



**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNA
*E-WALLET***

SKRIPSI

Disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana psikologi

Oleh

R. Ayu Maya Puspita

1511415070

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

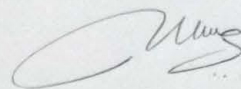
2020

PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-Wallet*" ini adalah hasil karya (penelitian dan tulisan) sendiri, bukan buatan orang lain dan tidak menjiplak karya ilmiah oranglain baik seluruhnya maupun sebagian. Adapun pengutipan yang terdapat di skripsi ini telah dikutip sesuai dengan kaidah yang berlaku.

Semarang, 29 Januari 2020

Penulis



R. Ayu Maya Puspita

NIM 1511415070

PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-Wallet*” karya R. Ayu Maya Puspita NIM 1511415070 ini telah dipertahankan dalam ujian skripsi Universitas Negeri Semarang pada tanggal 29 Januari 2020 dan disahkan oleh Panitia Ujian.

Semarang, 29 Januari 2020

Panitia:

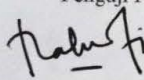


Sekretaris,



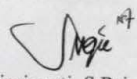
Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A
NIP. 197810072005011003

Penguji I



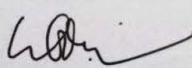
Rahmawati Prihastuty, S.Psi. M.Si.
NIP 1979050220080112018

Penguji II



Sugriyanti, S.Psi., M.A.
NIP. 197804192003122001

Penguji III



Abdul Azis, S.Psi., M.Psi.
NIP. 198204232014041001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Allah knows you are tired, Allah knows it's difficult, but you must also know that

Allah would never place you in a situation that you can't handle –nn

Persembahan

Skripsi ini dipersembahkan untuk Mama, Papa, dan Adik tercinta yang selalu mendoakan, memberi dukungan dan kasih sayang serta pengorbanannya.

Serta pada diri saya sendiri. Terimakasih sudah berjuang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-Wallet*”.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Achmad Rifai Rc, M.Pd. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang
2. Ibu Rahmawati Prihastuty, S.Psi., M.Si. selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Negeri Semarang sekaligus Penguji I yang telah menguji dan memberikan saran untuk penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sugiariyanti, S.Psi., M.A. selaku dosen penguji II yang telah menguji dan memberikan saran untuk penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Abdul Azis, S.Psi., M.Psi., dosen wali sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran serta motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orangtuaku tercinta dan terhebat. Ayahanda Drs. R A.Thantowi dan Ibunda Dra. Zulpa serta adik tersayang R. Abdurrahman yang telah memberikan

do'a, dukungan, kasih sayang serta pengorbanannya yang tak ternilai sehingga penulis bisa memperoleh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Afif yang telah sabar dalam menghibur, memberi dukungan dan semangat pada penulis melewati masa-masa sulit dan kendala yang penulis hadapi selama penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman Psikologi UNNES angkatan 2015, juga teman-teman seperbimbingan skripsi, kakak tingkat serta adik tingkat yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
8. Sahabatku di MKD2020 Ririn, Dwi, Rahma yang selalu mendukung memberi semangat serta menghibur di tiap obrolannya.
9. Teman-teman di *social media* khususnya *twitter* dan akun *menfess* yang sangat membantu dalam menyebarkan skala penelitian serta menjadi tempat hiburan dan mewarnai hari penulis dikala penat.

Akhirnya penulis ucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini yang tidak dapat dituliskan satu-persatu. Semoga segala kebaikan dan keikhlasan dibalas oleh Allah SWT.

Semarang, 29 Januari 2020

Penulis

ABSTRAK

Puspita, R. Ayu Maya. 2020. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Pengguna *E-Wallet*. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Abdul Azis, S.Psi., M.Psi.

Kata Kunci : *Perceive Usefulness, Behavioral Intention, TAM, E-Wallet.*

Berkembangnya teknologi terjadi pada tiap aspek kehidupan tak terkecuali dalam hal pembayaran yang kini mengenal istilah e-wallet atau dompet elektronik. Munculnya suatu teknologi baru menimbulkan respon yang berbeda pada tiap individu yaitu adanya penerimaan dan penolakan pada teknologi tersebut yang ditandai dengan *behavioral intention* atau niat perilaku pada pengguna nya. Berdasarkan TAM (Technology Acceptance Model) *perceived usefulness* atau persepsi kebermanfaatan merupakan konstruk utama yang mempengaruhi *behavioral intention* dalam penerimaan individu terhadap teknologi baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *perceived usefulness*, gambaran *behavioral intention* dan ada tidaknya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah milenial pengguna e-wallet di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *incidental sampling*. Data diambil dengan skala *perceived usefulness* yang terdiri dari 23 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,901 dan skala *behavioral intention* yang terdiri dari 27 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,899. Metode analisis menggunakan analisis regresi.

Hasil penelitian ditemukan bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berada pada kategori tinggi, *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berada pada kategori tinggi dan ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY. Hubungan yang terjadi adalah hubungan positif. Semakin tinggi *perceived usefulness*, maka semakin tinggi pula *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui F hitung sebesar 439,195 dengan nilai signifikansi (p) 0,000. Nilai $p < 0,05$ membuktikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian “ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*” diterima. Hasil uji regresi diperoleh R-Square 0,525 menunjukkan bahwa 52,5% *behavioral intention* milenial pengguna *e-wallet* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*. Sedangkan sisanya sebesar 47,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diungkap dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	14
2.2 <i>Behavioral Intention</i>	16
2.2.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	16
2.2.2 Aspek-aspek Behavioral Intention	17
2.2.3 Faktor-faktor <i>Behavioral Intention</i>	18
2.3 <i>Perceived Usefulness</i>	19

2.3.1 Definisi <i>Perceived Usefulness</i>	19
2.3.2 Dimensi <i>Perceived Usefulness</i>	21
2.4 <i>E-wallet</i> (Dompet Elektronik).....	22
2.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	23
2.6 Kerangka Berfikir.....	26
2.7 Hipotesis.....	27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	28
3.1.1 Jenis Penelitian.....	28
3.1.2 Desain Penelitian.....	28
3.2 Variabel Penelitian	29
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
3.2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	30
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Metode dan Alat Pengumpulan Data	34
3.4.1 Metode	34
3.4.2 Instrumen Penelitian.....	35

3.5 Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1 Validitas	37
3.5.2 Reliabilitas	40
3.6 Metode Analisis Data	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Persiapan Penelitian	43
4.1.1 Orientasi Kancan Penelitian	43
4.1.2 Penentuan Subjek Penelitian	44
4.1.3 Penyusunan Instrumen Penelitian	45
4.2 Pelaksanaan Penelitian.....	47
4.2.1 Pengumpulan Data Penelitian	47
4.2.2 Pelaksanaan Skoring	47
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	48
4.3.1 Validitas	48
4.3.2 Reliabilitas	48
4.4 Data Demografi.....	49
4.4.1 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	49
4.4.2 Data Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.4.3 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
4.4.4 Data Subjek Berdasarkan Penghasilan.....	51

4.5 Analisis Deskriptif	51
4.5.1 Gambaran Behavioral Intention pada Pengguna <i>E-wallet</i>	52
4.5.2 Gambaran Perceived Usefulness pada Pengguna <i>E-wallet</i>	69
4.6 Analisis Inferensial.....	85
4.5.1 Hasil Uji Asumsi	86
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis	87
4.6 Pembahasan.....	91
4.6.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Perceived Usefulness dan Behavioral Intention pengguna <i>e-wallet</i>	91
4.6.2 Pembahasan Analisis Statistik Inferensial Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention Pengguna <i>E-wallet</i>	94
4.7 Keterbatasan Penelitian	99
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Awal Penelitian	7
Tabel 3.2 Kriteria Jawaban	35
Tabel 3.3 Blue Print Skala Perceived Usefulness	35
Tabel 3.4 Blue Print Behavioral Intention	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Behavioral Intention.....	38
Tabel 3.6 Interpretasi Reliabilitas	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Perceived Usefulness.....	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Behavioral Intention.....	49
Tabel 4. 9 Data Subjek Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.10 Data Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.11 Data Subejk Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4.12 Data Subjek Berdasarkan Penghasilan.....	51
Tabel 4.13 Penggolongan Kriteria Analisis Berdasarkan Mean Teoritik	52
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Behavioral Intention	53
Tabel 4.15 Kriteria Behavioral Intention pada Pengguna E-wallet	54
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Action	56
Tabel 4.17 Kriteria Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Action	57
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Target.	58
Tabel 4.19 Kriteria Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Target.....	60
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Context	61
Tabel 4.21 Kriteria Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Context	63

Tabel 4.22 Statistik Deskriptif Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Time ..	64
Tabel 4.23 Kriteria Behavioral Intention Berdasarkan Aspek Time.....	66
Tabel 4.24 Ringkasan Deskriptif Gambaran Per Aspek Behavioral Intention	67
Tabel 4.25 Perbandingan Mean Empiris Per Aspek Behavioral Intention	68
Tabel 4.26 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness	70
Tabel 4.27 Kriteria Perceived Usefulness pada pengguna E-wallet	71
Tabel 4.28 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Effectiveness	73
Tabel 4.29 Kriteria Perceived usefulness Berdasarkan Dimensi Effectiveness....	74
Tabel 4.30 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Accomplish Faster.....	75
Tabel 4.31 Kriteria Percieved Usefulness Berdasarkan Accomplish Faster.....	77
Tabel 4.32 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Useful	78
Tabel 4.33 Kriteria Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Useful.....	79
Tabel 4.34 Statistik Deskriptif Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Advantageous.....	81
Tabel 4.35 Kriteria Perceived Usefulness Berdasarkan Dimensi Advantageous .	82
Tabel 4.36 Ringkasan Deskriptif Gambaran Per Dimensi Perceived Usefulness.	83
Tabel 4.37 Perbandingan Mean Empiris Per Dimensi Perceived Usefulness.....	84
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4.39 Hasil Uji Linearitas	87
Tabel 4.40 Hasil Uji Korelasi Perceived Usefulness dan Behavioral Intention ...	88

Tabel 4.41 Analisis Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention	88
Tabel 4.42 Hasil Analisis Besarnya Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention.....	89
Tabel 4.43 Coefficient	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Technology acceptance model</i>	15
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 3.3 Pengaruh Antar Variabel.....	30
Gambar 4.4 Diagram Gambaran Umum Behavioral Intention	55
Gambar 4.5 Diagram Gambaran Behavioral Intention Aspek Action.....	58
Gambar 4.6 Diagram Gambaran Behavioral Intention Aspek Target.....	61
Gambar 4.7 Diagram Gambaran Behavioral Intention Aspek Context	64
Gambar 4.8 Diagram Gambaran Behavioral Intention Aspek Time.....	67
Gambar 4.9 Diagram Ringkasan Per Aspek Behavioral Intention	68
Gambar 4.10 Diagram Perbandingan Mean Empiris Behavioral Intention	69
Gambar 4.11 Diagram Gambaran Umum Perceived Usefulness.....	72
Gambar 4.12 Diagram Gambaran Perceived Usefulness Dimensi Effectiveness. 75	
Gambar 4.13 Diagram Gambaran Perceived Usefulness Accomplish Faster.....	78
Gambar 4.14 Diagram Gambaran Perceived Usefulness Dimensi Useful.....	80
Gambar 4.15 Diagram Gambaran Perceived Usefulness Dimensi Advantageous	83
Gambar 4.16 Diagram Ringkasan Per Dimensi Perceived Usefulness.....	84
Gambar 4.17 Diagram Perbandingan Mean Empiris Perceived Usefulness.....	85

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi digital saat ini semakin berkembang seiring berkembangnya zaman. Berbagai aspek kehidupan manusia di era ini sangat dekat dengan teknologi digital. Mulai dari informasi, pendidikan, pemerintahan, bisnis, industri dan lain sebagainya kini sudah memanfaatkan teknologi digital dalam penerapannya. Perkembangan ini sangat nyata dirasakan di tiap tahunnya. Data yang diperoleh dari penelitian Global Digital Report yang dilakukan oleh WeAreSocial dan Hootsuite menunjukkan angka yang besar tentang jumlah pengguna internet dunia yang mencapai empat miliar orang dan pengguna *mobile-phone* yang mencapai lebih dari lima miliar orang. Hal ini berarti bahwa lebih dari setengah penduduk di bumi telah menggunakan internet dan *mobile-phone* (Kemp, 2019).

Perkembangan era digital ini tentunya juga terjadi di Indonesia. Survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018) menyebutkan bahwa pengguna internet Indonesia telah menyentuh angka 143,26 juta jiwa. Jumlah ini juga telah melebihi setengah dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia yang sebagian besar menggunakan *smartphone* dalam mengakses internet. Perkembangan teknologi digital telah mengubah sikap dan perilaku penggunanya. Hampir sebagian besar waktu dihabiskan dengan *smartphone*, banyak hal dapat dilakukan dan diperoleh dalam genggamannya yaitu dengan *smartphone*. Penggunaan *smartphone* pada manusia seolah sudah menjadi

kebutuhan utama yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari, kemajuan teknologi membuat semua kebutuhan dapat diakses dalam genggaman. Manusia memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan menerapkan sistem digital dalam kegiatannya. Terkhusus dalam bidang industri ekonomi digital, seperti adanya jual-beli, memilih barang, menawarkan jasa, pelayanan dan lainnya merupakan dampak dalam perkembangan teknologi bahkan tak terkecuali dalam hal pembayaran yang sekarang mengenal istilah *e-wallet*.

E-wallet merupakan salahsatu jenis pembayaran elektronik yang mulai marak dikembangkan oleh bank maupun sektor swasta di Indonesia (Silaen & Prabawani, 2019). Dalam pembayaran elektronik, pembayaran dilakukan secara elektronik yang mana uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya melalui alat pembayaran elektronik (Trihasta & Fajaryanti, 2008). Sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*electronic-money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/ 17/PBI/2016 (Bank Indonesia, 2016), bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.

Pada pengertian nya terdapat dua media penyimpanan uang elektronik yaitu *chip* dan *server based*. Berdasarkan pengertiannya, *e-wallet* juga merupakan bagian dari uang elektronik atau *e-money*. Namun yang membedakan adalah media penyimpanan *e-wallet* yang menggunakan media server atau yang disebut *server*

based. Hal ini membuat *e-wallet* dapat diakses oleh siapa saja dengan mudah yaitu hanya dengan mendownload aplikasi *e-wallet* di *smartphone*.

Kehadiran sistem pembayaran non-tunai yaitu *e-wallet* yang dipandang sebagai sistem pembayaran masa kini dianggap memberikan banyak kemudahan, lebih praktis serta aman. Pengguna tidak perlu membawa banyak uang tunai dalam bertransaksi cukup hanya dengan *smartphone* transaksi dapat dilakukan. Selain itu banyak kemudahan yang ditawarkan dengan *e-wallet* pengguna tidak perlu kerepotan untuk menghitung jumlah uang di depan kasir karena hanya perlu menuliskan nominal saja lalu melakukan *scan barcode*, pembayaran dengan *e-wallet* juga menawarkan banyak keuntungan dengan adanya *cashback* serta potongan harga sehingga konsumen dapat membayar dengan harga yang lebih murah, tak hanya itu *e-wallet* juga dapat digunakan untuk mentransfer uang ke rekening bank dan beberapa jenis *e-wallet* juga membebaskan dari biaya *admin*, pembayaran berbagai kebutuhan sehari-hari seperti tagihan listrik, pulsa dan belanja juga dapat dilakukan melalui *e-wallet*.

Kehadiran pembayaran non-tunai ini juga didukung oleh pemerintah, Hal tersebut sejalan dengan upaya pemerintah dalam menerapkan *cashless society* di Indonesia yaitu suatu komunitas atau masyarakat yang sudah sebagian besar menggunakan sistem pembayaran non-tunai dalam transaksi. Oleh karena itu Bank Indonesia pada tahun 2014 menerapkan sebuah gerakan, yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini diharapkan dapat memberikan kesadaran untuk mendukung transaksi non-tunai di Indonesia.

Keberadaan *e-wallet* di Indonesia dapat dikatakan sudah cukup lama, namun penetrasinya masih tergolong rendah. Meski menawarkan kemudahan, dan keamanan dalam bertransaksi namun nyatanya butuh waktu yang tidak instan untuk masyarakat mengenal sistem pembayaran ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research (2018) menunjukkan bahwa sejak awal kemunculan sistem pembayaran ini pada tahun 2007 yang diawali dengan *T-Cash* dari Tekomsel hingga bermunculan berbagai jenis *e-wallet* seperti Dompet-Ku, XL-tunai, Go-Pay, OVO, DANA dan lainnya hingga tahun 2017 jumlah penggunaannya pada berbagai jenis penyedia layanan yang ada tidak lebih dari 10 juta pengguna di Indonesia baik *mobile payment* berbasis chip maupun berbasis server atau yang kita sebut *e-wallet*.

Penggunaannya *e-wallet* juga masih didominasi oleh masyarakat di kota-kota besar khususnya generasi milenial yang lebih *familiar* dengan teknologi. Generasi milenial menurut Howe & Strauss (2000) adalah generasi yang lahir pada tahun 1982-2000 atau yang berusia 19-37 tahun pada saat penelitian ini dilakukan. Generasi ini tumbuh dalam kemajuan teknologi, generasi milenial banyak menggunakan teknologi dalam kehidupannya, sehingga kelompok usia milenial ini sangat erat dengan perkembangan teknologi saat ini.

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti menggunakan tiga cara yaitu dengan observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada satu tahun terakhir ini, peneliti mengamati di lapangan mulai berkembangnya *e-wallet* di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Perkembangan tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya

beberapa tempat yang menyediakan pembayaran dengan *e-wallet* di wilayah tersebut. Penyedia pembayaran dengan *e-wallet* mulai marak ditemui khususnya pada pusat perbelanjaan serta pada *café* maupun restoran yang ada di wilayah tersebut. Fenomena ini mulai berkembang dalam satu tahun kebelakang ini yaitu 2018-2019 dengan semakin maraknya iklan yang menawarkan pembayaran dengan *e-wallet* pada beberapa tempat tersebut.

Selanjutnya yang kedua yaitu peneliti melakukan wawancara pada mahasiswa. Ada dua subjek yang digunakan sebagai narasumber yang merupakan mahasiswi berusia 22 tahun. Peneliti melakukan wawancara kepada subjek pada tanggal 28 Februari 2019 terkait dengan bagaimana persepsi subjek terhadap *e-wallet* dan niat untuk menggunakannya.

Menurut studi awal dengan wawancara (28-2-2019), subjek mengatakan,

“...Ya aku pernah pake itu tapi sekarang sih gak pake *kayakgituan* lagi may, soalnya gak suka yang digital-digital ya langsung ajalah enak lebih keliatan uangnya, gampang bisa dimana-mana bayarnya, gak perlu *top-up top-up* juga kan tuh repot *hehehe*, *gatau* ya kayaknya belum tertarik mau *gunain lagi* kalau aku masih suka tunai...”

(S₁W₁. 28-2-2019)

“...iya aku suka tuh gak *ribet* bawa-bawa uang apalagi *kalo* biasanya uang receh tuh susah *nggak* ada kembalian nah *kalo pake kayakgitu (e-wallet)* kan gak ada tuh pertanyaan uang *pas* sama mbak kasirnya, terus enak juga *kalo* beli listrik kuota suka banyak promo juga may, gak perlu pergi keluar juga kan kalo mau bayar apa. *Trus* iya bisa dipake buat transfer juga gak *kena* biaya admin, ya jadi pasti kedepannya mau *gunain lagi* dong...”

(S₂W₁. 28-2-2019)

Subjek pertama mengatakan bahwa subjek tidak lagi menggunakan *e-wallet* karena tidak menyukainya. Subjek masih lebih nyaman menggunakan pembayaran

tunai karena lebih terlihat jelas uangnya. Subjek merasa bahwa pembayaran tunai juga lebih mudah. Pembayaran dengan tunai juga dapat digunakan dimana-mana dibandingkan dengan *e-wallet* dan tidak perlu repot melakukan *top-up* yang menurut subjek merepotkan dirinya. Sehingga subjek masih belum memiliki niatan untuk menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* karena masih lebih menyukai tunai.

Berbeda dengan subjek pertama, Subjek kedua mengatakan bahwa menurutnya menggunakan *e-wallet* sangat praktis karena tidak perlu membawa uang banyak kemana-mana. Subjek merasa dengan *e-wallet* dapat mengurangi kerepotan saat harus menerima uang kembalian dari kasir, seringkali saat subjek berbelanja dengan uang tunai, kasir selalu meminta uang *pas* sedangkan saat menggunakan *e-wallet* hal tersebut tidak terjadi. Selain itu, subjek juga menyukai melakukan transaksi pembayaran dengan *e-wallet* karena tidak perlu pergi keluar untuk membayar berbagai keperluan sehari-hari seperti listrik atau pulsa, serta banyak promo yang ditawarkan. Keberadaan *e-wallet* yang baru digunakannya akhir-akhir ini membantunya juga dalam melakukan transfer uang. Subjek dapat melakukan transfer ke berbagai macam rekening bank tanpa dikenakan biaya administrasi. Hal ini tentu sangat menguntungkan subjek karena seringkali transfer yang dilakukan berbeda bank dengan yang subjek miliki. Oleh karena itu subjek akan berniat untuk terus menggunakan *e-wallet* dikemudian hari karena subjek merasakan manfaat dengan menggunakan *e-wallet*

Kemudian pada studi pendahuluan dengan cara yang ketiga peneliti membagikan kuisisioner secara acak pada 100 orang. Kuisisioner ini berisi pertanyaan

sederhana untuk mengetahui bagaimana pengetahuan responden tentang teknologi baru yang ada, dalam hal ini *e-wallet*. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana niat menggunakan teknologi tersebut. Dari 100 responden tersebut diperoleh data bahwa hampir semuanya yaitu 91,5% responden mengetahui tentang keberadaan *e-wallet* saat ini, namun hanya 70% yang tertarik mau menggunakan *e-wallet*. Pada penggunaannya pun juga masih sangat rendah yaitu hanya sejumlah 27% yang lebih sering menggunakan *e-wallet* dalam transaksinya. Pada pengguna yang sering menggunakan *e-wallet* mengatakan bahwa *e-wallet* lebih efisien, mudah, praktis, simpel dan memiliki banyak fitur promo, namun pengguna yang belum tertarik menggunakan *e-wallet* beberapa juga mengatakan bahwa pembayaran tunai lebih praktis, mudah, fleksibel dan lebih terlihat jelas transaksinya dibandingkan *e-wallet* selain itu juga pada responden yang mengaku tertarik dan berminat dengan *e-wallet* namun dalam penggunaannya justru tidak sering dilakukan hal ini karena di lingkungan sekitarnya belum banyak tempat-tempat yang menyediakan metode pembayaran dengan *e-wallet*.

