengadopsi sistem.

Hasil analisis deskriptif penelitian juga menemukan bahwa variabel *perceived usefulness* mendapatkan penilaian rata-rata “sangat tinggi” dari persepsi responden dengan rata-rata nilai sebesar 4,44. Penilaian tertinggi yang diberikan oleh responden mengenai variabel *perceived usefulness* yaitu pada pernyataan “*E-wallet* sangat bermanfaat digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran.” dengan rata-rata nilai 4,59. Hal ini membuktikan bahwa manfaat yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi jauh lebih dominan dipertimbangkan oleh responden untuk mengadopsi teknologi *e-wallet*. Penilaian terendah dalam variabel *perceived usefulness* ini yaitu pada pernyataan “*E-wallet* mampu meningkatkan kualitas transaksi pembayaran saya sehari-hari” dengan nilai rata-rata yaitu 4,22. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pengembang aplikasi *e-wallet* untuk lebih meningkatkan fungsi dan manfaat yang dirasakan pengguna dalam aktifitas keseharian mereka. *E-wallet* di masa mendatang diharapkan mampu mendukung banyak transaksi pembayaran baik secara digital maupun fisik guna mempermudah pengguna dalam menggunakannya.

Pengaruh *Perceived ease to use* terhadap *Intention to Use*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Davis *et al.* (1989) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan aplikasi akan membebaskan mereka dari banyak upaya. Meskipun demikian, *e-wallet* bukanlah sebuah aplikasi yang mampu menggantikan fungsi perbankan, namun lebih pada sebagai dompet digital. Manfaat yang diperoleh dalam menggunakan *e-wallet* adalah kemudahan dalam melakukan pembelian di *merchant* yang berelasi dengan *e-wallet*. Jika konsumen merupakan pengguna aktif dari *merchant* berelasi, seperti contohnya ojek online, dan *e-commerce* mereka akan tergiur untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* karena manfaat yang

dirasakan dari penggunaan. Nilai yang diperoleh konsumen dirasa memiliki pengaruh yang lebih besar jika dibandingkan dengan persepsi kemudahan penggunaan dari aplikasi *e-wallet* itu sendiri. Mengingat data demografi responden yang sebagian besar bukan berasal dari kota besar yang ada di Indonesia, maka manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *e-wallet* belum dirasa sebesar kemudahaan dalam penggunaannya. Hal ini yang secara praktikal berdasarkan fenomena nyata di lapangan menjadi faktor penting yang menyebabkan *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Pengaruh Intention to use terhadap Actual Use

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use*. Berbagai penelitian terdahulu telah mengonfirmasi bahwa niat penggunaan merupakan prediktor kuat yang memicu penggunaan aktual (Kim et al., 2010; Rigopoulos et al., 2007; Shin, 2009; Sun & Fang, 2010; Sun et al., 2009). Venkatesh et al. (2003) memperluas model penerimaan teknologi dan mengungkapkan bahwa niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Lebih dari itu, hasil penelitian Yi & Hwang (2003) dalam memprediksi penggunaan sistem informasi berbasis *web* menemukan bahwa *intention to use* berpengaruh signifikan terhadap *actual use*. Berdasarkan pada hasil temuan dari berbagai studi sebelumnya, tidak diragukan lagi bahwa penggunaan aktual dipengaruhi oleh niat penggunaan. Pada konteks *e-wallet*, konsep ini masih sangat relevan untuk diadopsi. Pada tahap selanjutnya, studi ini akan mengadopsi dan mengembangkan indikator pengukuran dari niat penggunaan untuk diadopsi pada sistem pembayaran digital *e-wallet*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa Kesimpulan. Pada hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *mindfulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Semakin tinggi tingkat *mindfulness* seseorang dalam mengadopsi aplikasi *e-wallet* akan mendorong individu tersebut untuk menyelidiki *e-wallet* secara lebih detail dalam kaitannya dengan konteks fungsi, fitur, dan kegunaan sistem, serta evaluasi alternatif lainnya yang tersedia. Pada hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *mindfulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease of use*. Semakin tinggi tingkat *mindfulness* seseorang dalam mengadopsi aplikasi *e-wallet* akan mendorong individu tersebut untuk menyelidiki *e-wallet* secara lebih detail dalam kaitannya dengan konteks kemudahan penggunaan sistem. Hasil pengujian hipotesis ketiga memperlihatkan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa pencarian informasi mengenai fitur, manfaat, dan kegunaan dari *e-wallet* memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi *e-wallet*. Pengujian

hipotesis keempat menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi individu mengenai penggunaan aplikasi *e-wallet* membebaskan mereka dari banyak upaya tidak memengaruhi niat responden penelitian dalam menggunakan *e-wallet*. Pengujian hipotesis terakhir menunjukkan bahwa *intention of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use of e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi *e-wallet* akan memengaruhi penggunaan aktual dari sistem.