Tabel 1.1 Data Awal Penelitian

Pertanyaan	Ya	Tidak
Mengetahui tentang <i>e-wallet</i>	91,5 %	8,5%
Berniat menggunakan <i>e-wallet</i>	70%	30%
Seringkali menggunakan <i>e-wallet</i> dalam transaksi	27%	73%

Berdasarkan studi pendahuluan dengan observasi, wawancara serta pembagian kuesioner tersebut ternyata ada respon yang berbeda-beda, respon

tersebut berupa penerimaan, penerimaan tersebut berupa adanya 70% responden pada kuisioner mengatakan tertarik atau berniat menggunakan e-wallet kemudian hasil dari wawancara dengan satu orang subjek juga mengemukakan bahwa subjek tersebut menyukai dan tertarik dengan menggunakan *e-wallet*. Maka ini merupakan salahsatu contoh dari penerimaan teknologi baru. Namun selain penerimaan tersebut, ada juga penolakan seperti masih ada 30% responden pada kuisioner yang mengaku tidak tertarik menggunakan e-wallet dan pada satu subjek wawancara juga mengatakan tidak menyukai dan tidak berniat untuk menggunakan e-wallet. dan lebih suka menggunakan transaksi secara tunai.

Berkaitan dengan respon penerimaan dan penolakan tersebut ada sebuah teori yang dinamakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model* merupakan model yang digunakan dan dikembangkan oleh peneliti terdahulu untuk mengukur penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini pertama kali dikenalkan oleh Davis (1989). Model ini sering digunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dalam menjelaskan penerimaan dan minat pengguna dalam menggunakan teknologi baru. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku. Teori ini merupakan perkembangan dari teori psikologi yaitu *Theory Reasoned Action (TRA)* (Fishbein & Ajzen, 1975) yang menjelaskan tentang perilaku individu dalam penerimaan teknologi informasi (Chauhan, 2015). TAM mendefinisikan adanya konstruk utama untuk mengetahui penerimaan penggunaan pada teknologi yaitu salahsatunya mengenai persepsi terhadap kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yang kemudian dapat

mempengaruhi sikap dan niat perilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan suatu teknologi.

Fishbein and Ajzen (1975) dalam Chauhan (2015) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Agarwal & Karahanna (2000) niat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (niat) individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Individu akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Niat juga dapat mengindikasikan dilakukannya suatu perilaku di masa depan dan mengulangnya di kemudian hari. Adanya *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi akan mencerminkan penerimaan individu dalam penggunaan teknologi.

Perceived usefulness didefinisikan sebagai tingkatan maupun keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis: 1998). Dalam Hal ini dimaksudkan jika individu percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat membantu melakukan transaksi dengan lebih efisien dan bermanfaat maka individu akan menggunakannya. Begitu pun sebaliknya, jika dalam menggunakan *e-wallet* individu tidak mendapatkan manfaat apa-apa atau tidak berguna maka individu tidak akan menggunakannya. Persepsi kebermanfaatannya ini dapat mempengaruhi penerimaan sebuah sistem secara signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian yang dilakukan oleh Chauhan (2015) menemukan bahwa konstruk utama dari TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu *perceived usefulness*

berkontribusi dalam mempengaruhi *behavioral intention* untuk menerima *mobile money* pada masyarakat India. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan *mobile money* pada masyarakat miskin di India dengan mengumpulkan sebanyak 225 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Januarsyah, Kertahadi, & Riyadi (2015) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), dan sikap pengguna dalam penggunaan Internet Banking pada pengguna Internet Banking di dalam kegiatan perbankan. Memeroleh hasil bahwa dua dari tiga faktor yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memberikan pengaruh kepada pengguna dalam penggunaan Internet Banking.

Penelitian yang dilakukan oleh George & Kumar (2013) menyebutkan bahwa adanya pengaruh positif *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *customer satisfaction* dan pengaruh negatif *perceived risk* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna internet banking di Kerala, India.

Penelitian lain dilakukan oleh Bangkara & Mimba (2016) untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, pada *behavioral intention* penggunaan internet banking dengan sikap (*attitude toward using*) sebagai variabel intervening. Penelitian dilakukan pada UMKM usaha dagang di Kota Denpasar ditemukan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude toward using* berpengaruh positif pada minat (*behavioral intention*) penggunaan *internet banking*.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Aditya & Wardhana (2016) dengan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) pada pengguna *instan message LINE* menemukan bahwa *perceived usefulness* berada pada posisi angka 75,81% dengan kategori tinggi dan *behavioral intention* berada pada posisi 79,52% dengan kategori tinggi, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* sebesar 18,83%.

Berdasarkan fenomena yang terjadi yaitu maraknya perkembangan teknologi salahsatunya dengan hadirnya sebuah sistem teknologi baru yaitu *e-wallet* dan kehadiran sistem teknologi ini menghasilkan respon yang berbeda terhadap niat menggunakan *e-wallet* tersebut yaitu penerimaan maupun penolakan. Berdasarkan penelitian terdahulu juga menerangkan bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* untuk mengetahui penerimaan individu terhadap teknologi. Namun, belum banyak yang meneliti fenomena serupa pada *e-wallet* di Indonesia. Maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana *perceived usefulness* masyarakat terhadap *e-wallet* dalam mempengaruhi niat perilakunya (*behavior intention*) untuk menggunakan *e-wallet*. Oleh karenanya perlu dilakukan penelitian tentang “Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna *e-wallet*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY?

2. Bagaimana gambaran *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY?
3. Apakah ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* di Jateng dan DIY ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka capaian tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY
2. Untuk mengetahui gambaran *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* di Jateng dan DIY

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan kajian pada bidang Psikologi Industri dan Organisasi (PIO). Serta memberikan pengetahuan baru mengenai perilaku individu dalam menggunakan suatu produk atau layanan jasa di era digital kini yang mana teknologi memegang peranan besar di berbagai aspek.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang terkait yaitu:

1.4.2.1 Bagi Pembaca

Diharapkan dapat cerdas dalam memanfaatkan teknologi serta dapat semakin membuka diri dan ikut serta dalam pengembangan industri di era teknologi digital ini.

1.4.2.2 Bagi Penyedia Layanan Teknologi

Memberikan informasi tentang bagaimana industri yang berbasis teknologi ini diterima oleh individu dan bagaimana mempengaruhi niat individu dalam menggunakannya sehingga dapat menjadi rujukan untuk mengambil langkah dalam mengembangkan teknologi yang tepat dengan perilaku individu.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi merupakan salah satu model yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi (Jogiyanto, 2007 : 111). TAM biasa digunakan oleh peneliti dan praktisi untuk memprediksi dan menjelaskan tentang penerimaan pengguna sistem teknologi informasi tersebut (Davis & Venkatesh, 1996). TAM merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dan berpengaruh di bidang sistem informasi, teknologi dan layanan. TAM telah divalidasi sebagai kerangka kerja yang kuat untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru (Dash & Mohapatra, 2011).

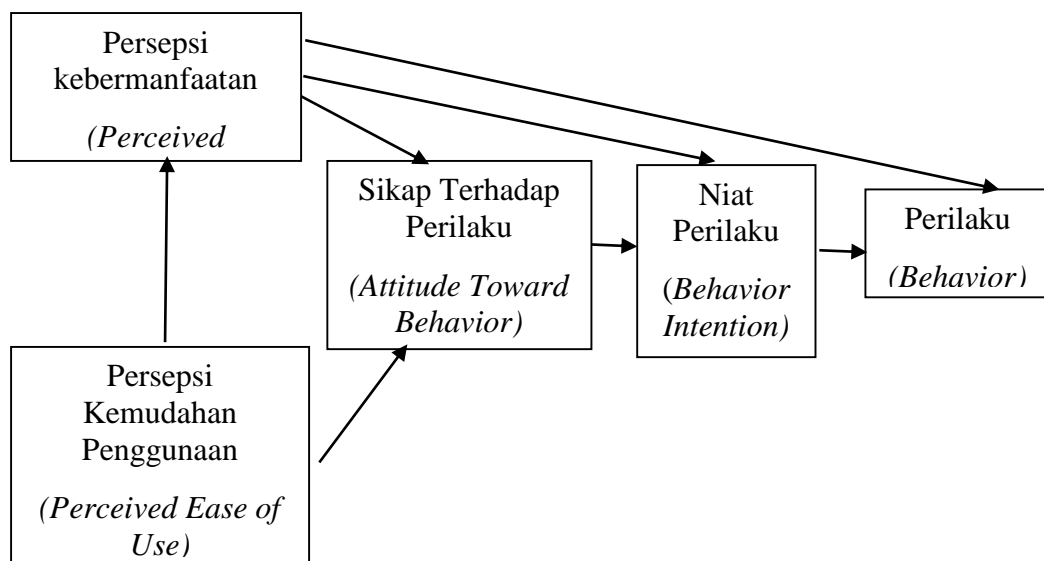
Dalam bukunya, Nugroho (2008:188) mengemukakan bahwa,

“TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor memengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal *usefulness* (pengguna yakin bahwa kinerjanya akan meningkat dengan menggunakan sistem ini) dan *ease of use* (pengguna yakin bahwa penggunaan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian sistem ini mudah digunakan)”.

Model ini pertama kali dikenalkan oleh Davis (1989) yang merupakan perkembangan dari teori psikologi *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Ajzen

dan Fishbein (1980). TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk ini adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (Jogiyanto, 2007 : 111). TAM menggambarkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai relevansi utama dalam sikap menerima teknologi untuk menggunakan suatu sistem (Moses, Wong, Bakar, & Mahmud, 2013). Adanya dua konstruk tersebut dianggap menentukan bagaimana penerimaan individu terhadap sistem teknologi baru. *Perceived usefulness* mempunyai pengaruh ke *behavior intention* (niat perilaku). Pengguna teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi jika merasa sistem tersebut bermanfaat (Jogiyanto, 2007 : 112).

Berikut ini merupakan konstruk TAM yang dikenalkan oleh Davis (1989).



Gambar 2.1 *Technology acceptance model* (Jogiyanto, 2007 : 112)

TAM mempunyai manfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi gagal diterapkan. TAM berupaya membantu para peneliti dan praktisi untuk membedakan mengapa teknologi atau sistem tertentu dapat diterima

atau tidak dapat diterima dan mengambil langkah-langkah yang sesuai dengan penjelasan serta dapat memberikan prediksi (Lai, 2018). Selain itu, seperti yang dikatakan Jogiyanto (2007 : 134) TAM memiliki banyak kelebihan selain dibangun dari dasar yang kuat, TAM juga berbeda dengan model penerapan sistem teknologi lainnya. Perbedaan ini adalah tidak banyak model-model penerapan sistem teknologi informasi yang memasukkan faktor psikologis atau behavior (perilaku) dan TAM adalah salah satu model yang mempertimbangkan hal tersebut.

Model ini juga telah banyak diuji dan dibandingkan dengan model lainnya yang serupa dan hasilnya sebagian besar mendukung bahwa TAM model yang baik. Mathieson (1991) juga menambahkan bahwa TAM telah menjadi instrument dalam banyak studi empiris dan kemampuannya dalam menjelaskan niat dan sikap terhadap penggunaan teknologi lebih baik daripada TRA dan TPB (*Theory of Planned Behavior*). Selain itu juga istilah parsimoni melekat pada model ini, yaitu model yang sederhana namun valid. Sehingga model ini sangat cocok digunakan untuk peneliti menjelaskan tentang *behavioral intention* pada penggunaan *e-wallet*.

2.2 Behavioral Intention

2.2.1 Definisi Behavioral Intention

Intention (niat) didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007 : 29). *Intention* diasumsikan sebagai faktor pemotivasi yang ada di dalam diri individu yang mempengaruhi *behavior* (perilaku). Ajzen (1991) menyatakan bahwa *Intention* tercermin dari seberapa besar keinginan untuk mencoba dan seberapa kuat usaha yang dialokasikan untuk mewujudkan *behavior* tertentu. *Intention* atau niat merupakan faktor penting dalam memengaruhi perilaku

individu. *Intention* atau dalam hal ini juga disebut sebagai *behavioral intention* merupakan upaya individu untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan (Jin et al. dalam Ghorbanzade, Mehrani, & Rahehagh, 2019). *Behavioral intention* atau niat adalah prediktor perilaku yang proksimal (Sheeran, 2002).

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat (*intention*) merupakan anteseden dari perilaku. Seseorang dapat melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Eva & Polonsky (2012) mendefinisikan *behavioral intention* atau niat berperilaku sebagai sejauh mana seseorang merumuskan rencana secara sadar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu di masa depan. Menurut Agarwal dan Karahanna (2000) *Behavioral intention* (niat berperilaku) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Mamman, Ogunbado, & Abu-Bakr (2016) mendefinisikan niat sebagai seberapa keras orang mau mencoba dan seberapa banyak penentuan yang mereka rencanakan dalam melakukan suatu perilaku.

Berdasarkan definisi *behavioral intention* seperti yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* merupakan kecenderungan individu untuk berperilaku yang dapat menjadi indikasi keinginan kuat seseorang dalam merealisasikan perilaku.

2.2.2 Aspek-aspek Behavioral Intention

Menurut Fishbein dan Ajzen (2005) intensi memiliki empat aspek, yaitu:

- a. Tindakan (*action*)

Perilaku spesifik yang nantinya akan terwujud. Intensi merupakan suatu niat atau keinginan untuk melakukan perilaku tertentu, sehingga dalam intensi terdapat perilaku atau tindakan yang nantinya akan dilakukan.

b. Sasaran (*target*)

Sasaran merupakan objek yang menjadi sasaran perilaku. Objek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu orang atau objek tertentu (*particular object*), sekelompok orang atau objek (*a class of object*), dan orang atau objek pada umumnya (*any object*).

c. Konteks (*context*)

Konteks merupakan keadaan yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku (bagaimana dan dimana perilaku itu akan diwujudkan).

d. Waktu (*time*)

Waktu (*time*) yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau tidak terbatas misalnya waktu yang spesifik (hari tertentu, tanggal tertentu, jam tertentu), periode tertentu (bulan tertentu), dan waktu yang tidak terbatas (waktu yang akan datang)

2.2.3 Faktor-faktor *Behavioral Intention*

Adapun faktor-faktor yang membentuk *intention* untuk melakukan sesuatu menurut Ajzen dan Fishbein (1975) adalah:

a. *Attitude toward behavior*

Attitude toward behavior (sikap terhadap perilaku) adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individu ketika harus melakukan perilaku

yang akan ditentukan. Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan *attitude* (sikap) sebagai jumlah dari afeksi yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek; setuju atau menolak, dan lainnya.

b. *Subjective norm*

Subjective norm (norma-norma subjektif) berhubungan dengan pengaruh sosial, disebut *subjective norm* karena berhubungan dengan pandangan seseorang terhadap tekanan sosial. *Subjective norm* ini dapat didefinisikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan memengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

c. *Perceived behavioral control*

Perceived behavioral control (persepsi kontrol perilaku) didefinisikan oleh Ajzen (1991) sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku “*the perceived ease or difficulty of performing the behavior*”. *Perceived behavioral control* ini merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada.

2.3 Perceived Usefulness

2.3.1 Definisi Perceived Usefulness

Davis (1989) mengatakan bahwa *perceived usefulness* yaitu : “*the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job*

performance”. Dapat diartikan bahwa *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem akan dapat meningkatkan prestasi kerja atau meningkatkan kinerja penggunanya. Menurut Shun Wang et al (dalam Adhiputra, 2015) mengatakan bahwa persepsi manfaat pnggunaan merupakan rasa kepercayaan seseorang dengan menggunakan suatu sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan menurut Yasa, Ratnaningrum, & Sukaatmaja (2014) yang mendefinisikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah sebagai suatu kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi informasi akan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Selanjutnya menurut Venkatesh & Davis (2003) *perceived usefulness* adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Phillips et al. (dalam Teo, Lee, & Chai, 2007) mengemukakan bahwa *perceived usefulness* mencerminkan kemungkinan subjektif para calon pengguna bahwa menggunakan teknologi baru akan bermanfaat bagi dirinya sendiri ataupun kesejahteraan organisasi.

Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa *perceived usefulness* berkaitan dengan suatu kepercayaan (*belief*). Jika seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tidak berguna atau bermanfaat baginya maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007 : 114). Davis, Bagozzi, & Warshaw (1992) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa niat individu dalam menggunakan computer di tempat kerja

sebagian besar dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang seberapa berguna computer tersebut dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka.

Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), *perceived usefulness* memiliki dampak positif pada niat perilaku (*behavior intention*) atau keinginan untuk menggunakan. Dengan adanya niat itulah yang kemudian akan menghasilkan suatu perilaku nyata yang tampak dalam hal ini penggunaan teknologi (Deng, Lu, Zhang, & Wang, 2008).

Jadi dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* merupakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap kegunaan atau kebermanfaatan suatu sistem teknologi. Jika sistem teknologi tersebut dipercaya dapat berguna dan bermanfaat maka akan digunakan atau dapat diterima.

2.3.2 Dimensi *Perceived Usefulness*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramayah & Ignatius (2005) dimensi dari *perceived usefulness* adalah:

a. *Effectiveness*

Effectiveness adalah dimensi yang menunjukkan adanya ketercapaian tujuan dari penggunaan suatu sistem teknologi, serta adanya efek yang ditimbulkan terhadap sebuah kinerja sesuai dengan yang diharapkan. Dalam e-wallet sendiri hal ini menunjukkan bagaimana efektivitas kinerja transaksi yang dihasilkan dengan menggunakan e-wallet

b. *Accomplish Faster*

Accomplish faster adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan adanya sebuah sistem. Dalam dunia *e-wallet*, dimensi ini mengacu pada kecepatan dari proses yang dijalankan antara konsumen dengan perusahaan.

c. *Useful*

Useful adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna bagi kegiatan seorang individu, terutama mengenai permasalahan menyangkut sebuah hal yang berkaitan dengan kegiatannya.

d. *Advantageous*

Advantageous adalah keuntungan-keuntungan dari penggunaan sebuah sistem bagi seorang individu. Dalam lingkup *e-wallet*, keuntungan-keuntungan yang dirasakan pengguna akan menjadi tingkat sejauh mana sebuah sistem dapat terus digunakan atau tidak.

2.4 *E-wallet* (Dompet Elektronik)

E-wallet merupakan alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server based* yang dapat diakses dalam bentuk aplikasi di smartphone (Mulyana & Wijaya, 2018). Berdasarkan peraturan Bank Indonesia nomor 18 / 40 / PBI / 2016 Pasal 1 Ayat 7 yang mengemukakan mengenai penyelenggaraan transaksi pembayaran dijelaskan bahwa dompet elektronik (*electronic wallet*) yang atau yang disebut dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran. Data yang dimaksud adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang

dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Bank Indonesia (2016) menjelaskan perbedaan dompet elektronik dalam PBI ini dengan uang elektronik yang telah diatur dalam ketentuan yang ada.

Uang elektronik merupakan instrumen pembayaran non tunai yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit untuk kemudian disimpan secara elektronik dalam media *server* atau *chip*. Sedangkan dompet elektronik merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran seperti kartu debit, kartu kredit dan uang elektronik untuk melakukan pembayaran. Dompet elektronik juga dapat menampung dana untuk tujuan pembayaran. Batas maksimum dana yang dapat ditampung dalam dompet elektronik adalah sampai dengan Rp. 10.000.000 dan akan diatur dalam surat edaran Bank Indonesia. Hal serupa yang dikemukakan oleh Hutami & Septyarini (2018) bahwa *e-wallet* merupakan suatu aplikasi yang merujuk pada dompet sementara atau akun dalam aplikasi tersebut serta berisi dana sehingga dapat digunakan untuk membayar secara non-tunai. Beberapa contoh *e-wallet* yang ada di Indonesia seperti Gopay, OVO, DANA, LinkAja dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini penulis meneliti pengguna *e-wallet* secara umum tidak dikhususkan pada satu jenis *e-wallet* saja hal ini dikarenakan untuk mendapatkan data yang lebih luas terkait pengguna *e-wallet*.

2.5 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

Dalam model penerimaan teknologi atau yang disebut TAM (*Technology Acceptance Model*), Davis (1989) menyebutkan adanya konstruk *perceived usefulness* yang memengaruhi *behavioral intention*. Adanya *perceived usefulness*

dapat mengindikasikan bagaimana niat perilaku (*behavioral intention*) individu dalam menggunakan teknologi yang kemudian memprediksi bagaimana perilaku individu tersebut, sehingga seringkali dalam penelitian serupa menyebutkan tentang adopsi teknologi maupun penerimaan teknologi.

Pada dunia teknologi informasi, niat juga telah diakui sebagai faktor utama yang memengaruhi perilaku seperti halnya yang diajukan oleh *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989). Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* atau model yang seringkali digunakan dalam menjelaskan penerimaan individu pada sistem teknologi baru, terdapat konstruk *behavioral intention* atau dalam TAM disebut sebagai *behavioral intention to use* yang merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto, 2007 : 113). Jogiyanto (2007 :116) juga mengatakan bahwa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *behavioral intention* merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem. Dalam psikologi konsumen yang berkaitan dengan industri jasa maka variabel *behavioral intention* merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam penyedia layanan teknologi menyediakan jasanya karena apabila suatu produk memunculkan *behavioral intention* pada penggunanya maka produk layanan teknologi tersebut dapat bertahan dan memenangkan persaingan pasar (Purwianti & Tio, 2017).

Ajzen (2005) mengatakan bahwa adanya hubungan yang spesifik antara kecenderungan dengan munculnya perilaku, dengan kata lain bahwa seseorang akan melakukan suatu perilaku jika telah mempunyai intensi sebelumnya. Sependapat dengan yang dikatakan Vijayasarthy dalam Aditya (2016)

bahwa terdapat korelasi yang kuat antara niat perilaku dengan perilaku yang sebenarnya. Setiap perilaku yang bebas, yang ditentukan oleh kemauan sendiri selalu didahului oleh niat (*intention*) (Sarwono, 2002:245).

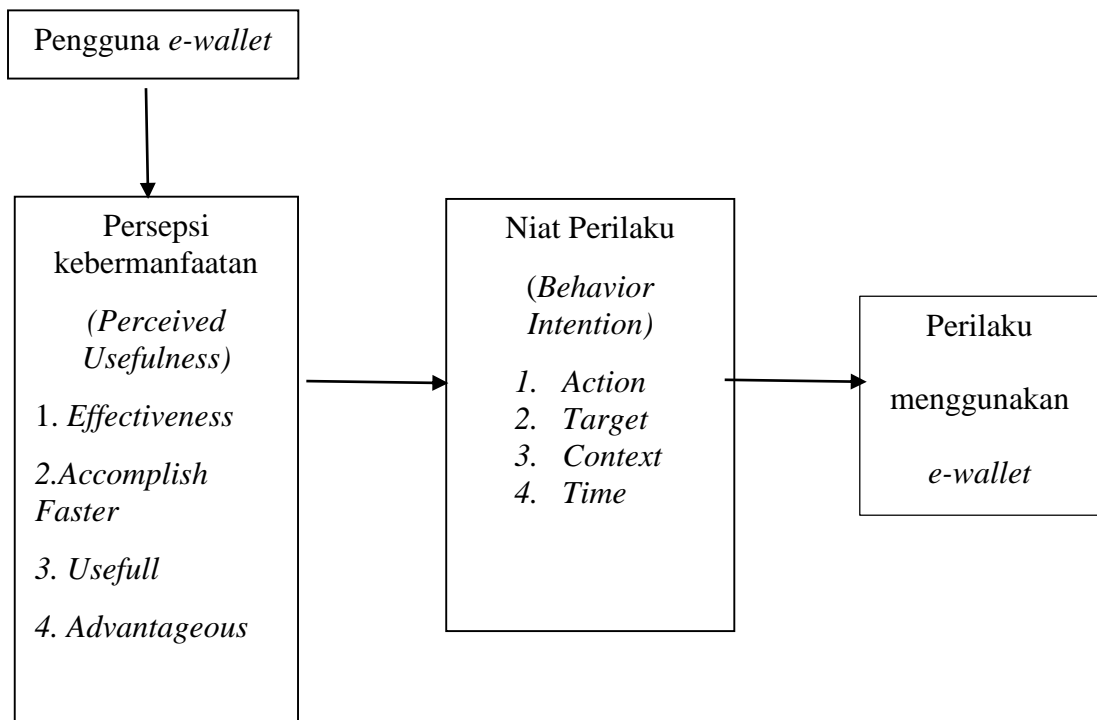
Dalam beberapa penelitian telah membuktikan adanya pengaruh persepsi kebermanfaatan tersebut seperti yang dilakukan oleh Dash & Mohapatra (2011) yang meneliti tentang penerimaan penggunaan *internet banking* menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan faktor penting dalam memengaruhi niat penggunaan atau *behavioral intention internet banking*. Begitu pula penelitian yang dilakukan Januarsyah (2015) menemukan bahwa adanya prediktor tersebut memberikan pengaruh positif pada niat pelanggan untuk menggunakan internet banking. Selain itu juga penelitian yang dilakukan Ashraf, Auh, & Thongpapanl (2014) yang meneliti tentang adopsi *e-commerce* lintas budaya juga menemukan hasil bahwa prediksi dari TAM tampak kuat dan berlaku di kedua negara yang diteliti tersebut dan menunjukkan pengaruh pentingnya *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada *behavioral intention* konsumen untuk berbelanja online divalidasi di kedua budaya. Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Fern, et al. (2018) tentang *behavioral intention mobile advertising* yang menemukan adanya hubungan signifikan dari beberapa variabel yang salah satunya merupakan *perceived usefulness* dalam mempengaruhi *behavioral intention towards mobile advertising*.

Dalam beberapa tahun belakangan ini sedang marak di tengah masyarakat adanya sistem teknologi baru dalam pembayaran yang disebut *e-wallet*, untuk mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terhadap hal tersebut maka

berdasarkan penjelasan di atas serta penelitian terdahulu yang mendukung, dapat ditarik kesimpulan bahwa memang semakin baik persepsi seseorang atas fungsi atau manfaat dari sebuah *website*, maka minat individu tersebut untuk terus menggunakan *website* akan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan dugaan dalam penelitian ini dimana semakin baik persepsi seseorang atas kegunaan *e-wallet*, maka orang tersebut akan menggunakan *e-wallet* tersebut sebagai sistem pembayarannya.

2.6 Kerangka Berfikir

Pada penelitian ini digunakan *Technology acceptance model* secara sederhana untuk mengetahui bagaimana pengaruh konstruk pada model penerimaan teknologi tersebut yaitu *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* seperti pada gambar berikut



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

2.7 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H₁ : Ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet*.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang metode penelitian yang penulis gunakan untuk mengungkap masalah yang akan diteliti. Metode penelitian merupakan suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu penelitian. Menurut Sugiono (2009: 2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan harus sesuai dengan objek penelitian dan tujuan penelitian. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan lancar dan hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara empiris.

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan pendekatan analisisnya, penelitian terbagi atas pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Azwar (2010:5) penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Sedangkan menurut Sugiyono (2009: 7) metode ini merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis

3.1.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional. Menurut Purwanto (2016:19) jenis penelitian ini dilakukan guna

menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih variabel. Dengan menggunakan penelitian korelasional ini, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai taraf hubungan atau pengaruh yang terjadi antara variabel-variabel penelitian. Menurut Azwar (2010: 8) penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi.

Dalam penelitian ini, desain penelitian bersifat korelasional yaitu prosedur penelitian pengaruh antara X dan Y, yaitu pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Purwanto (2016: 65) Variabel adalah konsep yang memiliki variasi nilai. Dalam penelitian ini, digunakan dua buah variabel, yang terdiri dari satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tergantung (*dependent*). Variabel bebas adalah suatu variabel yang variasinya dapat memengaruhi variabel lain pada suatu penelitian, sedangkan variabel tergantung adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek ataupun pengaruh variabel lain (Azwar, 2010: 62).

3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi penelitian dilakukan dengan tujuan agar dapat mengenali fungsi masing-masing variabel penelitian. Identifikasi variabel penelitian dapat digunakan untuk menentukan alat pengumpul data serta dalam pengujian hipotesis. Azwar (2010: 61) menyatakan bahwa identifikasi variabel merupakan langkah penetapan

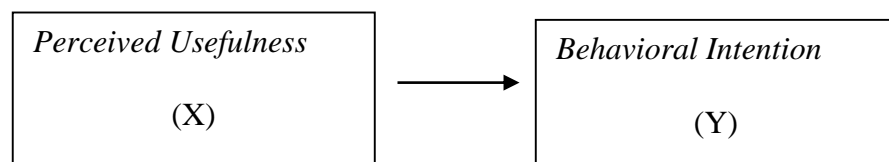
variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing. Variabel dalam penelitian ini berjumlah dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel tergantung (Y).

Variabel bebas (X) : *Perceived usefulness*

Variabel tergantung (Y) : *Behavioral intention*

3.2.2 Pengaruh Antar Variabel

Pengaruh antar variabel merupakan salah satu hal yang penting untuk dilihat dalam suatu penelitian. Dalam pengaruh variabel ini kita akan melihat satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness* (X) sebagai variabel bebas, sedangkan variabel *behavioral intention* (Y) sebagai variabel tergantung. Berikut pengaruh antar variabel dapat dilihat dalam gambar di bawah ini:



Gambar 3.3 Pengaruh Antar Variabel

Keterangan gambar 3.3:

X : Variabel bebas

Y : Variabel tergantung

3.2.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional memberi makna terhadap suatu variabel dengan cara menspesifikasi aktivitas-aktivitas atau operasi yang diperlukan untuk mengukur, mengkategorisasi, atau memanipulasi variabel tersebut (Purwanto, 2016 : 74-75). Menurut Azwar (2010: 74) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Berikut penjelasan definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.3.1 *Behavioral Intention*

Behavioral intention merupakan niat untuk berperilaku dalam hal ini merupakan niat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu sistem teknologi. *Behavioral intention* akan diukur dengan skala *behavioral intention* berdasarkan empat aspek yaitu *action*, *target*, *context*, dan *time*. Skor yang dihasilkan merupakan gambaran dari tinggi rendahnya *behavioral intention* individu. Semakin tinggi skor yang didapat maka semakin tinggi pula tingkat *behavioral intention* individu, sebaliknya semakin rendah skor yang didapat maka semakin rendah pula *behavioral intention* individu.

3.2.3.2 *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness adalah persepsi atau kepercayaan individu pada kegunaan atau kebermanfaatan suatu sistem teknologi yang digunakan. Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* diukur dengan skala *perceived usefulness* berdasarkan empat dimensi yaitu *effectiveness*, *accomplish faster*, *usefull*, dan *advantageous*. Skor yang didapat menggambarkan tinggi atau rendahnya *perceived*

usefulness individu terhadap penggunaan *e-wallet*. Semakin tinggi skor yang didapat maka semakin tinggi *perceived usefulness* individu, sebaliknya semakin rendah skor yang didapat maka semakin rendah pula *perceived usefulness* individu terhadap penggunaan *e-wallet*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2009:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Azwar (2010: 77) mendefinisikan populasi sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah generasi milenial, dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Berusia 19-37 tahun
- b. Memiliki aplikasi *e-wallet* seperti DANA, Go-Pay ataupun OVO dan sejenisnya
- c. Berdomisili di Jawa Tengah atau DIY

Peneliti menggunakan karakteristik usia 19-37 tahun karena kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia generasi milenial, sesuai dengan yang dikatakan oleh Howe dan Staruss (2000) bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lahir antara tahun 1982-2000 atau pada tahun ini berusia 19-37 tahun. Generasi milenial merupakan kelompok usia yang dekat dengan teknologi sehingga sesuai dengan penelitian ini. Sedangkan memiliki aplikasi *e-wallet* merupakan kriteria yang harus dipenuhi karena penelitian ini ditujukan pada pengguna *e-wallet*.

kemudian peneliti menggunakan beberapa jenis *e-wallet* tersebut dan tidak mengkhususkan pada salahsatu *e-wallet* saja karena untuk memperoleh gambaran yang lebih umum mengenai pengguna *e-wallet* selain itu kebanyakan pengguna merupakan pengguna yang menggunakan lebih dari satu jenis *e-wallet*.

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Sugiyono (2009 : 81) mengatakan bahwa *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini dipilih dengan dasar pertimbangan karena tidak adanya data akurat mengenai jumlah generasi milenial pengguna *e-wallet*. Sehingga dapat dikatakan jumlah anggota populasi tidak diketahui.

Sementara itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *incidental sampling*. *Incidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu subjek yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009:85). Adapun jumlah anggota sampel yang diambil. Adapun jumlah anggota sampel yang diambil sesuai dengan table Isacc dan Michael (Sugiyono, 2009: 87) dikarenakan relatif mudah diikuti dengan taraf signifikansi yang sesuai dengan penelitian dalam psikologi yaitu 5%. Dikarenakan tidak diketahuinya secara pasti jumlah generasi milenial pengguna *e-wallet*. Oleh sebab itu, peneliti menentukan N tidak terhingga (tidak

diketahui) sehingga jumlah anggota sampel dengan taraf signifikansi 5% adalah 349 orang.

3.4 Metode dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Metode

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan diteliti (Azwar, 2010: 91). Data merupakan faktor penting karena dengan adanya data dapat ditarik kesimpulan untuk mengetahui hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan dapat ditarik kesimpulan dengan mudah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi. Skala dalam penelitian ini disusun berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2016:134).

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang disusun terdiri dari pernyataan *favorable* (mendukung atau memihak tujuan penelitian) dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung atau memihak tujuan penelitian). Skala ini dibagikan kepada responden dengan pilihan alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala yang disebarkan merupakan skala dengan rentang skor satu sampai empat dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Jawaban

<i>Favorable</i>			<i>Unfavorable</i>		
Alternatif Jawaban		Skor	Alternatif Jawaban		Skor
SS	Setuju Setuju	4	SS	Sangat Setuju	1
S	Setuju	3	S	Setuju	2
TS	Tidak Setuju	2	TS	Tidak Setuju	3
STS	Sangat Tidak Setuju	1	STS	Sangat Tidak Setuju	4

3.4.2 Instrumen Penelitian

3.4.2.1 Skala Perceived Usefulness

Skala *perceived usefulness* ini berisi aitem pertanyaan-pertanyaan yang disusun berdasarkan dimensi *perceived usefulness*. Pedoman pembuatan aitem pada skala *perceived usefulness* ini dituangkan dalam *blueprint* sebagai berikut:

Tabel 3.3 Blue Print Skala *Perceived Usefulness*

No	Dimensi	Indikator	Penomoran aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Effectiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan kinerja transaksi Tercapainya tujuan transaksi 	7, 15, 13	11, 12	5
2.	<i>Accomplish Faster</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mempercepat transaksi Tidak membuang-buang waktu 	3, 8, 14	2, 25, 26	6
3.	<i>Usefull</i>	<ul style="list-style-type: none"> Berguna dan dapat diandalkan dalam suatu kegiatan 	1, 16, 20, 21	9, 6, 17, 22	8

		<ul style="list-style-type: none"> Membantu dan mempermudah suatu kegiatan 			
4.	<i>Advantageous</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan yang dapat memperoleh keuntungan 	4, 5, 10, 18, 19	23, 24	5
	TOTAL		15	11	26

3.4.2.2 Skala Behavioral Intention

Skala *behavioral intention* ini berisi aitem pernyataan-pernyataan yang disusun berdasarkan elemen *behavioral intention*. Pedoman pembuatan aitem pada skala *behavioral intention* ini dituangkan dalam blue print sebagai berikut:

Tabel 3.4 Blue Print *Behavioral Intention*

No	Dimensi	Indikator	Penomoran aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Action</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> dalam berbagai kebutuhan seperti membayar makanan, membayar tagihan dan membeli pulsa, mentransfer uang, membayar transportasi.	1, 5, 7, 16	6, 18, 20, 23	8
2.	<i>Target</i>	Memiliki objek yang disasar dalam penggunaan <i>e-wallet</i>	9, 15, 24	8, 26, 27	6
3.	<i>Context</i>	Memiliki alasan atau keadaan yang mendukung seseorang	3, 4, 11, 22	10, 14, 19	7

		menggunakan <i>e-wallet</i>			
4.	<i>Time</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> dalam jangka waktu tertentu	2, 12, 13	17, 21, 25	6
	TOTAL		14	13	27

3.5 Validitas dan Reliabilitas

Dalam membuat suatu alat pengumpul data yang baik, ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu validitas dan reliabilitas yang tinggi. Suatu alat pengumpul data diharapkan dapat mengukur apa yang sebenarnya hendak diukur. Alat ukur yang memenuhi syarat akan menghasilkan penelitian yang benar dan dapat menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dari masalah yang akan diselidiki.

3.5.1 Validitas

Menurut Azwar (2017:40) validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukuran yang bersangkutan. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menghasilkan error pengukuran yang minimal, artinya, skor setiap subjek yang diperoleh dari tes tersebut tidak jauh berbeda dari skor yang sesungguhnya. Dengan demikian secara keseluruhan tes tersebut akan menghasilkan varians error yang kecil pula (Azwar, 2017 :41).

Hasil uji validitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu olah data SPSS. Aitem dinyatakan valid apabila derajat signifikansi $< 0,05$ atau lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Selain itu, Cronbach (dalam Azwar, 2017:148) juga menyatakan bahwa aitem dikatakan valid jika koefisien validitas berkisar anatar 0,30 sampai dengan 0,50 dan dengan kisaran tersebut menandakan bahwa aitem dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu penelitian.

Pelaksanaan uji coba instrumen penelitian dilakukan menggunakan metode tryout murni. Try Out dilakukan pada 44 orang yang bukan termasuk dalam subjek penelitian. Hasil try out yang telah dilakukan kemudian dianalisis dan menghasilkan aitem aitem yang valid. Aitem yang valid digunakan dalam penelitian untuk selanjutnya dianalisis.

3.5.1.1 Hasil Uji Validitas Skala Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil bahwa skala yang terdiri dari 27 aitem yang diuji terdapat 27 aitem valid dan 0 aitem tidak valid. 27 aitem tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai $p < 0,05$. Berikut tabel yang dapat menggambarkan hasil uji validitas pada skala *behavioral intention*.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas *Behavioral Intention*

No	Dimensi	Indikator	Penomoran aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Action</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> dalam berbagai kebutuhan seperti membayar makanan, membayar tagihan dan membeli	1, 5, 7, 16	6, 18, 20, 23	8

		pulsa, mentransfer uang, membayar transportasi.			
2.	<i>Target</i>	Memiliki objek yang disasar dalam penggunaan <i>e-wallet</i>	9, 15, 24	8, 26, 27	6
3.	<i>Context</i>	Memiliki alasan atau keadaan yang mendukung seseorang menggunakan <i>e-wallet</i>	3, 4, 11, 22	10, 14, 19	7
4.	<i>Time</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> dalam jangka waktu tertentu	2, 12, 13	17, 21, 25	6
	TOTAL		14	13	27

3.5.1.2 Hasil Uji Validitas Skala Perceived Usefulness

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil bahwa skala yang terdiri dari 26 aitem, terdapat 23 aitem yang dinyatakan valid dan tiga aitem lainnya dinyatakan tidak valid atau gugur. Tiga aitem tidak valid yang dimaksud yaitu nomor 3, 4, dan 17 yang memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai koefisien validitasnya kurang dari 0,3. Berikut tabel yang dapat menggambarkan hasil uji validitas pada skala *perceived usefulness*.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala *Perceived usefulness*

No	Dimensi	Indikator	Penomoran aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	

1.	<i>Effectiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kinerja transaksi • Tercapainya tujuan transaksi 	7, 15, 13	11, 12	5
2.	<i>Accomplish Faster</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mempercepat transaksi • Tidak membuang-buang waktu 	3*, 8, 14	2, 25, 26	6
3.	<i>Usefull</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Berguna dan dapat diandalkan dalam suatu kegiatan • Membantu dan mempermudah suatu kegiatan 	1, 16, 20, 21	9, 6, 17*, 22	8
4.	<i>Advandtageo us</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakannya dapat memperoleh keuntungan 	4*, 5, 10, 18, 19	23, 24	5
	TOTAL		15	11	26

Keterangan : tanda bintang (*) aitem dinyatakan tidak valid atau gugur.

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana skor tes konsisten, dapat dipercaya dan dapat diulang. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel (Azwar, 2017 :7). Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur erat kaitannya dengan masalah error pengukuran. Error pengukuran sendiri menunjuk pada sejauhmana inkonsistensi hasil ukur terjadi apabila pengukuran dilakukan ulang

pada kelompok subjek yang sama (Azwar 2017 :8). Jadi, reliabilitas dapat diartikan sebagai tingkat keajegan atau konsistensi alat ukur dalam proses pengukuran.

Koefisien reliabilitas berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya, koefisien yang semakin reliabel mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2017:13). Semakin besar koefisien reliabilitasnya berarti semakin kecil kesalahan pengukuran maka semakin reliabel alat ukur tersebut, sebaliknya jika koefisien reliabilitasnya kecil berarti semakin besar kesalahan pengukuran dan semakin tidak reliabel alat ukur tersebut. Pada penelitian ini, untuk menguji reliabilitas alat ukur adalah dengan menggunakan pengukuran Alpha Chronbach yang dihitung menggunakan software pengolah data. Berikut data tabel interpretasi nilai reliabilitas menurut Arikunto (2014:319)

Tabel 3.6 Interpretasi Reliabilitas

Besarnya Linier r	Interpretasi
0,800 – 1,000	Tinggi
0,600 – 0,800	Cukup
0,400 – 0,600	Agak Rendah
0,200 – 0,400	Rendah
0,00 – 0,200	Sangat Rendah

3.5.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Skala Behavioral Intention

Hasil uji reliabilitas pada skala *behavioral intention* diperoleh reliabilitas sebesar 0,899 dengan jumlah aitem sebanyak 27. Karena nilai koefisien reliabilitas

sebesar 0,899 maka instrument *behavioral intention* dinyatakan reliabel pada taraf yang tinggi.

3.5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perceived Usefulness

Hasil uji reliabilitas pada skala *perceived usefulness* diperoleh reliabilitas sebesar 0,901 dengan jumlah aitem sebanyak 23. Karena nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,901 maka instrument *perceived usefulness* dinyatakan reliable pada taraf yang tinggi.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dimulai dengan memahami seluruh data yang telah dikumpulkan menggunakan metode pengumpulan data sebagaimana telah ditentukan sebelumnya. Analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dalam rangka menentukan kesimpulan untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistika inferensial parametrik dengan teknik analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X atas variabel Y dan memprediksi seberapa besar naiknya variabel Y atas variabel X.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah penelitian diharapkan mampu memperoleh hasil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, oleh sebab itu diperlukan analisis data yang benar dan tepat, serta pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian agar tujuan tercapai. Pada bab ini akan membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan proses penelitian, hasil analisis data serta pembahasan. Tahapan yang dilakukan antara lain: persiapan penelitian, orientasi kancan penelitian, uji coba instrument penelitian, pelaksanaan penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

4.1 Persiapan Penelitian

4.1.1 Orientasi Kancan Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian, hal pertama yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengenalan kancan penelitian. Tujuan orientasi kancan penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian karakteristik subjek penelitian dengan lokasi penelitian, mengetahui situasi dan kondisi lokasi penelitian agar peneliti dapat mempersiapkan segala sesuatu terkait pelaksanaan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Pulau Jawa bagian tengah yaitu pada provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. dimana subjek merupakan generasi milenial yang berdomisili di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki aplikasi *e-wallet*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada generasi milenial pengguna sistem pembayaran *e-wallet*.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah:

1. Persamaan karakteristik pada wilayah tersebut yaitu khususnya pada DIY yang meskipun bukan merupakan provinsi Jawa Tengah namun secara demografi berada pada pulau Jawa bagian Tengah.
2. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, diperoleh pengamatan bahwa pada wilayah tersebut sedang berkembangnya penyedia pembayaran menggunakan *e-wallet*. Serta hasil studi pendahuluan melalui wawancara dan kuisioner yang mendukung untuk dilaksanakan penelitian pada wilayah tersebut.
3. Lokasi penelitian yang mudah dijangkau oleh peneliti.

4.1.2 Penentuan Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan generasi milenial pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah anggota sampel yang diambil sejumlah 400 orang dari jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Jumlah sampel diambil berdasarkan panduan table Isaac dan Michael untuk taraf signifikansi 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *incidental sampling*, dimana subjek ditentukan secara kebetulan, yaitu subjek yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

4.1.3 Penyusunan Instrumen Penelitian

Penyusunan instrument dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu:

a. Menyusun *Layout* Instrumen

Instrumen dikembangkan dengan cara menentukan terlebih dahulu variabel penelitian lalu dijabarkan dalam indikator yang selanjutnya disusun menjadi aitem-aitem dalam sebuah skala psikologi. Instrument dalam penelitian ini adalah skala *perceived usefulness* dan skala *behavioral intention*. Skala *perceived usefulness* dibuat sesuai dengan dimensi *perceived usefulness*. Sedangkan skala *behavioral intention* dibuat sesuai dengan aspek-aspek *behavioral intention* menurut Ajzen dan Fishbein (2005).

b. Menentukan karakteristik jawaban yang dikehendaki

Jawaban dari masing-masing aitem dibuat menurut skala Likert yang terdiri dari 4 pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju dan sangat setuju untuk masing-masing skala. Pernyataan favorable, nilai tertinggi 4 diberikan untuk jawaban Sangat setuju, nilai 3 untuk jawaban Setuju, nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju dan nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Sebaliknya pada pernyataan unfavorable nilai tertinggi 4 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju, nilai 3 untuk jawaban Tidak Setuju, nilai 2 untuk jawaban Setuju dan nilai terendah 1 untuk jawaban Sangat Setuju.

c. Penyusunan format instrument

Format suatu skala disusun secara jelas untuk mempermudah subjek dalam mengisi skala penelitian. Peneliti menggunakan bantuan *google form* yang

merupakan media berbasis daring (*online*) untuk membuat instrument penelitian dan membagikannya melalui tautan (*link*) yang disebar pada subjek penelitian. Peneliti menyebarkan link tersebut melalui *social media* yaitu Twitter dan melalui media berbagi pesan WhatsApp yang semuanya dapat diakses melalui gadget sehingga responden dapat dengan mudah dan nyaman mengakses skala penelitian tersebut. Adapun format instrument penelitian tersebut terdiri dari:

1. Bagian judul, pada bagian ini berisi judul Skala Penelitian Psikologi
2. Bagian deskripsi , pada bagian ini berisi deskripsi perkenalan diri peneliti serta kriteria subjek yang dapat mengisi skala tersebut serta informasi kesempatan memenangkan hadiah saldo *e-wallet* untuk meningkatkan minat subjek mengisi skala tersebut.
3. Bagian identitas subjek penelitian, sebagai informasi data demografi subjek penelitian
4. Bagian petunjuk pengisian berisi himbauan untuk mengisi dengan sebenar-benarnya keadaan subjek dan menentukan skor yang sesuai.
5. Bagian aitem skala penelitian, terdapat 2 bagian skala yaitu pada variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention*.
6. Bagian penutup dengan ucapan terimakasih.

d. Pelaksanaan uji coba

Uji coba dilakukan dengan memberikan skala penelitian kepada responden yang sesuai dengan karakteristik pemilihan subjek. Pada uji coba instrumen ini

terkumpul 44 skala yang telah diisikan oleh responden sebagai uji coba. Selanjutnya dilakukan pemberian skor pada jawaban yang diperoleh dari pengisian skala oleh 44 subjek tersebut, skor lalu ditabulasi dan dilakukan olah data menggunakan bantuan program pengolah data untuk menentukan validitas dan reliabilitas pada aitem skala penelitian tersebut.