Berdasarkan hasil Kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan dari penelitian ini. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembang aplikasi *e-wallet* untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya bagi konsumen di masa mendatang. Beberapa kontribusi praktis bagi pengembang aplikasi dompet digital yaitu: 1) bagi pengembang aplikasi, mereka dapat memperluas jangkauan penggunaan aplikasi dompet digital sebagai alat pembayaran yang mudah dan nyaman dengan memperbanyak gerai *merchant* yang berelasi; dan 2) pengembang aplikasi *e-wallet* perlu untuk lebih meningkatkan fungsi dan manfaat yang dirasakan pengguna dalam aktifitas keseharian mereka. *E-wallet* di masa mendatang diharapkan mampu mendukung lebih banyak transaksi pembayaran dari *merchant* yang berelasi baik secara digital maupun fisik guna mempermudah pengguna dalam menggunakannya. Keterbatasan *merchant offline* menjadi salah satu faktor kendala penggunaan *e-wallet* ini secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Mimoun, M. S. ben. (2017). Mobile Payments Adoption by US Consumers: An Extend TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 1–17.
- Bhattacharjee, A., Premkumar, G., Logistics, G. P., & Operations, M. (2004). Understanding Changes in Belief and Attitude toward Information Technology Usage: A Theoretical Model and Longitudinal Test Understanding Changes in Belief and Attitude Toward Information Technology Usage: A Theoretical Model and Longitudinal Test1. In Source: *MIS Quarterly* (Vol. 28, Issue 2).
- Cheung, R., & Vogel, D. (2013). Predicting user acceptance of collaborative technologies: An extension of the technology acceptance model for e-learning. *Computers and Education*, 63, 160–175. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.003>
- 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>
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. In Source: *MIS Quarterly* (Vol. 19, Issue 2).

- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Langer, E.J. (1989), *Mindfulness*, Addison-Wesley/Addison Wesley Longman, Boston, MA
- Langer, E.J.. (1997). *The Power of Mindful Learning*, Addison-Wesley, Reading, MA. Le, H. B. H., Ngo, C. T.,
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *Source: International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Rigopoulos, G., Askounis, D., & Prof, A. (2007). Journal of Internet Banking and Commerce A TAM Framework to Evaluate Users' Perception towards Online Electronic Payments. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3). <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Stankov, U., Filimonau, V., Gretzel, U. & Vujicic, M.D. (2020), "E-mindfulness—the growing importance of facilitating tourists' connections to the present moment", *Journal of Tourism Futures*. doi: 10.1108/JTF-11-2019-0135.
- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2011). Exploring the relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, attitude and subscribers' intention towards using 3G mobile services. *Journal of Information Technology Management*, 1–7.
- Sun, H., & Fang, Y. (2010). Toward a Model of Mindfulness in Technology Acceptance. http://aisel.aisnet.org/icis2010_submissions/121
- Sun, H., Fang, Y., & Zou, H. M. (2016). Choosing a Fit Technology: Understanding Mindfulness in Technology Adoption and Continuance. *Journal Association for Information Systems*, 17(6), 377–412.
- Sun, Q., Wang, C., & Cao, H. (2009). An Extended TAM for Analyzing Adoption Behavior of Mobile Commerce. 2009 8th International Conference on Mobile Business, 52–56. <https://doi.org/10.1109/ICMB.2009.16>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. In *MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1). <http://ssrn.com/abstract=2002388>

- Vidgen, R., & Wang, X. (2009). "Coevolving systems and the organization of agile software development," *Information Systems Research*.
- Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information and Management*, 42(5), 719–729. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.07.001>
- Yi, M. Y., & Hwang, Y. (2003). Predicting the use of web-based information systems: Self- efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 431–449. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00114-9](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00114-9)