4.2 Pelaksanaan Penelitian

4.2.1 Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 21 September 2019 sampai dengan 6 Oktober 2019. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan skala *perceived usefulness* dan *behavioral intention* yang memiliki empat alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan favorable, nilai tertinggi 4 diberikan untuk jawaban Sangat setuju, nilai 3 untuk jawaban Setuju, nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju dan nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Sebaliknya pada pernyataan unfavorable nilai tertinggi 4 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju, nilai 3 untuk jawaban Tidak Setuju, nilai 2 untuk jawaban Setuju dan nilai terendah 1 untuk jawaban Sangat Setuju. Jumlah total skala yang terkumpul sebanyak 400 skala.

4.2.2 Pelaksanaan Skoring

Setelah dilakukan pengumpulan data langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah melakukan *skoring* pada jawaban skala tersebut. Tahapan dalam skoring yang dilakukan adalah dengan mengekspor respon skala pada *google form* melalui *google spreadsheet* yang selanjutnya dapat didownload menjadi bentuk

Excel kemudian peneliti membedakan pernyataan *favorable* dan *unfavorable* untuk kemudian skor disesuaikan dengan aturan skoring pada pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Setelah tahapan skoring selesai dilakukan data siap untuk diolah dengan bantuan program pengolah data.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

4.3.1 Validitas

Hasil pengukuran uji validitas pada skala *perceived usefulness* yang telah diujikan dalam *try out*, diuji kembali pada sampel penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa 23 aitem yang diuji terdapat 23 aitem valid dan 0 aitem tidak valid. 23 aitem tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai $p < 0,05$.

Hasil pengukuran uji validitas pada skala *behavioral intention* yang telah diujikan dalam *try out* juga diuji kembali pada sampel penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa 27 aitem yang diuji terdapat 27 aitem valid dan 0 aitem tidak valid. 27 aitem tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai $p < 0,05$.

4.3.2 Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada skala *perceived usefulness* diperoleh reliabilitas sebesar 0,901 dengan jumlah aitem sebanyak 23.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas *Perceived Usefulness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.901	23

Karena nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,901 maka instrument *perceived usefulness* dinyatakan reliable pada taraf yang tinggi.

Hasil uji reliabilitas paa skala *behavioral intention* diperoleh reliabilitas sebesar 0,899 dengan jumlah aitem sebanyak 27.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas *Behavioral Intention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	27

Karena nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,899 maka instrument *behavioral intention* dinyatakan reliabel pada taraf yang tinggi.

4.4 Data Demografi

4.4.1 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 400 orang dengan kriteria generasi milenial pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Jawa Tengah dan DIY. Berikut merupakan rincian usia subjek dalam penelitian ini yang merupakan rentang usia milenial (19- 37 tahun):

Tabel 4. 9 Data Subjek Berdasarkan Usia

No.	Tahun Kelahiran	Usia	Jumlah	
			F	%
1.	1982 – 1988	31 – 37	4	1%
2.	1989 – 1994	25 – 30	26	6,5%
3.	1995 – 2000	19 – 24	370	92,5%
Total			400	100%

4.4.2 Data Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 400 orang dengan kriteria generasi milenial pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Jawa Tengah dan DIY. Adapun rincian berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.10 Data Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	
		F	%
1.	Laki-laki	83	20,75
2.	Perempuan	317	79,25
Total		400	100

4.4.3 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 400 orang dengan kriteria generasi milenial pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Jawa Tengah dan DIY yang merupakan mahasiswa, karyawan atau pegawai, wirausahawan, dan lainnya. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 4.11 Data Subejk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	
		F	%
1.	Mahasiswa	314	78,5
2.	Pegawai/Karyawan	58	14,5
3.	Wirausahawan	16	4
4.	Lainnya	12	3
Total		400	100

4.4.4 Data Subjek Berdasarkan Penghasilan

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 400 orang dengan kriteria generasi milenial pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Jawa Tengah dan DIY. Adapun rincian jumlah penghasilan subjek adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Data Subjek Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah	
		F	%
1.	< Rp. 1.000.000	146	36,5
2.	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.999	192	48
3.	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	35	8,75
4.	> Rp. 5.000.000	27	6,75
Total		400	100

4.5 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran kedua variabel. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2010). Gambaran variabel yang diamati melalui statistik deskriptif adalah gambaran *perceived usefulness* dan gambaran *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet*. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasi. Untuk menganalisis hasil penelitian, peneliti menggunakan angka yang akan dideskripsikan dengan menguraikan kesimpulan yang didasari oleh angka tersebut yang diolah dengan metode statistik. Metode statistik digunakan untuk mencari tahu besarnya *mean* teoritik (μ), dan standar deviasi (σ) berdasarkan jumlah aitem dan skor maksimal dan skor minimal

pada masing-masing alternatif jawaban. Deskripsi data dilakukan untuk menjawab permasalahan yang sebelumnya telah dirumuskan.

Menurut Azwar, (2017a:147-149) penggolongan kriteria analisis berdasarkan *mean* teoritik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Penggolongan Kriteria Analisis Berdasarkan *Mean* Teoritik

No	Interval Skor	Kriteria
1	$(\mu + 1\sigma) \leq X$	Tinggi
2	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	Sedang
5	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	Rendah

Keterangan :

μ : Mean Teoritik

σ : Standar Deviasi

X : Skor

Deskripsi data diatas memberi gambaran penting mengenai distribusi skor skala pada kelompok subjek yang dikenai pengukuran dan berfungsi sebagai informasi mengenai keadaan subjek pada aspek atau variabel yang diteliti.

4.5.1 Gambaran Behavioral Intention pada Pengguna *E-wallet*

Penilaian *behavioral intention* yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa skala. Skala *behavioral intention* disusun dari aspek *behavioral intention*. Penyusunan skala *behavioral intention* tersebut menjadi gambaran penilaian *behavioral intention* baik secara umum maupun spesifik.

4.5.1.1 Gambaran Umum Behavioral Intention pada Pengguna *E-wallet*

Gambaran umum *behavioral intention* diungkap melalui empat aspek yaitu action, target, context, dan time. *Behavioral intention* diungkap dengan menggunakan skala *behavioral intention* dengan total jumlah aitem sebanyak 27 aitem. Skala *behavioral intention* memiliki skor terbesar 4 dan skor terendah 1 untuk tiap aitem. Hasil pengujian statistik deskriptif *behavioral intention* menggunakan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Statistik Deskriptif *Behavioral Intention*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Behavioral_Intention	400	60	108	87.11	10.363
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorisasian distribusi *behavioral intention* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah aitem} = 27$$

$$\text{Skor tertinggi} = 27 \times 4 = 108$$

$$\text{Skor terendah} = 27 \times 1 = 27$$

$$\text{Mean Teoritik } (\mu) = (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2$$

$$= (108 + 27) : 2 = 67,5$$

$$\text{Standar Deviasi } (\sigma) = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6$$

$$= (108 - 27) : 6 = 13,5$$

Gambaran umum *behavioral intention* sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 67,5 dan standar deviasi (σ) = 13,5. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 67,5 + 13,5 = 81$$

$$(\mu - 1 \sigma) = 67,5 - 13,5 = 54$$

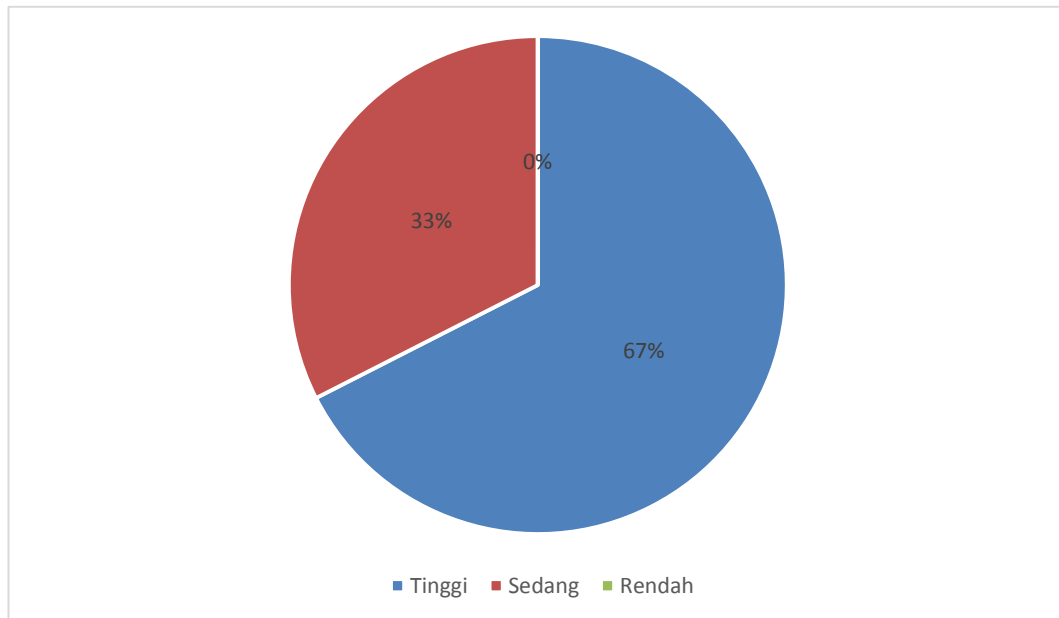
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *behavioral intention* pada sebagai berikut :

Tabel 4.15 Kriteria *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-wallet*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$81 < X$	Tinggi	270	67,5
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$54 < X \leq 81$	Sedang	130	32,5
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 54$	Rendah	0	0
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *behavioral intention*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berada pada kateegori tinggi yaitu 67,5% sebanyak 270 orang, kategori sedang sebesar 32,5% sebanyak 130 orang, dan tidak ada yang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $81 < X$, dan berada pada kategori tinggidengan nilai sebesar 87,11. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet*

berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran umum *behavioral intention* pengguna *e-wallet* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.4 Diagram Gambaran Umum *Behavioral Intention*

4.5.1.2 Gambaran Spesifik Behavioral Intention pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Aspek Behavioral Intention

4.5.1.2.1 Gambaran Spesifik Behavioral Intention pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Aspek Action

Penilaian *behavioral intention* berdasarkan aspek *action* dilakukan dengan penyusunan 8 aitem yang merupakan bagian dari skala *behavioral intention*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *behavioral intention* berdasarkan action dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Statistik Deskriptif *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Action*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI_Action	400	15	32	25.64	3.659
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *behavioral intention* berdasarkan aspek *action* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah aitem} = 8$$

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (32 + 8) : 2 = 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (32 - 8) : 6 = 4 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *behavioral intention* berdasarkan *action* sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 20 dan standar deviasi (σ) = 4. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 20 + 4 = 24$$

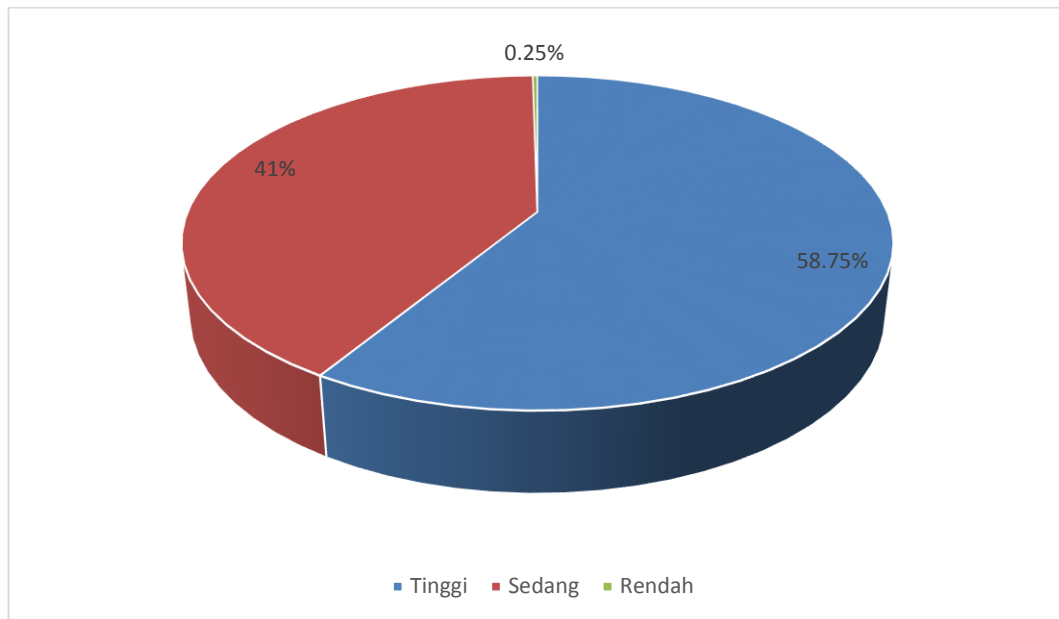
$$(\mu - 1 \sigma) = 20 - 4 = 16$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *behavioral intention* berdasarkan action sebagai berikut :

Tabel 4.17 Kriteria *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek Action

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$24 < X$	Tinggi	235	58,75
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$16 < X \leq 24$	Sedang	164	41
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 16$	Rendah	1	0,25
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *behavioral intention*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek action berada pada kateegori tinggi yaitu 58,75% sebanyak 235 orang, kategori sedang sebesar 41% sebanyak 164 orang, dan 0,25% sebanyak 1 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $24 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 25,64. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berdasarkan aspek action berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran *behavioral intention* berdasarkan aspek action pengguna *e-wallet* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.5 Diagram Gambaran *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Action*

4.5.1.2.2 Gambaran Spesifik *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Aspek Target

Penilaian *behavioral intention* berdasarkan target dilakukan dengan penyusunan 6 aitem yang merupakan bagian dari skala *behavioral intention*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *behavioral intention* berdasarkan target dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18 Statistik Deskriptif *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Target*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI_Target	400	10	24	18.06	2.628
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *behavioral intention* berdasarkan aspek target dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah aitem} &= 6 \\ \text{Skor tertinggi} &= 6 \times 4 = 24 \\ \text{Skor terendah} &= 6 \times 1 = 6 \\ \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (24 + 6) : 2 = 15 \\ \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (24 - 6) : 6 = 3 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *behavioral intention* berdasarkan target sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 15 dan standar deviasi (σ) = 3. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 15 + 3 = 18$$

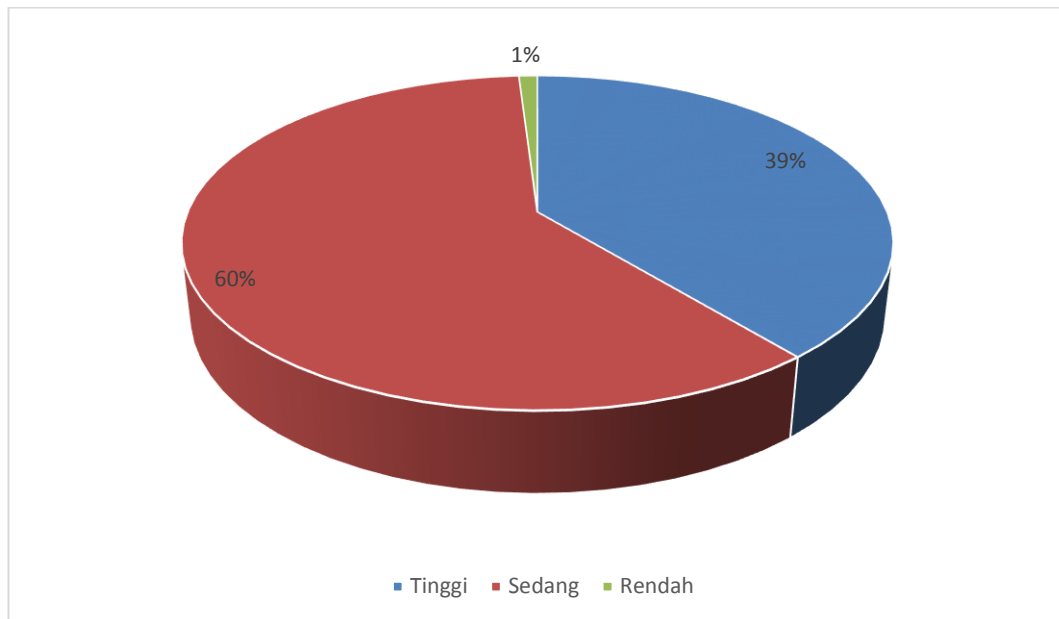
$$(\mu - 1 \sigma) = 15 - 3 = 12$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *behavioral intention* berdasarkan target sebagai berikut :

Tabel 4.19 Kriteria *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Target*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$18 < X$	Tinggi	157	39
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$12 < X \leq 18$	Sedang	241	60
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 12$	Rendah	2	1
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *behavioral intention*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek target berada pada kateegori tinggi yaitu 39% sebanyak 157 orang, kategori sedang sebesar 60% sebanyak 241 orang, dan 1% sebanyak 2 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $18 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 18,06. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berdasarkan aspek target berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran *behavioral intention* pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek target adalah sebagai berikut :



Gambar 4.6 Diagram Gambaran *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Target*

4.5.1.2.3 Gambaran Spesifik *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Aspek *Context*

Penilaian *behavioral intention* berdasarkan target dilakukan dengan penyusunan 7 aitem yang merupakan bagian dari skala *behavioral intention*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *behavioral intention* berdasarkan *context* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20 Statistik Deskriptif *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Context*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI_Context	400	14	28	23.40	2.831
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *behavioral intention* berdasarkan aspek context dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah aitem} &= 7 \\ \text{Skor tertinggi} &= 7 \times 4 = 28 \\ \text{Skor terendah} &= 7 \times 1 = 7 \\ \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (28 + 7) : 2 = 17,5 \\ \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (28 - 7) : 6 = 3,5 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *behavioral intention* berdasarkan context sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 17,5 dan standar deviasi (σ) = 3,5. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 17,5 + 3,5 = 21$$

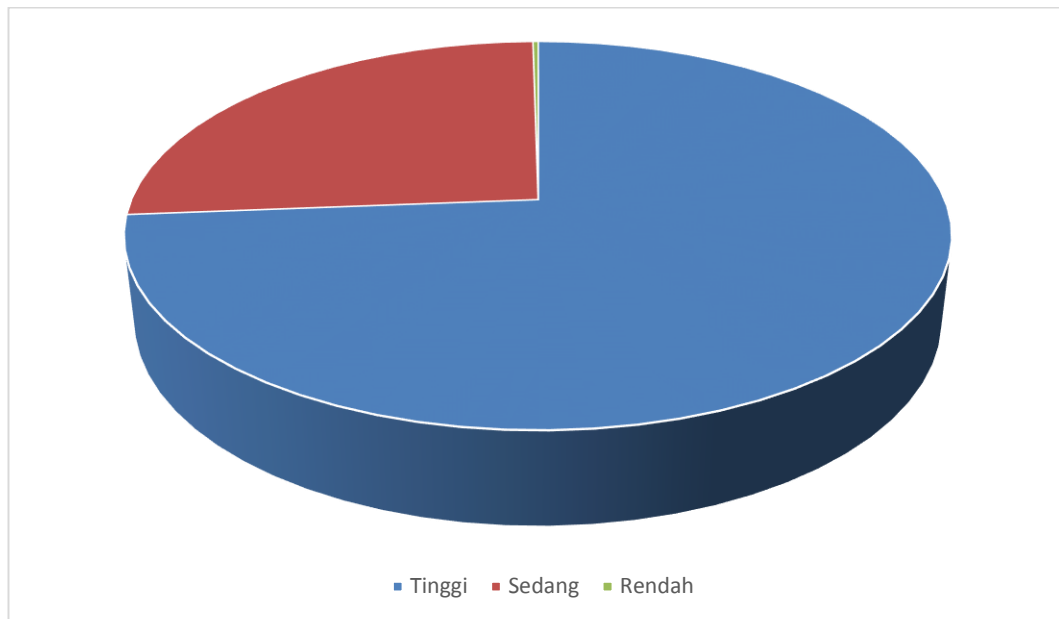
$$(\mu - 1 \sigma) = 17,5 - 3,5 = 14$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *behavioral intention* berdasarkan *context* sebagai berikut :

Tabel 4.21 Kriteria *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Context*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$21 < X$	Tinggi	295	73,75
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$14 < X \leq 21$	Sedang	104	26
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 14$	Rendah	1	0,25
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *behavioral intention*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek *context* berada pada kateegori tinggi yaitu 73,75% sebanyak 295 orang, kategori sedang sebesar 26% sebanyak 104 orang, dan 0,25% sebanyak 1 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $21 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 23,40. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berdasarkan aspek *context* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran *behavioral intention* pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek *context* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.7 Diagram Gambaran *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Context*

4.5.1.2.4 Gambaran Spesifik *Behavioral Intention* pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Aspek *Time*

Penilaian *behavioral intention* berdasarkan aspek *time* dilakukan dengan penyusunan 6 aitem yang merupakan bagian dari skala *behavioral intention*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *behavioral intention* berdasarkan *time* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22 Statistik Deskriptif *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Time*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI_Time	400	10	24	20.01	3.029
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *behavioral intention* berdasarkan aspek context dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah aitem} &= 6 \\ \text{Skor tertinggi} &= 6 \times 4 = 24 \\ \text{Skor terendah} &= 6 \times 1 = 6 \\ \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (24 + 6) : 2 = 15 \\ \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (24 - 6) : 6 = 3 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *behavioral intention* berdasarkan target sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 15 dan standar deviasi (σ) = 3. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 15 + 3 = 18$$

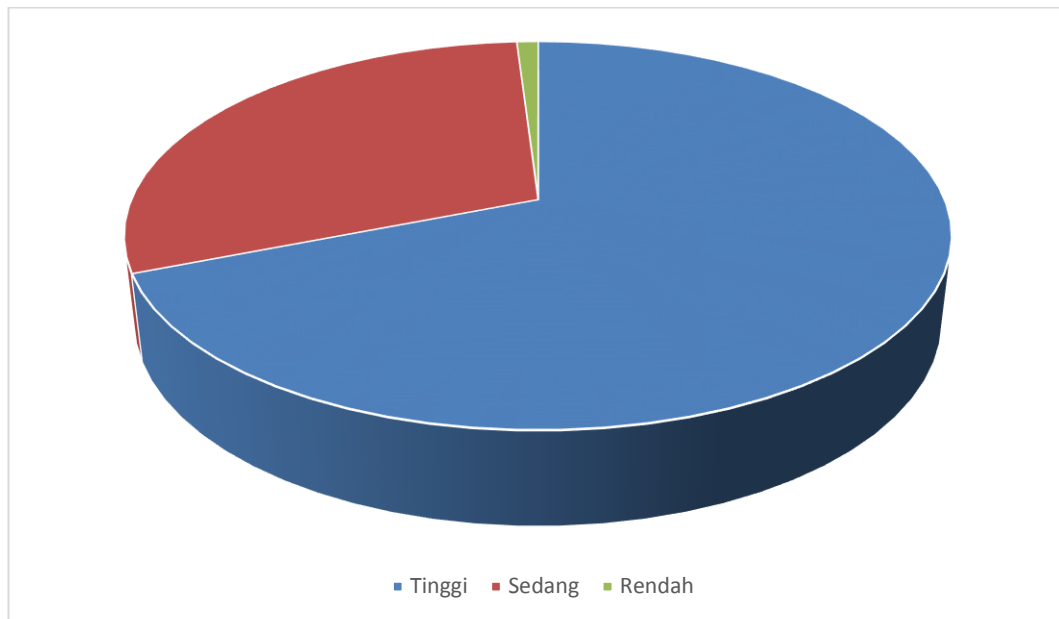
$$(\mu - 1 \sigma) = 15 - 3 = 12$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *behavioral intention* berdasarkan context sebagai berikut :

Tabel 4.23 Kriteria *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Time*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$18 < X$	Tinggi	275	69
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$12 < X \leq 18$	Sedang	120	30
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 12$	Rendah	5	1
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *behavioral intention*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek *time* berada pada kateegori tinggi yaitu 69% sebanyak 275 orang, kategori sedang sebesar 30% sebanyak 120 orang, dan 1% sebanyak 5 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $18 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 20. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berdasarkan aspek *time* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran *behavioral intention* pengguna *e-wallet* berdasarkan aspek *time* adalah sebagai berikut :



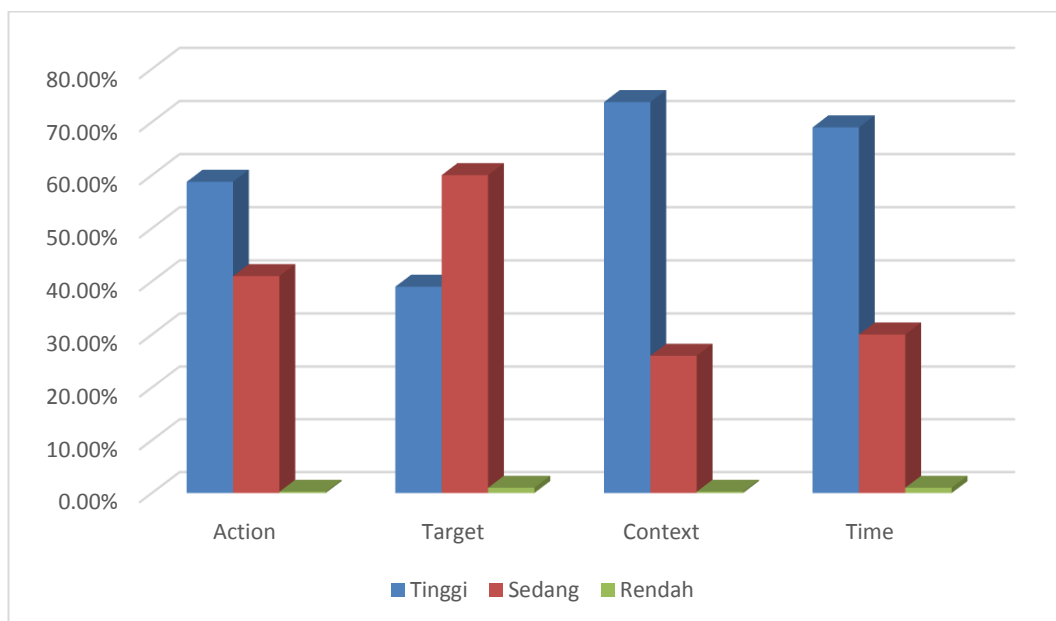
Gambar 4.8 Diagram Gambaran *Behavioral Intention* Berdasarkan Aspek *Time*

Ringkasan penjelasan secara deskriptif gambaran per aspek *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* dapat dilihat di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.24 Ringkasan Deskriptif Gambaran Per Aspek *Behavioral Intention*

<i>Behavioral intention</i>	Kategori		
	Tinggi	Sedang	Rendah
Action	58,75%	41%	0,25%
Target	39%	60%	1%
Context	73,75%	26%	0,25%
Time	69%	30%	1%

Berdasarkan tabel 4. Diketahui bahwa keempat dimensi *behavioral intention* dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.9 Diagram Ringkasan Per Aspek *Behavioral Intention*

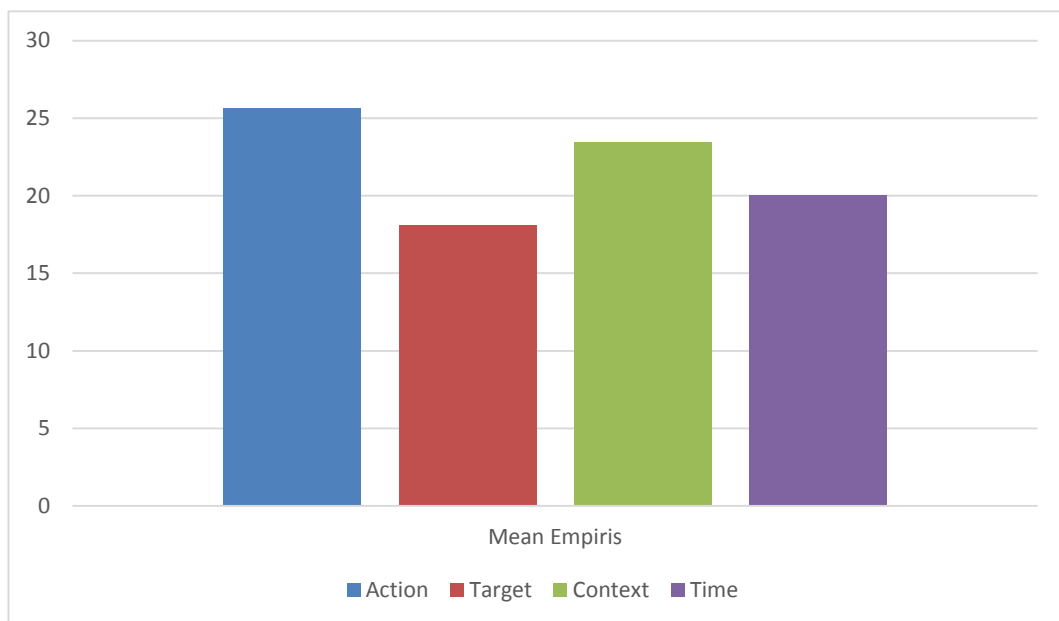
Penjelasan kategori per aspek behavioral intention pada diagram di atas disusun berdasarkan kategorisasi distribusi normal, sedangkan untuk menentukan kategori mana yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya variabel *behavioral intention* ditentukan dengan membandingkan mean empiris tiap kategori. Adapun perbandingan mean empiris tiap aspek dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4.25 Perbandingan *Mean Empiris* Per Aspek *Behavioral Intention*

<i>Behavioral intention</i>	Mean Empiris
Action	25,64
Target	18,06
Context	23,40
Time	20,01

Berdasarkan tabel diketahui aspek action pada *behavioral intention* memiliki nilai mean empiris terbesar dibandingkan aspek lainnya dengan nilai 25,64 kemudian selanjutnya yaitu aspek context yang memiliki mean empiris sebesar

23,40, lalu pada aspek time dengan nilai mean empiris sebesar 20,01 dan yang terendah yaitu aspek target dengan nilai mean empiris sebesar 18,06. Artinya, aspek action mempunyai pengaruh paling besar dalam menentukan tinggi rendahnya *behavioral intention* sedangkan target memiliki pengaruh paling kecil dalam menentukan *behavioral intention*. Gambaran secara detail dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.10 Diagram Perbandingan *Mean Empiris* Per Aspek *Behavioral Intention*

4.5.2 Gambaran *Perceived Usefulness* pada Pengguna *E-wallet*

Penilaian *perceived usefulness* yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa skala. Skala *perceived usefulness* disusun dari dimensi *perceived usefulness*. Penyusunan skala *perceived usefulness* tersebut menjadi gambaran penilaian *perceived usefulness* baik secara umum maupun spesifik.

4.5.2.1 Gambaran Perceived Usefulness pada Pengguna *E-wallet*

Gambaran umum *perceived usefulness* diungkap melalui empat dimensi yaitu effectiveness, accomplish faster, useful, dan advantageous. *Perceived usefulness* diungkap dengan menggunakan skala *perceived usefulness* dengan total jumlah aitem sebanyak 23 aitem. Skala *perceived usefulness* memiliki skor terbesar 4 dan skor terendah 1 untuk tiap aitem. Hasil pengujian statistik deskriptif *perceived usefulness* menggunakan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.26 Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived_Usefulness	400	53	92	79.34	8.085
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorisasian distribusi *perceived usefulness* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah aitem} = 23$$

$$\text{Skor tertinggi} = 23 \times 4 = 92$$

$$\text{Skor terendah} = 23 \times 1 = 23$$

$$\text{Mean Teoritik } (\mu) = (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2$$

$$= (92 + 23) : 2 = 57,5$$

$$\text{Standar Deviasi } (\sigma) = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6$$

$$= (92 - 23) : 6 = 11,5$$

Gambaran umum *perceived usefulness* sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 57,5 dan standar deviasi (σ) = 11,5. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 57,5 + 11,5 = 69$$

$$(\mu - 1 \sigma) = 57,5 - 11,5 = 46$$

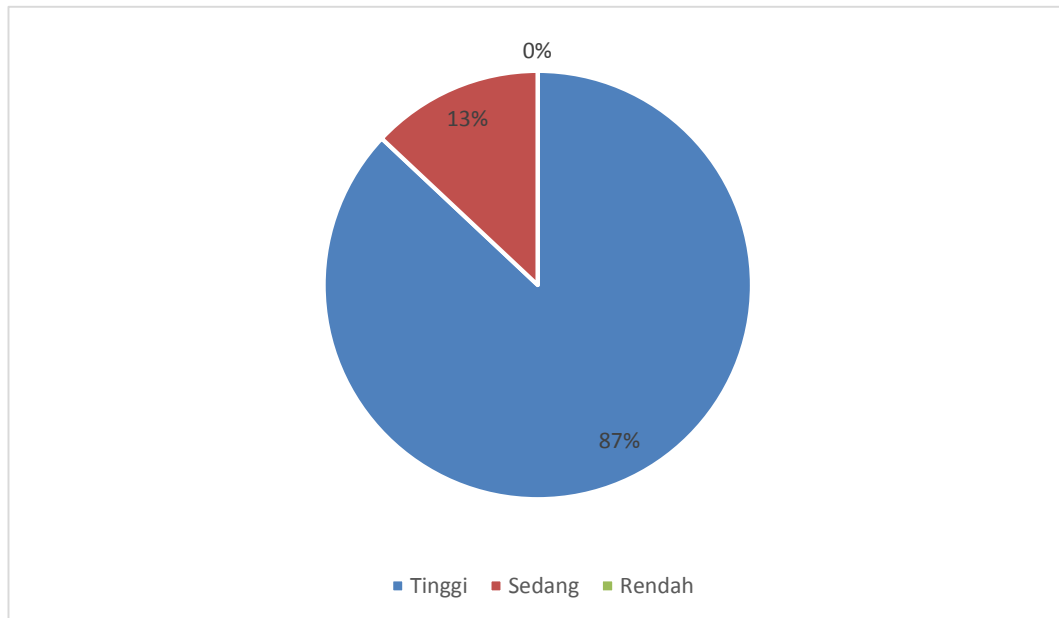
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *perceived usefulness* pada pengguna e-wallet sebagai berikut :

Tabel 4.27 Kriteria Perceived Usefulness pada pengguna E-wallet

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$69 < X$	Tinggi	348	87
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$46 < X \leq 69$	Sedang	52	13
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 46$	Rendah	0	0
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *perceived usefulness* Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berada pada kateegori tinggi yaitu 87% sebanyak 348 orang, kategori sedang sebesar 13% sebanyak 52 orang, dan tidak ada yang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $69 < X$, dan berada pada kategori tinggidengan nilai sebesar 79,34.Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet*

berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran umum *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.11 Diagram Gambaran Umum *Perceived Usefulness*

4.5.2.2 Gambaran Spesifik *Perceived Usefulness* pada Pengguna *E-wallet*
Berdasarkan Dimensi *Perceived Usefulness*

4.5.2.2.1 Gambaran Spesifik *Perceived Usefulness* pada Pengguna *E-wallet*
Berdasarkan Dimensi *Effectiveness*

Penilaian *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *effectiveness* dilakukan dengan penyusunan 5 aitem yang merupakan bagian dari skala *perceived usefulness*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *perceived usefulness* berdasarkan *effectiveness* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.28 Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Effectiveness*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU_effectiveness	400	9	20	16.35	2.280
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *effectiveness* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah aitem} = 5$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 4 = 20$$

$$\text{Skor terendah} = 5 \times 1 = 5$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (20 + 5) : 2 = 12,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (20 - 5) : 6 = 2,5 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *perceived usefulness* berdasarkan action sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 12,5 dan standar deviasi (σ) = 2,5. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 12,5 + 2,5 = 15$$

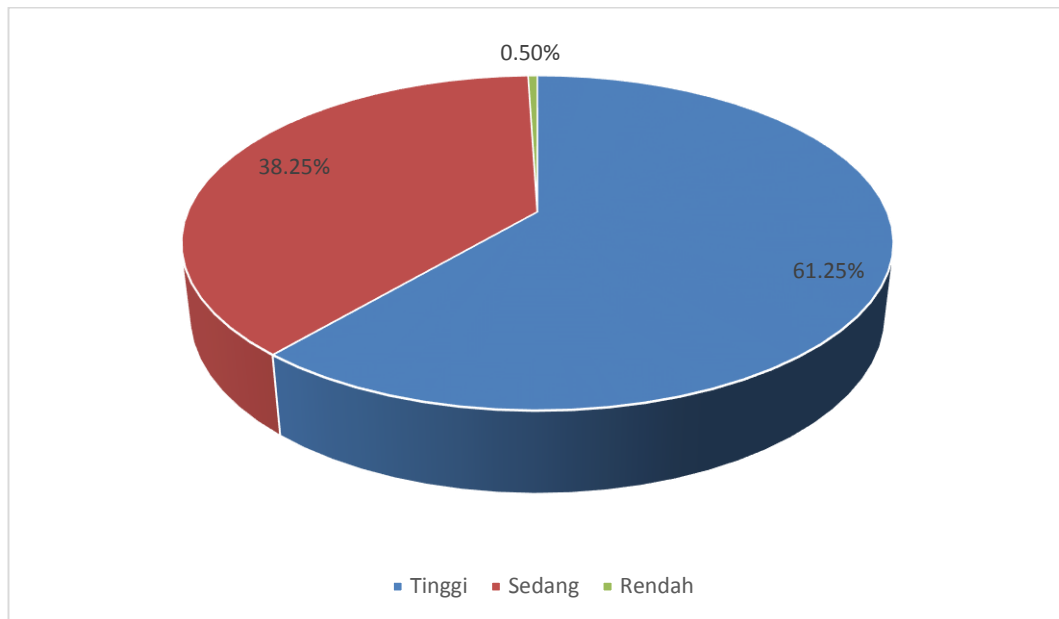
$$(\mu - 1 \sigma) = 12,5 - 2,5 = 10$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *perceived usefulness* berdasarkan *effectiveness* sebagai berikut :

Tabel 4.29 Kriteria *Perceived usefulness* Berdasarkan Dimensi *Effectiveness*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$15 < X$	Tinggi	245	61,25
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$10 < X \leq 15$	Sedang	153	38,25
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 10$	Rendah	2	0,5
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *perceived usefulness* Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *effectiveness* berada pada kateegori tinggi yaitu 61,25% sebanyak 245 orang, kategori sedang sebesar 38,25% sebanyak 153 orang, dan 0,5% sebanyak 2 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $15 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 16,35. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *effectiveness* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *effectiveness* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.12 Diagram Gambaran *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Effectiveness*

4.5.2.2.2 Gambaran Spesifik *Perceived Usefulness* pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Dimensi *Accomplish Faster*

Penilaian *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *accomplish faster* dilakukan dengan penyusunan 5 aitem yang merupakan bagian dari skala *perceived usefulness*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *perceived usefulness* berdasarkan *accomplish faster* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.30 Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Accomplish Faster*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU_Accomplishfaster	400	10	20	17.43	2.118
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *accomplish faster* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah aitem} &= 5 \\ \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 4 = 20 \\ \text{Skor terendah} &= 5 \times 1 = 5 \\ \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (20 + 5) : 2 = 12,5 \\ \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (20 - 5) : 6 = 2,5 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *accomplish faster* sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean $(\mu) = 12,5$ dan standar deviasi $(\sigma) = 2,5$. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 12,5 + 2,5 = 15$$

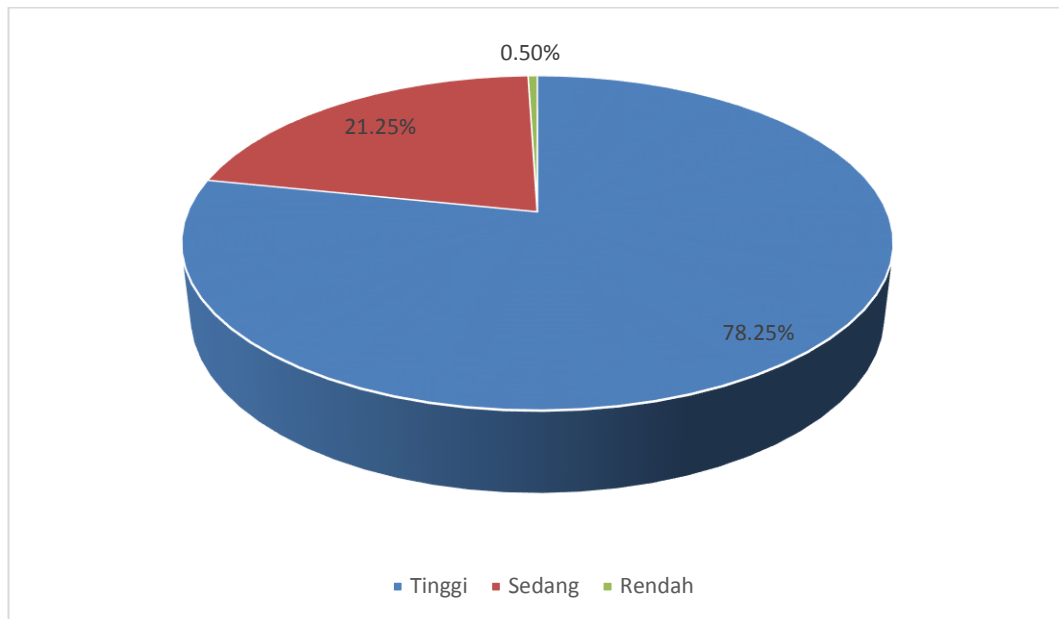
$$(\mu - 1 \sigma) = 12,5 - 2,5 = 10$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *perceived usefulness* berdasarkan *accomplish faster* sebagai berikut :

Tabel 4.31 Kriteria *Perceived Usefulness* Berdasarkan *Accomplish Faster*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$15 < X$	Tinggi	313	78,25
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$10 < X \leq 15$	Sedang	85	21,25
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 10$	Rendah	2	0,5
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *perceived usefulness*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *accomplish faster* berada pada kategori tinggi yaitu 78,25% sebanyak 313 orang, kategori sedang sebesar 21,25% sebanyak 85 orang, dan 0,5% sebanyak 2 orang berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $15 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 17,43. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *accomplish faster* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran spesifik *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *accomplish faster* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.13 Diagram Gambaran *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Accomplish Faster*

4.5.2.2.3 Gambaran Spesifik *Perceived Usefulness* pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Dimensi *Useful*

Penilaian *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *useful* dilakukan dengan penyusunan 7 aitem yang merupakan bagian dari skala *perceived usefulness*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *useful* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.32 Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Useful*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU_Useful	400	15	28	24.35	2.695
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *perceived usefulness* berdasarkan *useful* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah aitem} &= 7 \\ \text{Skor tertinggi} &= 7 \times 4 = 28 \\ \text{Skor terendah} &= 7 \times 1 = 7 \\ \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (28 + 7) : 2 = 17,5 \\ \text{Standar Deviasi } (\sigma) &= (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6 \\ &= (28 - 7) : 6 = 3,5 \end{aligned}$$

Gambaran spesifik *perceived usefulness* berdasarkan useful sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 17,5 dan standar deviasi (σ) = 3,5. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 17,5 + 3,5 = 21$$

$$(\mu - 1 \sigma) = 17,5 - 3,5 = 14$$

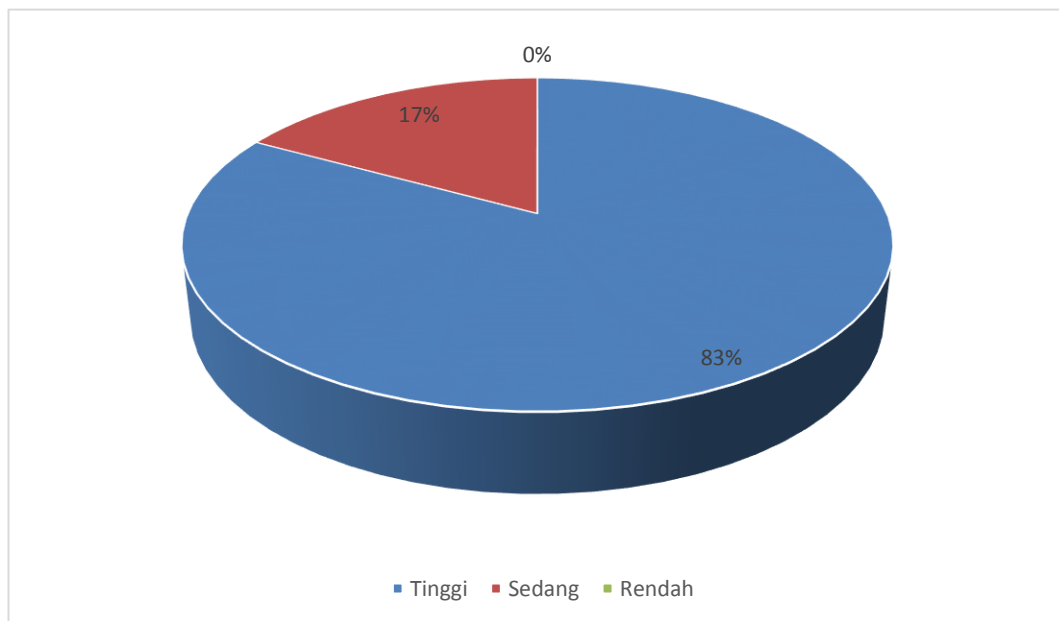
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *perceived usefulness* berdasarkan useful sebagai berikut :

Tabel 4.33 Kriteria *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Useful*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1 \sigma) \leq X$	$21 < X$	Tinggi	333	83
$(\mu - 1 \sigma) \leq X < (\mu + 1 \sigma)$	$14 < X \leq 21$	Sedang	67	17

$X < (\mu - 1 \sigma)$	$X \leq 14$	Rendah	0	0
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *perceived usefulness*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *useful* berada pada kateegori tinggi yaitu 83% sebanyak 333 orang, kategori sedang sebesar 17% sebanyak 67 orang, dan 0% berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $21 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 24,35. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *useful* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran spesifik *perceived usefulness* pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *useful* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.14 Diagram Gambaran *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Useful*

4.5.2.2.4 Gambaran Spesifik Perceived Usefulness pada Pengguna *E-wallet* Berdasarkan Dimensi Advantageous

Penilaian *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *advantageous* dilakukan dengan penyusunan 6 aitem yang merupakan bagian dari skala *perceived usefulness*. Hasil perhitungan statistik deskriptif *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *advantageous* dengan bantuan software pengolah data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.34 Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Advantageous*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU_Advantageous	400	13	24	21.21	2.423
Valid N (listwise)	400				

Pengkategorian distribusi *perceived usefulness* berdasarkan dimensi *advantageous* dilakukan secara manual disajikan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah aitem} = 6$$

$$\text{Skor tertinggi} = 6 \times 4 = 24$$

$$\text{Skor terendah} = 6 \times 1 = 6$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik } (\mu) &= (\text{Skor tertinggi} + \text{Skor terendah}) : 2 \\ &= (24 + 6) : 2 = 15 \end{aligned}$$

$$\text{Standar Deviasi } (\sigma) = (\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}) : 6$$

$$= (24 - 6) : 6 = 3$$

Gambaran spesifik *perceived usefulness* berdasarkan advantageus sesuai dengan perhitungan diatas, maka diperoleh mean (μ) = 15 dan standar deviasi (σ) = 3. Selanjutnya, dilakukan perhitungan sebagai berikut untuk menentukan batas kelas dalam kategorisasi :

$$(\mu + 1 \sigma) = 15 + 3 = 18$$

$$(\mu - 1 \sigma) = 15 - 3 = 12$$

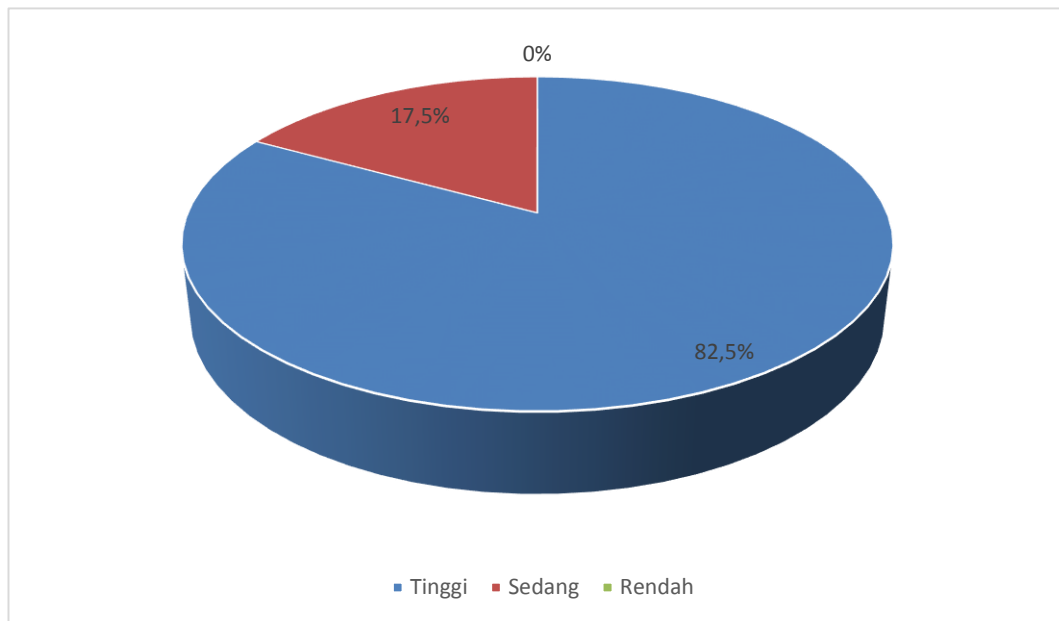
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh kelas kategorisasi variabel *perceived usefulness* berdasarkan useful sebagai berikut :

Tabel 4.35 Kriteria *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Advantageous*

Interval Skor	Interval	Kriteria	F	%
$(\mu + 1\sigma) \leq X$	$18 < X$	Tinggi	330	82,5
$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$12 < X \leq 18$	Sedang	70	17,5
$X < (\mu - 1\sigma)$	$X \leq 12$	Rendah	0	0
Total			400	100

Tabel tersebut memaparkan kategorisasi data variabel *perceived usefulness*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi advantageus berada pada kateegori tinggi yaitu 82,5% sebanyak 330 orang, kategori sedang sebesar 17,5% sebanyak 70 orang, dan 0% berada pada kategori rendah. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $18 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 21,21. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived*

usefulness berdasarkan dimensi *advantageous* berada pada kategori tinggi. Diagram gambaran spesifik *perceived usefulness* pengguna *e-wallet* berdasarkan dimensi *advantageous* adalah sebagai berikut :



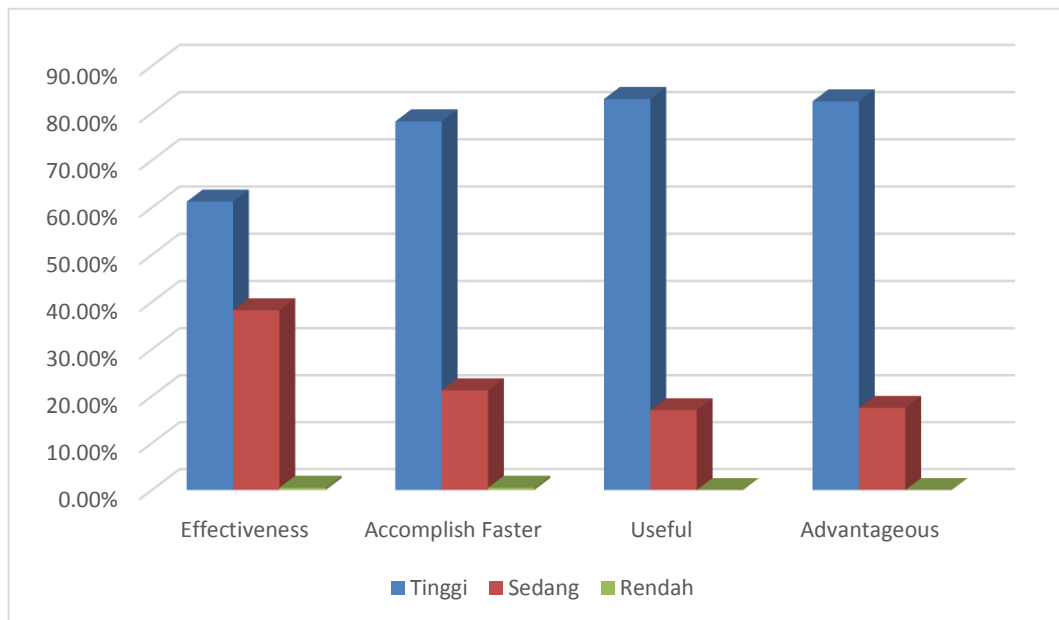
Gambar 4.15 Diagram Gambaran *Perceived Usefulness* Berdasarkan Dimensi *Advantageous*

Ringkasan penjelasan secara deskriptif gambaran per dimensi *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* dapat dilihat di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.36 Ringkasan Deskriptif Gambaran Per Dimensi *Perceived Usefulness*

<i>Perceived usefulness</i>	Kategori		
	Tinggi	Sedang	Rendah
Effectiveness	61,25%	38,25	0,5%
Accomplish Faster	78,25%	21,25%	0,5%
Useful	83%	17%	0%
Advantageous	82,5%	17,5%	0%

Berdasarkan tabel 4.36 Diketahui bahwa keempat dimensi *perceived usefulness* dapat dilihat sebagai berikut :



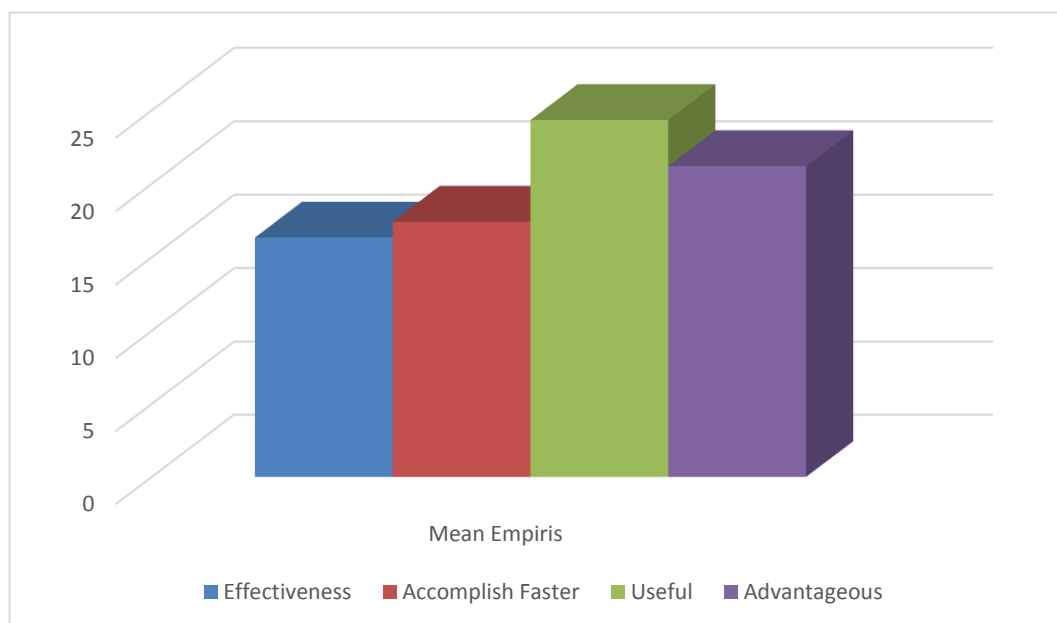
Gambar 4.16 Diagram Ringkasan Per Dimensi *Perceived Usefulness*

Penjelasan kategori per dimensi *perceived usefulness* pada diagram di atas disusun berdasarkan kategorisasi distribusi normal, sedangkan untuk menentukan kategori mana yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya variabel *perceived usefulness* ditentukan dengan membandingkan mean empiris tiap kategori. Adapun perbandingan mean empiris tiap dimensi dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4.37 Perbandingan *Mean Empiris* Per Dimensi *Perceived Usefulness*

<i>Perceived usefulness</i>	Mean Empiris
Effectiveness	16,35
Accomplish Faster	17,43
Usefulness	24,35
Advantageous	21,21

Berdasarkan tabel diketahui dimensi *useful* pada *perceived usefulness* memiliki mean empiris terbesar daripada dimensi lainnya dengan nilai mean sebesar 24,35 kemudian selanjutnya yaitu dimensi *advantageous* yang memiliki mean empiris sebesar 21,21 kemudian pada dimensi *accomplish faster* memiliki mean empiris sebesar 17,43 yang kemudian terendah yaitu dimensi *effectiveness* dengan mean empiris sebesar 16,35. Artinya, dimensi *useful* mempunyai pengaruh paling besar dalam menentukan tinggi rendahnya *perceived usefulness*. Gambaran secara detail dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.17 Diagram Perbandingan *Mean Empiris* Per Dimensi *Perceived Usefulness*

4.6 Analisis Inferensial

Hasil penelitian yang akan disajikan adalah uji asumsi dan uji hipotesis. Hasil pengolahan data penelitian disajikan sebagai berikut :

4.5.1 Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebelum data dianalisis menggunakan teknik statistik dengan tujuan untuk menentukan teknik statistik yang tepat. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas dan uji linieritas.

4.5.1.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Arikunto, 2010). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan software pengolah data. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.14490902
Most Extreme Differences	Absolute	.030
	Positive	.017
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.599
Asymp. Sig. (2-tailed)		.865

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.38 Diketahui bahwa untuk hasil uji normalitas diperoleh koefisien K-SV sebesar 0,599 dengan nilai signifikansi (p) 0,865. Hal tersebut menunjukkan $p > 0,05$ sehingga sebaran data berdistribusi normal.

4.5.1.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk menguji apakah pola sebaran variabel membentuk garis linier atau tidak. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka ada hubungan linier secara signifikan antara variabel dependent dan independent. Hasil uji linieritas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.39 Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
behavioral_ <i>intention</i> perceived_ usefulness	Between	(Combined)	23966.160	34	704.887	13.627	.000
	* Groups	Linearity	22477.097	1	22477.097	434.546	.000
		Deviation from Linearity	1489.063	33	45.123	.872	.673
	Within Groups		18879.777	365	51.725		
Total			42845.937	399			

Berdasarkan tabel 4.39 Diketahui bahwa hasil uji linieritas terhadap variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention* diperoleh nilai F sebesar 434,546 dengan $p = 0,000$, karena $p < 0,05$ maka pola hubungan antara variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention* adalah linier.

4.5.2 Hasil Uji Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh optimisme *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*. Uji hipotesis menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan bantuan software analisis statistik. Sebelum diketahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*, dilakukan uji korelasi antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention*. Uji korelasi

dilakukan dengan menggunakan uji korelasi product moment. Uji korelasi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.40 Hasil Uji Korelasi *Perceived Usefulness* dan *Behavioral Intention*

		Correlations	
		<i>Behavioral intention</i>	<i>Perceived usefulness</i>
Pearson Correlation	<i>Behavioral intention</i>	1.000	.724
	<i>Perceived usefulness</i>	.724	1.000
Sig. (1-tailed)	<i>Behavioral intention</i>	.	.000
	<i>Perceived usefulness</i>	.000	.
N	<i>Behavioral intention</i>	400	400
	<i>Perceived usefulness</i>	400	400

Uji korelasi antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention* diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 dengan signifikansi (p) sebesar 0,000. Nilai $p < 0,01$ membuktikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *perceived usefulness* dan *behavioral intention*. Selanjutnya, uji hipotesis untuk melihat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*, disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.41 Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22477.097	1	22477.097	439.195	.000 ^a
	Residual	20368.840	398	51.178		
	Total	42845.937	399			

a. Predictors: (Constant), *Perceived usefulness*

b. Dependent Variable: *Behavioral intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui F hitung sebesar 439,195 dengan nilai signifikansi (p) 0,000. Nilai $p < 0,05$ membuktikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian “ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*” diterima. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.42 Hasil Analisis Besarnya Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.525	.523	7.154

a. Predictors: (Constant), *Perceived usefulness*

b. Dependent Variable: *Behavioral intention*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai regresi antara variabel *perceived usefulness* dan *behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa 52,5% *behavioral intention* milenial pengguna *e-wallet* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*. Sedangkan sisanya sebesar 47,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diungkap dalam penelitian ini.

Tabel 4.43 *Coefficient*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.457	3.533		3.809	.000
	<i>Perceived usefulness</i>	.928	.044	.724	20.957	.000

a. Dependent Variable: *Behavioral intention*

Pada kolom *Unstandardized Coefficient* (B) diperoleh persamaan regresi:

$$Y = BX + C$$

$$Y = 0,928 X + 13,457$$

Keterangan:

Y : Variabel independen yaitu *behavioral intention*

X : Variabel dependen yaitu *perceived usefulness*

C : Konstanta

B : Koefisien regresi

Persamaan regresi $Y = 0,928 X + 13,457$ memiliki makna bahwa jika koefisien variabel X dianggap nol, maka nilai variabel Y adalah sebesar 13,457. Koefisien regresi 0,928 menyatakan bahwa setiap penambahan koefisien variabel sebesar 1, maka akan terjadi penambahan nilai variabel Y sebesar 0,928. Selain itu pada tabel coefficients terlihat bahwa signifikansi 0,000 maka hipotesis diterima dan koefisien regresi signifikan berarti tingkat *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*.

4.6 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dipaparkan akan dibahas lebih lanjut dalam sub bab ini. Pembahasan yang akan dipaparkan oleh peneliti terdiri atas dua bagian, yaitu pembahasan hasil analisis deskriptif dan hasil analisis inferensial.

4.6.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Perceived Usefulness dan Behavioral Intention pengguna *e-wallet*

4.6.1.1 Analisis Deskriptif *Behavioral intention* pada pengguna *e-wallet*

Behavioral intention adalah niat untuk berperilaku maksudnya adalah niat untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam penelitian ini, *behavioral intention* diungkap melalui skala yang disusun berdasarkan aspek action, context, target dan time. Semakin tinggi skor skala maka semakin tinggi tingkat *behavioral intention* yang dimiliki individu. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor skala maka dapat diartikan bahwa semakin rendah pula *behavioral intention* yang dimiliki oleh individu.

Secara umum *behavioral intention* milenial pengguna *e-wallet* berada pada kategori tinggi dengan presentase 67,5%. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $81 < X$, dan berada pada kategori tinggi dengan nilai sebesar 87,11. Sesuai dengan aspek yang menyusunnya dan berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa *behavioral intention* yang dimiliki oleh pengguna *e-wallet* adalah tinggi atau dapat dinyatakan bahwa niat atau dorongan kuat untuk menggunakan *e-wallet* di masa yang akan datang merupakan tinggi.

Individu yang memiliki *behavioral intention* yang tinggi memiliki kecenderungan atau dorongan untuk melakukan suatu perilaku yang merupakan *intention* tersebut. Sejalan dengan Fishbein and Ajzen (1975) yang menjelaskan bahwa *behavioral intention* sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Szana (2008) dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi pada individu mengemukakan bahwa *intentions* kemudian diekpektasikan untuk memprediksi perilaku penerimaan teknologi di masa depan. Hal ini dimaksudkan bahwa dengan adanya dorongan atau keinginan kuat untuk melakukan sesuatu tersebut sehingga *behavioral intention* dapat memprediksi perilaku apakah individu akan menggunakan atau tidak suatu sistem teknologi baru yaitu *e-wallet*.

Variabel *behavioral intention* disusun dari empat aspek, yaitu action, target, context, dan time. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh gambaran bahwa action, context dan time berada pada kategori tinggi, dan target berada pada kategori sedang. Tiap aspek memiliki pengaruh terhadap tinggi rendahnya *behavioral intention*. Berdasarkan perbandingan mean empiris tiap aspek tersebut, action memiliki mean empiris terbesar dengan nilai sebesar 25,64. Hasil perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $24 < X$. Hal ini berarti pada pengguna *e-wallet* dalam mewujudkan perilakunya melalui niat terlihat dalam action atau tindakan yang akan diwujudkan atau bentuk perilaku konkret yang diniatkan untuk dilakukan.

Sedangkan dari keempat aspek tersebut, yang memiliki mean empiris paling rendah adalah target dengan nilai 18,06. Nilai mean empiris yang diperoleh berada

pada interval skor $18 < X$. Hal ini diduga bahwa dalam *behavioral intention* yang muncul tidak terlalu menekankan pada target atau objek yang disasar untuk melakukan suatu niatan tertentu oleh individu.

4.6.1.2 Analisa Deskriptif *Perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet*

Perceived usefulness merupakan persepsi kebermanfaatan maksudnya adalah bagaimana individu memiliki persepsi bahwa suatu teknologi dapat bermanfaat untuk ia gunakan. Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* diungkap melalui skala yang disusun berdasarkan dimensi effectiveness, accomplish faster, useful dan advantageous. Semakin tinggi skor skala maka semakin tinggi tingkat *perceived usefulness* yang dimiliki individu. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor skala maka dapat diartikan bahwa semakin rendah pula *perceived usefulness* yang dimiliki oleh individu.

Secara umum *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berada pada kategori tinggi dengan presentase 87% dengan nilai perhitungan statistik deskriptif *mean* teoritik (μ) yang berada pada interval skor $69 < X$, dengan nilai sebesar 79,34. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa persepsi individu mengenai kebermanfaatan *e-wallet* itu tinggi.

Perceived usefulness memiliki 4 dimensi yaitu, effectiveness, accomplish faster, useful, dan advantageous. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh gambaran bahwa keempat dimensi tersebut berada pada kategori tinggi. Tiap dimensi mempunyai pengaruh terhadap tinggi rendahnya *perceived usefulness*.

Berdasarkan perbandingan mean empiris tiap dimensi *perceived usefulness*, dimensi useful memiliki mean empiris terbesar dengan nilai sebesar 24,35. Nilai mean empiris yang diperoleh berada pada interval skor $21 < X$. Nilai mean empiris yang dimiliki useful mempunyai arti bahwa useful berperan besar terhadap tinggi rendahnya *perceived usefulness* pengguna *e-wallet*. Hal ini berarti individu cenderung mempersepsikan sesuatu teknologi bermanfaat atau tidaknya lebih memfokuskan tentang kegunaan teknologi itu sendiri yaitu kegunaan *e-wallet* yang dipersepsikan tinggi.

Dimensi dengan mean empiris paling rendah adalah effectiveness dengan nilai 16,35. Nilai mean empiris yang diperoleh berada pada interval skor $15 < X$. Hal ini berarti individu pengguna *e-wallet* dalam mempersepsikan kebermanfaatan *e-wallet* yang paling rendah adalah keefektifan teknologi tersebut dalam melakukan transaksi.

4.6.2 Pembahasan Analisis Statistik Inferensial Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention Pengguna *E-wallet*

Hipotesis penelitian yang berbunyi “ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*” diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* maka semakin tinggi pula *behavioral intention*. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *perceived usefulness* maka semakin rendah pula *behavioral intention*.

Hasil uji korelasi dengan menggunakan teknik analisis regresi menunjukkan bahwa nilai t sebesar 20,957 dengan signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan angka korelasi yang dihasilkan dari analisis statistik menggunakan software pengolah data

menunjukkan angka yang positif. Sehingga arah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* adalah positif. Besar nilai regresi yang dihasilkan adalah 52,5%. Artinya adalah 52% *behavioral intention* milenial pengguna *e-wallet* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*. Sedangkan sisanya sebesar 47,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diungkap dalam penelitian ini.

Korelasi yang ditunjukkan dengan diterimanya hipotesis penelitian dikarenakan *behavioral intention* yang dimiliki individu dipengaruhi oleh bagaimana persepsi individu terhadap kegunaan atau kebermanfaatan dari suatu sistem atau teknologi baru tersebut dalam hal ini *e-wallet*. Korelasi yang bernilai positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi responden terhadap kebermanfaatan *e-wallet* maka semakin tinggi pula niat untuk menggunakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Chen & Aklikokou (2019) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *e-government* yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan mengenai layanan *e-government* yang dirasakan bermanfaat maka semakin banyak warga yang mau menggunakannya.

Dalam penelitian ini yang merupakan modifikasi dari pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang mana tidak menggunakan konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan sikap (*attitude toward*) di dalam model nya. Model TAM tanpa konstruk sikap ini banyak juga digunakan oleh penelitian-penelitian lainnya salah satunya pada penelitian oleh Chau (1996) yang memodifikasi TAM untuk membedakan antara persepsi

kebermanfaatan jangka pendek (*perceived near-term usefulness*) dan persepsi kebermanfaatan jangka panjang (*perceived long-term usefulness*). Penelitian ini tidak menggunakan konstruk sikap (*attitude toward*) dan model TAM tanpa *attitude toward* ini banyak dilakukan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Penelitian oleh Chau (1996) ini mendukung hasil TAM pada umumnya yaitu niat individu untuk menggunakan suatu sistem (*behavioral intention to use*) ditentukan oleh *perceived usefulness* bukan oleh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan tidak signifikan memengaruhi *behavioral intention*, tapi signifikan dalam memengaruhi persepsi kebermanfaatan dalam jangka pendek atau *perceived near-term usefulness*.

Penelitian lain mengenai penerimaan teknologi juga dilakukan oleh Chauhan (2015) yang meneliti bagaimana penerimaan *mobile money* pada masyarakat India dapat diketahui bahwa salah satu variabel yang diteliti yaitu *perceived usefulness* memberikan kontribusi dalam mempengaruhi *intention* untuk menggunakan *mobile money* pada masyarakat India. Sejalan dengan yang hasil penelitian Hamid, Razak, Bakar, & Abdullah (2016) yang menyebutkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempengaruhi *intention* untuk pengguna menggunakan secara berkelanjutan *e-government service* di Malaysia, dengan presentase pengaruh *perceived usefulness* lebih besar dibandingkan *perceived ease of use*. Sejalan dengan penelitian Dash (2011) yang meneliti tentang adopsi *internet banking* dengan menggunakan pendekatan TAM memperoleh hasil bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan variabel penting dalam

mempengaruhi secara kuat dan positif *intention to use internet banking* pada pengguna.

Individu cenderung lebih mementingkan manfaat atau kegunaan dari sistem tersebut untuk mau menggunakan suatu teknologi dibandingkan kemudahan penggunaannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Juniwati (2015) menemukan bahwa adanya pengaruh *perceived ease of use* tidak signifikan berpengaruh secara langsung terhadap *behavioral intention to shop online* namun berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude toward*. TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikenalkan Davis (1989) juga menyatakan bahwa dua prediktor utama *behavioral intention* yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, model bagan yang ada memperlihatkan bahwa adanya pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* namun pengaruh *perceived ease of use* tidak demikian, *perceived ease of use* terlebih dahulu mempengaruhi sikap (*attitude toward behavior*) yang kemudian *attitude toward behavior* tersebut barulah mempengaruhi *behavioral intention* hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurzanah & Sosianika (2019) yang meneliti tentang bagaimana promosi penjualan dan dua konstruk utama TAM dalam mempengaruhi minat beli menemukan bahwa promosi penjualan dan *perceived usefulness* secara signifikan mempengaruhi minat pembelian namun *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembeli.

Dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa adanya pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*. Pengaruh tersebut sebesar 52,5% hal ini berarti bahwa lebih dari setengah *behavioral intention* individu dalam

menggunakan *e-wallet* disebabkan oleh persepsinya mengenai kegunaan *e-wallet* tersebut. Individu yang menganggap bahwa *e-wallet* bermanfaat untuknya maka akan memiliki niatan untuk menggunakannya. Keyakinan individu bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat meningkatkan kinerjanya dalam melakukan transaksi membuat *behavioral intention* individu untuk menggunakannya menjadi tinggi, adanya kepercayaan mengenai kegunaan yang membantu dalam proses transaksi dari layanan *e-wallet*, dan prosesnya mengaksesnya yang cepat serta ditambah dengan banyaknya keuntungan yang didapat akan memperbesar niat individu dalam menggunakannya. Hal ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu contohnya pada penelitian Seyal & Rahman (2003) untuk melihat bagaimana penggunaan internet pada mahasiswa dan hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan internet didominasi oleh variabel dalam TAM yaitu *perceived usefulness* dengan koefisien regresi 0,625 atau sebesar 62,5%. Penelitian berikutnya oleh Renny, Guritno, & Siringoringo (2013) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* merupakan kontributor terbesar dalam mempengaruhi sikap positif seseorang terhadap pembelian tiket penerbangan secara online sehingga memunculkan *behavioral intention* untuk menggunakannya, hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap penggunaan layanan tiket online saat konsumen merasakan manfaat lebih besar seperti pencarian tiket lebih cepat, upaya yang minim dan penghematan biaya yang didapatkan ketika menggunakannya.

Oleh karenanya penting untuk penyedia layanan sistem teknologi dalam memprioritaskan terlebih dahulu mengenai kegunaan atau kebermanfaatannya selain

faktor lainnya karena hampir sebagian besar yang mempengaruhi niat seseorang menggunakan atau tidaknya suatu teknologi adalah karena persepsi kebermanfaatannya.

4.7 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Kendala peneliti dalam lingkup landasan teori, karena masih belum banyak kajian dalam bentuk buku yang membahas tentang model penerimaan teknologi yang khusus dalam kajian psikologi di Indonesia, kebanyakan sumber yang peneliti dapatkan hanya berasal dari jurnal penelitian internasional. Hal ini juga menjadi kendala dalam peneliti memahami tentang teori tersebut dan menyesuaikan dengan penelitian dan instrumen penelitian yang akan digunakan.
- b. Sulitnya mendapatkan informasi jumlah pengguna *e-wallet* per-wilayah, upaya peneliti dalam mendapatkan informasi dari penyedia layanan pun tidak memperoleh hasil karena data tersebut bersifat rahasia. Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penentuan sampel untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya.
- c. Penyebaran skala yang dilakukan peneliti menggunakan *google-form* sehingga peneliti tidak dapat bertemu dan mengawasi responden secara langsung dalam mengisi skala.
- d. Beberapa konstruk lainnya dari TAM tidak ikut diteliti dalam penelitian ini sehingga hanya *perceived usefulness* saja yang diteliti pengaruhnya terhadap *behavioral intention* pada penelitian .

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY berada pada kategori tinggi.
2. *Behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY berada pada kategori tinggi
3. Ada pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* di Jawa Tengah dan DIY. Besar pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pada penelitian ini sebesar 52,5%. Hubungan yang terjadi adalah hubungan positif. Semakin tinggi *perceived usefulness* pengguna terhadap *e-wallet* maka semakin tinggi juga kecenderungan *behavioral intention* yang muncul. Sebaliknya, semakin rendah *perceived usefulness* pengguna terhadap *e-wallet* maka semakin rendah pula kecenderungan *behavioral intention*-nya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk memperluas kajian mengenai teori penerimaan teknologi khususnya dalam kajian psikologi karena kedepan era teknologi digital akan semakin berkembang dan akan terus berinteraksi dengan manusia sebagai penggunanya. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian sejenis dengan menambahkan konstruk lain TAM yang belum diteliti dalam penelitian ini, selain itu penambahan konstruk lainnya diluar teori yang ada juga sangat memungkinkan agar dapat diketahui lebih luas pengaruh dari faktor eksternal lainnya. Selain itu juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan penelitian pada populasi yang lebih luas agar dapat lebih digeneralisasikan.

2. Bagi Penyedia Layanan Teknologi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pengusaha atau penyedia produk layanan yang berbasis teknologi untuk fokus dalam mengembangkan kegunaan dan kebermanfaatan produknya agar konsumen dapat menerima dan menggunakan produk yang ditawarkan. Selain itu untuk kepentingan pengembangan, penyedia layanan dapat gencar membuka kesempatan para peneliti untuk dapat bekerjasama melakukan penelitian terkait tanggapan konsumen pada produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Siasat Bisnis*, 24-32.
- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage. *MIS Quarterly*, 665-694.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision*, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice Hall.
- Ashraf, A. R., Auh, S., & Thongpapanl, N. (. (2014). The Application of the Technology Online Shopping Adoption Cultural Contexts: The Case of Acceptance Model Under Different. *Journal of International Marketing*, 68-93.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet*. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://www.apjii.or.id/survei>
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. (2017). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2408-2434.
- Bank Indonesia. (2016, Agustus 29). *Sistem Pembayaran*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI_181716.aspx
- Chau. (1996). An Empirical Assesment of Modified Technology Acceptance Model. *Journal of management Information System*, 185-204.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of Mobile Money by Poor Citizens of India. *Emerald Insight*, 58-68.
- Chen, L., & Aklikokou, A. K. (2019). Determinants of E-government Adoption: Testingthe Mediating Effects of Perceived Usefulness andPerceived Ease of Use. *Full Terms & Conditions of access and use can be found athttps://www.tandfonlineInternational Journal of Public Administration*, 1-16.

- Dash, & Mohapatra. (2011). Using the TAM Model to Explain How Attitudes Determine Adoption of Internet Banking. *European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences*, 50-59.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Davis, F. D., & Venkatesh. (1996). A Critical Assessment of Potential Measurement Biases in the Technology Acceptance Model: Three experiments. *International Journal of Human Computer Studies*, 19-45.
- Eva, C., & Polonsky, M. (2012). The influence of multiple types of service convenience on behavioral intentions: The mediating role of consumer satisfaction in a Taiwanese leisure setting. *International Journal of Hospitality Management*, 107-118.
- Fern, Y. S., Ling, T. C., Boon, L. K., Fong, S. W., & Jie, F. M. (2018). Mobile Advertising: Behavioral Intention Among Undergraduates in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 232-237.
- Fishbein, & Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- George, A., & Kumar, G. G. (2013). Antecedents of Customer Satisfaction In Internet Banking: Technology Acceptance Model (TAM) Redefined. *Global Business Review*, 627-638.
- Ghorbanzade, D., Mehrani, H., & Rahehagh, A. (2019). The effect of experience quality on behavioral intentions of domestic tourists in visiting waterparks. *Cogent Business & Management*, 1-24.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z., Bakar, A. A., & Abdullah, W. W. (2016). The Effects Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention To Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 644-649.
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2015). Analisis Praktek TAM dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *JAB*, 1-9.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millenial Rising*. New York: Vintage Books.
- Hutami, L. T., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Milenial Pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia . *Jurnal Manajemen*, 136-145.
- Januarsyah, R., Kertahadi, & Riyadi. (2015). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Attitude Toward Behavior on Behavioral Intention to Use of Internet Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Juniwati. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 140-156.
- Kemp, S. (2019, January 30). *Global Digital Report*. Diambil kembali dari We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Lai, P. C. (2018). Security as an Extension to TAM Model: Consumers' Intention to Use a Single Platform E-Payment. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 110-119.
- Mamman, M., Ogunbado, A. F., & Abu-Bakr, A. S. (2016). Factors Influencing Customer's Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 51-55.
- Mathieson, K. (1991). Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 173-191.
- MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research. (2018, Maret 5). *Mobile Payments In Indonesia: Race to Big Data Domination*. Diambil kembali dari MDI Ventures: <https://www.mdi.vc>
- Moses, P., Wong, S. L., Bakar, K. A., & Mahmud, R. (2013). Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use: Antecedents of Attitude Towards Laptop Use Among Science and Mathematics Teachers in Malaysia. *Asia-Pacific Education Researcher*, 293-299.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment Sytem pada E-wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Jurnal Sistem Komputer*, 63-69.
- Nugroho, E. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: ANDI.
- Nurzanah, I., & Sosianika, A. (2019). Promosi Penjualan dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model di e-marketplace Shopee Indonesia. *IRWNS*, 706-714.
- Purwanto, E. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention. *Jurnal Management Maranatha*, 15-32.
- Ramayah, & Ignatius. (2005). PC Usage among students in a private institution of higher learning : The moderating role of prior experience . *ResearchGate*, 131-152.
- Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procedia-Social and behavioral Sciences*, 212-216.

- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi Sosial : Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sarwono, S. W. (2002). Psikologi Sosial Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial. Jakarta: Balai Pustaka.
- Seyal, A. H., & Rahman, M. N. (2003). Student Use of the Internet: an extension of TAM in technical and vocational institutions in Brunei Darussalam. *Australasian Journal of Information System*, 91-104.
- Sheeran, P. (2002). Intention-Behavioral Relation: A Conceptual and Empirical Review. *European Review of Social Psychology*, 1-36.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-wallet OVO. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-9.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Szana, B. (2008). Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model. *Management Science*, 85-92.
- Teo, T., Lee, C. B., & Chai, C. S. (2007). Understanding Pre-service Teachers' computing Attitude: applying and extending the technology acceptance model. *Journal of Computer Assited Learning*, 128-143.
- Trihasta, D., & Fajaryanti, J. (2008). E-Payment Sistem. *Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT)*, 615-622.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SKALA
PENELITIAN TRY OUT

2/10/2020

Skala Penelitian

108

Skala Penelitian

Perkenalkan nama saya R. Ayu Maya Puspita, mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Semarang. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya mengenai e-wallet/dompot elektronik (seperti OVO, Go-Pay, DANA, dsb). Mohon kiranya saudara dapat membantu saya untuk mengisi kuisioner di bawah ini. Informasi yang saudara berikan akan sangat bermanfaat untuk kelancaran penelitian saya. Terimakasih

* Wajib

1. Nama/inisial *

2. Usia *

3. Jenis kelamin *

Tandai satu oval saja.

Laki-laki

Perempuan

4. Kota/Kab tempat tinggal saat ini *

5. Penghasilan/ Uang saku per bulan *

Tandai satu oval saja.

> Rp 5.000.000

Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 2.900.000

< Rp. 1.000.000

2/10/2020

Skala Penelitian

109

Skala
1

Jawablah pertanyaan dibawah ini sebenar-benarnya sesuai dengan yang anda rasakan, pilihlah skor dibawah ini dari skor 1-4
 keterangan skor :
 1 = Sangat Tidak Setuju
 2 = Tidak Setuju
 3 = Setuju
 4 = Sangat Setuju

6. 1. Menggunakan e-wallet mempermudah proses transaksi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

7. 2. Menggunakan e-wallet tidak mempercepat proses pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

8. 3. Saya tidak perlu membuang waktu dengan menunggu uang kembalian dari kasir jika menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

9. 4. Saya dapat memperoleh potongan harga karena menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

110

10. 5. Menggunakan e-wallet membuat saya mendapatkan keuntungan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

11. 6. E-wallet membuat saya kerepotan ketika harus membayar di kasir *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

12. 7. Menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

13. 8. Proses transaksi menjadi lebih cepat dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

14. 9. Menggunakan e-wallet tidak mempermudah proses pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

111

15. 10. Bertransaksi dengan e-wallet lebih menguntungkan daripada transaksi dengan uang tunai *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

16. 11. Menggunakan e-wallet tidak meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

17. 12. Saya tidak dapat menyelesaikan transaksi yang saya lakukan dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

18. 13. E-wallet dapat digunakan untuk berbagai transaksi yang saya inginkan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

19. 14. Menggunakan e-wallet mempersingkat waktu saya dalam melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

112

20. 15. Saya dapat melakukan berbagai transaksi dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

21. 16. E-wallet sangat bermanfaat untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

22. 17. Fitur di e-wallet tidak berguna untuk saya melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

23. 18. Promo yang ditawarkan e-wallet sangat menguntungkan untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

24. 19. Saya mendapatkan cashback karena menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

113

25. 20. Fitur di e-wallet berguna untuk saya melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

26. 21. E-wallet membuat saya tidak kerepotan ketika harus membayar di kasir *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

27. 22. E-wallet tidak bermanfaat untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

28. 23. Menggunakan e-wallet merugikan saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

29. 24. Saya tidak merasa diuntungkan menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

114

30. 25. Proses transaksi menjadi lebih lama dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

31. 26. Menggunakan e-wallet membuang waktu saya *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Skala
2

Jawablah pertanyaan dibawah ini sebenar-benarnya sesuai dengan yang anda rasakan, pilihlah skor dibawah ini dari skor 1-4
keterangan skor :
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

32. 1. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar makanan *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

33. 2. Saya akan menggunakan e-wallet setidaknya satu kali atau lebih dalam sebulan *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

115

34. 3. Saya menggunakan e-wallet untuk memudahkan transaksi saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

35. 4. Saya menggunakan e-wallet agar bisa mendapatkan cashback *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

36. 5. Saya akan menggunakan e-wallet untuk mentransfer uang *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

37. 6. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk melakukan pembayaran makanan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

38. 7. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar transportasi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

116

39. 8. Saya akan lebih memilih menggunakan pembayaran secara cash dibandingkan dengan menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

40. 9. Saya akan menggunakan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya di e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

41. 10. Saya tidak akan menggunakan e-wallet meskipun mendapatkan cashback *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

42. 11. Saya akan menggunakan e-wallet karena mendapatkan promo menarik *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

43. 12. Saya cukup sering menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

117

44. 13. Saya akan terus menggunakan e-wallet dalam beberapa bulan atau tahun kedepan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

45. 14. Saya tidak akan menggunakan e-wallet meskipun ada promo yang ditawarkan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

46. 15. Saya akan memilih tempat belanja yang melayani pembayaran dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

47. 16. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar tagihan dan pulsa. *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

48. 17. Saya tidak akan pernah lagi menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

118

49. 18. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk mentransfer uang. *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

50. 19. Saya akan menggunakan pembayaran secara tunai meskipun di toko yang melayani e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

51. 20. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk membayar transportasi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

52. 21. Saya sangat jarang menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

53. 22. Saya akan menggunakan e-wallet pada tempat yang menyediakan layanan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian

119

54. 23. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk membayar tagihan dan pulsa *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

55. 24. Saya akan lebih memilih membayar menggunakan e-wallet dibandingkan tunai *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

56. 25. Dalam sebulan saya bisa untuk tidak menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

57. 26. Fitur dalam e-wallet tidak sesuai dengan yang saya butuhkan. *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

58. 27. Saya tidak akan secara khusus memilih tempat yang melayani e-wallet untuk pembayaran *

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4		
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

**LAMPIRAN 2 : SKALA
PENELITIAN**

Skala Penelitian Psikologi

Hai! saya R. A. Maya Puspita mahasiswi jurusan psikologi Universitas di Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian pada pengguna e-wallet (dompet elektronik). Mohon kesediaannya bagi Anda yg sesuai dengan kriteria yg dibutuhkan untuk membantu mengisi skala penelitian saya.

Kriteria responden:

1. Berusia 19-37 th / lahir tahun 1982-2000
2. Memiliki aplikasi e-wallet (seperti OVO, DANA, Go-Pay dsb)
3. Berdomisili di Jawa Tengah/ DIY

Jika beruntung kamu berkesempatan mendapatkan saldo e-wallet senilai total Rp. 100.000,-*

Atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih 🙏

(*) untuk 2 orang pemenang dipilih random

* Wajib

1. Nama/inisial *

2. Usia *

3. Jenis kelamin *

Tandai satu oval saja.

Laki-laki

Perempuan

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

123

4. Pekerjaan *

Tandai satu oval saja.

- Mahasiswa
- Pegawai/Karyawan
- Wirausahawan
- Yang lain: _____

5. Penghasilan/ Uang saku per bulan *

Tandai satu oval saja.

- > Rp 5.000.000
- Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp. 2.900.000
- < Rp. 1.000.000

Jawablah pertanyaan dibawah ini sebenar-benarnya sesuai dengan diri anda. pilihlah skor dibawah ini untuk mewakili jawaban anda.

keterangan skor :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

6. 1. Menggunakan e-wallet mempermudah proses pembayaran *

Tandai satu oval saja.

- 1 2 3 4
- Sangat tidak setuju Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

124

7. 2. Menggunakan e-wallet tidak mempercepat proses pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

8. 3. Menggunakan e-wallet membuat saya mendapatkan keuntungan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

9. 4. E-wallet membuat saya kerepotan ketika harus membayar di kasir *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

10. 5. Menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja saya dalam melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

125

11. 6. Proses pembayaran menjadi lebih cepat dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

12. 7. Menggunakan e-wallet tidak mempermudah proses pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

13. 8. Bertransaksi dengan e-wallet lebih menguntungkan daripada transaksi dengan uang tunai *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

14. 9. Menggunakan e-wallet tidak meningkatkan kinerja saya dalam melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

126

15. 10. Saya tidak dapat menyelesaikan pembayaran yang saya lakukan dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

16. 11. E-wallet dapat digunakan untuk berbagai transaksi yang saya inginkan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

17. 12. Menggunakan e-wallet mempersingkat waktu saya dalam melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

18. 13. Saya dapat melakukan berbagai transaksi dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

127

19. 14. E-wallet sangat bermanfaat untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

20. 15. Promo yang ditawarkan e-wallet sangat menguntungkan untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

21. 16. Saya mendapatkan cashback karena menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

22. 17. Fitur di e-wallet berguna untuk saya melakukan pembayaran *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

128

23. 18. E-wallet membuat saya tidak kerepotan ketika harus membayar di kasir *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

24. 19. E-wallet tidak bermanfaat untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

25. 20. Menggunakan e-wallet merugikan untuk saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

26. 21. Saya tidak merasa diuntungkan dengan menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

129

27. 22. Proses pembayaran menjadi lebih lama dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

28. 23. Menggunakan e-wallet membuang waktu saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Jawablah pertanyaan dibawah ini sebenar-benarnya sesuai dengan diri anda. pilihlah skor dibawah ini untuk mewakili jawaban anda.

keterangan skor :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

29. 1. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar makanan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

130

30. 2. Saya akan menggunakan e-wallet setidaknya satu kali atau lebih dalam sebulan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

31. 3. Saya menggunakan e-wallet untuk memudahkan transaksi saya *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

32. 4. Saya menggunakan e-wallet agar bisa mendapatkan cashback *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

33. 5. Saya akan menggunakan e-wallet untuk mentransfer uang *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

131

34. 6. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk melakukan pembayaran makanan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

35. 7. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar transportasi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

36. 8. Saya akan lebih memilih menggunakan pembayaran secara cash dibandingkan dengan menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

37. 9. Saya akan menggunakan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya di e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

132

38. 10. Saya tidak akan menggunakan e-wallet meskipun mendapatkan cashback *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

39. 11. Saya akan menggunakan e-wallet karena mendapatkan promo menarik *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

40. 12. Saya cukup sering menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

41. 13. Saya akan terus menggunakan e-wallet dalam beberapa bulan atau tahun kedepan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

133

42. 14. Saya tidak akan menggunakan e-wallet meskipun ada promo yang ditawarkan *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

43. 15. Saya akan memilih tempat belanja yang melayani pembayaran dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

44. 16. Saya akan menggunakan e-wallet untuk membayar tagihan dan pulsa. *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

45. 17. Saya tidak akan pernah lagi menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

134

46. 18. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk mentransfer uang. *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

47. 19. Saya akan menggunakan pembayaran secara tunai meskipun di toko yang melayani e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

48. 20. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk membayar transportasi *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

49. 21. Saya sangat jarang menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

135

50. 22. Saya akan menggunakan e-wallet pada tempat yang menyediakan layanan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

51. 23. Saya tidak akan menggunakan e-wallet untuk membayar tagihan dan pulsa *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

52. 24. Saya akan lebih memilih membayar menggunakan e-wallet dibandingkan tunai *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

53. 25. Dalam sebulan saya bisa untuk tidak menggunakan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

	1	2	3	4	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

2/10/2020

Skala Penelitian Psikologi

136

54. 26. Fitur dalam e-wallet tidak sesuai dengan yang saya butuhkan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

55. 27. Saya tidak akan secara khusus memilih tempat yang melayani pembayaran dengan e-wallet *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Terimakasih atas partisipasi yang anda berikan

informasi lebih lanjut hub. saya di IDLine :
mayaa046

56. silahkan mengisi kontak anda yang dapat dihubungi (Line/WA/lainnya) untuk dihubungi jika beruntung mendapatkan saldo e-wallet senilai total Rp. 100.000

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

**LAMPIRAN 3 : TABULASI
DATA TRYOUT**

	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Y 17	Y 18	Y 19	Y 20	Y 21	Y 22	Y 23	Y 24	Y 25	Y 26	Y 27	JUMLA H Y	
S1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	101
S2	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	92
S3	2	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	1	2	3	3	2	3	2	1	3	4	77	
S4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	97
S5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	81
S6	3	4	3	4	2	4	1	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	91
S7	1	2	2	4	1	3	3	2	2	4	3	2	4	3	3	2	1	3	2	4	1	4	2	1	2	2	1	64	
S8	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	102
S9	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	89
S10	3	3	4	1	3	4	2	2	4	3	2	2	2	1	2	2	4	4	2	3	3	3	2	2	1	3	1	68	
S11	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	1	2	3	67	
S12	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	89	
S13	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	2	98
S14	2	3	1	4	1	3	2	4	3	4	3	2	3	4	2	1	4	4	3	4	2	3	1	1	4	4	4	76	
S15	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	81	
S16	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	93	
S17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	2	4	3	2	3	4	4	4	86	
S18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	105
S19	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	95
S20	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	2	76	
S21	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	94	
S22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	98	
S23	3	3	3	4	2	1	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	82	
S24	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	1	3	3	2	2	3	3	77	
S25	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	79	
S26	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	78	
S27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	1	3	4	2	86

S28	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	2	3	2	2	2	4	2	3	1	80	
S29	4	2	3	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	2	2	2	3	4	1	83	
S30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	3	2	95	
S31	3	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	3	4	1	4	4	4	1	4	2	1	4	2	1	4	1	81	
S32	4	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	71	
S33	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	103
S34	3	3	3	4	3	4	1	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	82	
S35	4	4	4	4	4	1	4	1	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	4	3	2	3	3	2	78	
S36	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	77	
S37	4	4	4	4	3	1	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	2	1	1	2	3	4	1	4	1	1	2	73	
S38	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	68	
S39	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	101	
S40	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	2	4	2	3	4	2	4	2	2	2	2	3	81	
S41	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	72	
S42	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	72	
S43	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	4	2	4	4	2	2	3	2	90	
S44	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	101	

**LAMPIRAN 4 : TABULASI
DATA PENELITIAN**

S24	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	73
S25	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	82
S26	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
S27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S28	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	62
S29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S30	4	1	4	3	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	82
S31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	89
S32	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S33	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	72
S34	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	82
S35	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S36	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	1	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	75
S37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S38	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	2	3	2	4	2	3	3	4	70
S39	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	78
S40	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	57
S41	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	77
S42	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	66
S43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S44	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	83
S45	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	84
S46	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	81
S47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S48	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	4	4	82

S49	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	82
S50	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	1	76
S51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	90
S52	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	81
S53	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	1	61
S54	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	84
S55	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	78
S56	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	62
S57	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	85
S58	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	67
S59	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	79
S60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	90
S61	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	67
S62	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	85
S63	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	84
S64	4	3	4	1	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	63
S65	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	68
S66	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	60
S67	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S68	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	82
S69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	72
S70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S71	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	83
S72	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S73	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	80

S74	4	1	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
S75	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	72
S76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	89
S77	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	1	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	72
S78	3	4	1	4	3	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	72
S79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S80	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	82
S81	4	4	2	2	1	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	3	4	4	4	67
S82	4	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	79
S83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	65
S84	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
S85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S86	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	80
S87	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
S88	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	75
S89	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	82
S90	4	1	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	78
S91	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	87
S94	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S95	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	72
S96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S98	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	69

S99	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S100	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	84
S101	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S102	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	83
S103	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87
S104	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S105	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	87
S106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	89
S107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S108	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S109	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	70
S110	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	74
S111	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	67
S112	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	78
S113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	91
S114	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	87
S115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S116	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	74
S117	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
S118	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	72
S119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S120	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	87
S121	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	77
S122	3	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	78
S123	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	1	2	4	4	4	4	79

S124	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
S125	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	84
S126	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	85
S127	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	79
S128	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	65
S129	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	88
S130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
S131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	66
S132	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	1	4	3	78
S133	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	86
S134	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S135	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	81
S136	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	80
S137	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	87
S138	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	85
S139	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S140	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	72
S141	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	87
S142	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	66
S143	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	87
S144	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
S145	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	80
S146	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	81
S147	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	76
S148	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	76

S149	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	74
S150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S151	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S152	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	66
S153	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	4	4	74
S154	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	78
S155	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	78
S156	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S157	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	79
S158	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	85
S159	4	2	2	3	2	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
S160	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S161	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	82
S162	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69
S163	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	75
S164	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	78
S165	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	77
S166	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	60
S167	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	60
S168	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	73
S169	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
S170	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	77
S171	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	74
S172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S173	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	73

S199	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	82
S200	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	73
S201	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	79
S202	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	76
S203	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	78
S204	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	78
S205	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	76
S206	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	73
S207	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	85
S208	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	91
S209	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	4	2	3	3	3	3	3	69
S210	4	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	77
S211	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S212	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S213	3	3	3	3	1	2	3	4	3	4	4	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	65
S214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S215	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	81
S216	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	75
S217	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	72
S218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S219	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	73
S220	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	70
S221	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	70
S222	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S223	4	4	3	3	3	4	3	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	78

S224	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
S225	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	81
S226	4	1	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	80
S227	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	79
S228	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	79
S229	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84
S230	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	76
S231	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	77
S232	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	85
S233	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S234	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	88
S235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	89
S236	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	80
S237	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	79
S238	3	2	4	3	3	3	2	4	1	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	73
S239	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	74
S240	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S241	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	76
S242	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	68
S243	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
S244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
S245	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
S246	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	87
S247	4	1	4	4	3	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	79
S248	3	2	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	75

S249	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	86
S250	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	75
S251	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	80
S252	3	3	4	1	4	4	1	4	1	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	69
S253	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	83
S254	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	4	4	2	2	2	62
S255	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	75
S256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S258	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	82
S259	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	65
S260	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S261	3	2	2	3	2	3	4	2	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	4	3	4	65
S262	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	73
S263	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S264	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
S265	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	90
S266	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
S267	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	71
S268	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	53
S269	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	72
S270	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	75
S271	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	73
S272	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82
S273	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	62

S349	4	1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	73
S350	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
S351	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	86
S352	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	82
S353	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S354	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
S355	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	78
S356	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S357	3	1	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	75
S358	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	77
S359	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	78
S360	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
S361	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	83
S362	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S363	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
S364	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
S365	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	81
S366	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S367	4	1	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	78
S368	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	73
S369	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S370	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
S371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S372	4	3	4	4	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	77
S373	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	83

S374	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	73
S375	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	81
S376	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82
S377	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	73
S378	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S379	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	80
S380	4	1	4	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	80
S381	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
S382	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
S383	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
S384	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	84
S385	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
S386	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	63
S387	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	74
S388	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	86
S389	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	70
S390	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	90
S391	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	76
S392	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	73
S393	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	89
S394	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
S395	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	79
S396	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	86
S397	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	79
S398	4	3	4	2	4	4	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1	67

S399	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	71
S400	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	77

	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y1 0	Y1 1	Y1 2	Y1 3	Y1 4	Y1 5	Y1 6	Y1 7	Y1 8	Y1 9	Y2 0	Y2 1	Y2 2	Y2 3	Y2 4	Y2 5	Y2 6	Y2 7	JUMLA HY	
S1	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	2	81	
S2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	81	
S3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	1	77	
S4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	71	
S5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	80	
S6	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	80	
S7	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	4	2	84	
S8	3	4	4	2	1	3	4	2	4	4	2	3	4	4	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	4	4	3	87	
S9	2	4	4	3	1	3	4	2	3	4	4	3	3	4	2	1	4	2	3	4	3	2	4	2	4	4	2	81	
S1 0	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	1	4	3	2	4	3	3	3	3	2	4	2	78	
S1 1	4	3	3	4	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	1	79	
S1 2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	76	
S1 3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	102	
S1 4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	97	
S1 5	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	73	
S1 6	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	95

S1 7	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	2	4	1	3	3	2	4	3	2	78	
S1 8	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	96	
S1 9	2	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	72	
S2 0	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	
S2 1	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	91	
S2 2	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	98	
S2 3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	106
S2 4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	96	
S2 5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	93	
S2 6	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	4	3	95	
S2 7	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	95	
S2 8	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	1	3	2	62	
S2 9	2	3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	2	88	
S3 0	3	3	4	4	4	4	1	2	3	4	2	2	3	4	2	4	4	4	1	2	2	2	2	2	4	2	2	76	

S3 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	4	3	4	3	1	3	4	4	1	3	93
S3 2	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	94
S3 3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	82
S3 4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	95
S3 5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	77
S3 6	3	4	3	4	1	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	1	4	4	93
S3 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
S3 8	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	89
S3 9	2	3	4	3	3	2	4	2	4	4	2	4	3	3	1	4	3	3	2	4	3	2	3	2	3	4	3	80
S4 0	2	1	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2	3	3	1	1	1	2	1	3	3	3	2	3	1	62
S4 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	83
S4 2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	81
S4 3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2	99
S4 4	4	3	4	4	2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	94

S4 5	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	92			
S4 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	2	2	2	79		
S4 7	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	75		
S4 8	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	4	4	3	4	2	4	2	3	1	3	1	84	
S4 9	3	2	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	4	1	3	3	4	4	3	86	
S5 0	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	1	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	85	
S5 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	106
S5 2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	94
S5 3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	67	
S5 4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	75	
S5 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	2	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	82
S5 6	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	68	
S5 7	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	81		
S5 8	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	3	1	1	1	3	3	65	

S7 3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	4	4	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	2	4	3	1	3	4	81	
S7 4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	102
S7 5	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3	4	87	
S7 6	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	93
S7 7	3	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	84	
S7 8	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3	2	1	4	2	78	
S7 9	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	103
S8 0	3	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	85	
S8 1	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	3	3	4	3	91	
S8 2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	1	4	4	3	3	4	4	2	4	2	88	
S8 3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	70	
S8 4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	1	96	
S8 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	78	
S8 6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	84

S8 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	84	
S8 8	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	71	
S8 9	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	88	
S9 0	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	88	
S9 1	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	94	
S9 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
S9 3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4	92	
S9 4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	1	3	2	2	1	89	
S9 5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	79	
S9 6	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
S9 7	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	98	
S9 8	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	78	
S9 9	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	97	
S1 00	2	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	2	3	4	2	1	4	1	3	4	2	3	2	2	2	2	3	2	75

S1 01	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	89
S1 02	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	99
S1 03	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	84	
S1 04	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	96	
S1 05	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	1	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	85	
S1 06	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
S1 07	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
S1 08	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	88
S1 09	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	74	
S1 10	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	4	3	2	2	3	3	3	83	
S1 11	3	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	85	
S1 12	2	3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	74	
S1 13	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	102	
S1 14	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	97	

S1 15	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	101	
S1 16	3	3	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	2	2	3	3	80	
S1 17	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	68	
S1 18	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	2	1	2	2	76	
S1 19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
S1 20	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	2	95		
S1 21	3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	4	2	2	4	2	3	4	3	2	2	2	2	3	2	1	3	2	72	
S1 22	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	4	4	1	3	4	3	2	4	2	2	3	3	1	3	1	81	
S1 23	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	83	
S1 24	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	76	
S1 25	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	95
S1 26	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	1	4	1	4	85	
S1 27	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	1	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	1	3	2	75	
S1 28	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	76

S1 29	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	1	4	3	1	2	1	88		
S1 30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80		
S1 31	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	75		
S1 32	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	2	1	3	4	2	2	3	4	4	1	85		
S1 33	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	94		
S1 34	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	89		
S1 35	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	96		
S1 36	3	4	3	4	3	4	1	2	3	1	4	3	3	4	3	1	4	4	3	4	2	3	1	3	4	4	2	80		
S1 37	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	2	95		
S1 38	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	1	2	3	3	4	4	2	93		
S1 39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	80	
S1 40	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	86		
S1 41	4	4	4	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	84	
S1 42	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	70

S1 57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
S1 58	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	89	
S1 59	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4	1	4	1	1	1	75	
S1 60	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	3	4	3	4	1	3	2	92	
S1 61	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	102	
S1 62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	79
S1 63	3	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	80	
S1 64	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	78	
S1 65	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	89	
S1 66	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	69	
S1 67	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	73	
S1 68	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	87	
S1 69	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	80	
S1 70	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	2	78	

S1 71	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	96
S1 72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	105
S1 73	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	80
S1 74	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	91
S1 75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	104
S1 76	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	103
S1 77	2	4	3	2	3	3	1	4	3	2	4	4	4	4	1	3	4	4	3	2	3	1	3	3	4	1	2	77
S1 78	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	99
S1 79	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	2	88
S1 80	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	3	1	4	2	97
S1 81	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	96
S1 82	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3	91
S1 83	4	4	4	4	1	1	4	2	4	3	4	3	4	4	2	2	4	2	2	4	2	3	1	3	2	4	2	79
S1 84	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	1	4	3	2	3	3	1	86

S1 85	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	2	4	3	2	3	4	4	3	4	2	4	3	91	
S1 86	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	88	
S1 87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
S1 88	4	3	4	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	96	
S1 89	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3	2	83	
S1 90	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	81	
S1 91	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	88	
S1 92	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	70	
S1 93	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	97
S1 94	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	88	
S1 95	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	97	
S1 96	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	93	
S1 97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	87	
S1 98	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	83

S2 27	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	76	
S2 28	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	92	
S2 29	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	83	
S2 30	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	87	
S2 31	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	88	
S2 32	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	3	3	3	97	
S2 33	4	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	3	3	3	2	3	3	2	88	
S2 34	4	4	3	4	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	82	
S2 35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	107	
S2 36	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	79	
S2 37	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	100
S2 38	4	4	3	4	1	2	1	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	80	
S2 39	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	82	
S2 40	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	95

S2 41	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	1	82
S2 42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	78
S2 43	2	3	3	3	1	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	73
S2 44	3	4	4	3	1	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	88
S2 45	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	76	
S2 46	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	1	2	2	4	1	2	4	1	1	1	3	2	2	2	1	2	3	69	
S2 47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	101
S2 48	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	82
S2 49	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
S2 50	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	72
S2 51	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	2	93
S2 52	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	74
S2 53	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	4	4	3	4	3	4	1	2	3	4	3	88	
S2 54	2	1	2	3	2	2	3	3	3	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	72

S2 55	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	72	
S2 56	4	4	4	4	3	3	4	3	4	1	4	4	4	3	4	4	1	3	2	3	3	4	2	4	3	3	3	88	
S2 57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	105	
S2 58	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	3	84	
S2 59	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	1	1	2	78	
S2 60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	92	
S2 61	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	3	62	
S2 62	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	3	86	
S2 63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	106
S2 64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	104
S2 65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	103
S2 66	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	71
S2 67	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80
S2 68	2	2	2	2	3	2	2	1	3	1	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	4	2	2	3	1	3	2	1	60

S2 69	2	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	82
S2 70	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	89
S2 71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	78
S2 72	4	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	3	88
S2 73	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	67
S2 74	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	2	97
S2 75	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	101
S2 76	1	4	4	2	4	1	4	1	4	3	2	3	3	2	1	4	3	4	1	2	4	2	4	2	4	3	1	73
S2 77	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	3	4	4	3	4	2	93
S2 78	3	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	2	2	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	1	76
S2 79	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	105
S2 80	4	4	3	3	3	1	4	3	4	2	4	3	4	1	4	4	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	1	76
S2 81	3	1	4	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	4	1	2	4	4	2	3	2	3	4	3	1	4	3	81
S2 82	3	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	2	2	3	4	4	4	3	1	4	1	85

S2 83	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	2	99	
S2 84	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	96	
S2 85	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	77	
S2 86	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	73	
S2 87	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3	3	86
S2 88	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	1	4	2	92	
S2 89	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	74
S2 90	4	4	4	4	4	1	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	98
S2 91	3	4	3	4	1	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	1	4	3	2	4	3	3	4	2	2	3	2	82	
S2 92	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	1	4	4	3	4	2	4	4	2	92	
S2 93	4	4	4	3	4	1	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	2	2	3	3	90	
S2 94	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	101
S2 95	3	3	3	3	1	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	73
S2 96	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	2	4	4	3	3	2	1	3	3	85	

S2 97	4	4	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	91	
S2 98	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	86	
S2 99	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	84	
S3 00	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	1	4	2	89	
S3 01	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	2	99	
S3 02	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	1	2	3	3	4	2	3	3	2	88	
S3 03	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	1	84
S3 04	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	1	96	
S3 05	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	97	
S3 06	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	80	
S3 07	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	76
S3 08	4	4	4	4	2	4	1	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	2	85
S3 09	3	3	2	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	1	3	1	75	
S3 10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	102

S3 11	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	104	
S3 12	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	82	
S3 13	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	98	
S3 14	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	92	
S3 15	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	3	4	3	91	
S3 16	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	86	
S3 17	4	4	3	3	4	3	1	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	91	
S3 18	4	4	4	3	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4	1	2	4	2	2	3	4	2	3	3	4	4	2	85	
S3 19	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	103
S3 20	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	80
S3 21	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	83
S3 22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	3	4	3	100	
S3 23	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	89	
S3 24	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	102

S3 25	4	4	4	4	2	1	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	4	1	2	3	4	3	2	3	3	3	1	79
S3 26	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	4	2	2	3	4	3	3	88
S3 27	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	93
S3 28	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	2	4	2	4	3	2	2	3	3	88
S3 29	1	1	4	1	1	1	1	2	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	4	2	1	3	2	61
S3 30	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	86
S3 31	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	103
S3 32	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	1	3	93
S3 33	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	89
S3 34	3	4	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	80
S3 35	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	72
S3 36	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	2	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	4	2	74
S3 37	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	3	3	87
S3 38	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	2	97

S3 39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	80
S3 40	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	105
S3 41	3	4	3	3	1	4	4	3	3	1	4	3	3	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	3	4	80
S3 42	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	99
S3 43	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2	79	
S3 44	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	77
S3 45	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	97
S3 46	4	4	3	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	94
S3 47	2	3	3	3	2	2	4	1	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	77
S3 48	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	101
S3 49	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	91
S3 50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107
S3 51	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	97
S3 52	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	95

S3 53	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	94
S3 54	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	95
S3 55	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	96	
S3 56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	2	4	3	97
S3 57	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	2	4	4	3	3	2	3	3	2	84
S3 58	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	1	87
S3 59	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	88
S3 60	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	88
S3 61	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	1	4	1	4	4	3	94
S3 62	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	2	4	4	3	4	2	4	4	2	92
S3 63	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	98
S3 64	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	1	3	1	63
S3 65	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	2	4	2	85
S3 66	3	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	4	1	90

S3 67	3	2	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	80
S3 68	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	1	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	82
S3 69	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	93	
S3 70	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	2	3	3	2	2	4	2	82	
S3 71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	104
S3 72	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	92	
S3 73	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	94
S3 74	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4	2	92	
S3 75	3	2	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	1	3	2	2	2	3	2	79	
S3 76	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80
S3 77	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	78
S3 78	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	95	
S3 79	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	3	98
S3 80	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	2	90

S3 95	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	77
S3 96	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	93
S3 97	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	1	87
S3 98	3	3	4	4	3	2	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	1	2	2	3	4	1	4	1	2	2	70
S3 99	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	77
S4 00	3	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	2	84

**LAMPIRAN 5 : VALIDITAS
DAN RELIABILITAS**

A. Validitas Skala *Perceived Usefulness*

B.		XTOTAL
X1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.710** ,000 44
X2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.574** ,000 44
X3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,295 ,052 44
X4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,275 ,071 44
X5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.487** ,001 44
X6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.696** ,000 44
X7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.366* ,015 44
X8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.653** ,000 44
X9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.701** ,000 44
X10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.526** ,000 44
X11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.544** ,000 44
X12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.499** ,001 44
X13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.434** ,003 44
X14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.693** ,000 44
X15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.531** ,000 44
X16	Pearson Correlation	.717**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X17	Pearson Correlation	,255
	Sig. (2-tailed)	,095
	N	44
X18	Pearson Correlation	.471**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	44
X19	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X20	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X21	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X22	Pearson Correlation	.794**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X23	Pearson Correlation	.804**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X24	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X25	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
X26	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
XTOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Reliabilitas Variabel *Perceived Usefulness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	23

C. Validitas Skala *Behavioral Intention*

		YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	.639**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y2	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y3	Pearson Correlation	.448**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	44
Y4	Pearson Correlation	.362*
	Sig. (2-tailed)	,016
	N	44
Y5	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y6	Pearson Correlation	.562**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y7	Pearson Correlation	.327*
	Sig. (2-tailed)	,030
	N	44
Y8	Pearson Correlation	.521**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44

Y9	Pearson Correlation	.317*
	Sig. (2-tailed)	,036
	N	44
Y10	Pearson Correlation	.394**
	Sig. (2-tailed)	,008
	N	44
Y11	Pearson Correlation	.547**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y12	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y13	Pearson Correlation	.569**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y14	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y15	Pearson Correlation	.492**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	44
Y16	Pearson Correlation	.472**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	44
Y17	Pearson Correlation	.586**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44

Y18	Pearson Correlation	.546**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y19	Pearson Correlation	.599**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y20	Pearson Correlation	.471**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	44
Y21	Pearson Correlation	.675**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y22	Pearson Correlation	.413**
	Sig. (2-tailed)	,005
	N	44
Y23	Pearson Correlation	.463**
	Sig. (2-tailed)	,002
	N	44
Y24	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y25	Pearson Correlation	.586**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44
Y26	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	44

Y27	Pearson Correlation	.303*
	Sig. (2-tailed)	,046
	N	44
YTOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

D. Validitas Skala *Behavioral Intention*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	27

