

## Kekhawatiran Masyarakat Mengenai Pembayaran Digital Sebagai Pembayaran Uang Non Tunai

Pristiyono

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, [paktio16@gmail.com](mailto:paktio16@gmail.com)

### *ABSTRACT*

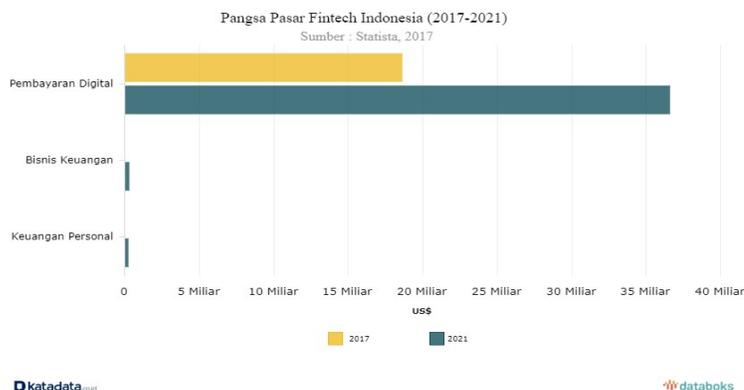
*Rumors of a national non-cash movement (GNNT) by Bank Indonesia are a form of non-cash policy implementation in Indonesia in 2030 to be a central topic researched by various academics. This study aims to determine the public perception of the level of risk posed by the use of digital money as non-cash payments in the Labuhanbatu district. The sample in this study was adopted from the total number of indicators of each variable as many as 15 indicators  $\times$  10 = 150 samples. Then the sample in this study will be taken as many as 293 based on Google form questionnaire as primary data. Data analysis in this study using Smart PLS version 3.0. The results showed that social influence and habit had a direct effect on behavior intention, while facilitating condition had no direct effect on behavior intention. Furthermore, social influence does not directly affect privacy risk, but habits and behavior intentions directly affect privacy risk. Finally, the mediated pathway coefficient shows that social influence and habit have a direct influence on behavior intention mediated through privacy risk while facilitating condition has no direct effect on behavior intention mediated through privacy risk.*

**Keywords:** *Social Influence, Facilitating Condition, Habit, Behavior Intention, Privacy Risk.*

### **Pendahuluan**

Munculnya desas-desus adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia beberapa tahun belakangan ini menjadi perbincangan hangat sehingga menimbulkan berbagai spekulasi dikalangan masyarakat dampaknya terhadap perekonomian (Mika Hastuti Br. Sianturi (2).Pdf, n.d.). Implementasi kebijakan pembayaran non-tunai ini sebagai puncak pengadopsian revolusi industry 4.0 menitikberatkan pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga berdampak dan mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat terutama dalam melakukan transaksi. Menurut (Song et al., 2021) beberapa aspek penting yang menjadi kunci pengembangan manusia di masa depan antara informasi, internet dan kecerdasan buatan.

Pesatnya perkembangan perekonomian di era revolusi industry 4.0 telah mendorong perilaku kehidupan masyarakat di perkotaan besar beralih kepada transaksi yang lebih efisien dan mudah yang berbasis system dan digitalisasi. Hal ini ditandai dengan semakin bermunculannya perusahaan finansial teknologi (fintek) yang menghadirkan aplikasi pembayaran melalui smartphone (Putu et al., 2021). Salah satu metode pembayaran yang diterapkan oleh Bank Indonesia adalah menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Dari databoks mengenai pangsa pasar fintech Indonesia tahun 2017-2021 dilihat sebagai berikut:



**Gambar 1. Pangsa Pasar Fintech Indonesia**

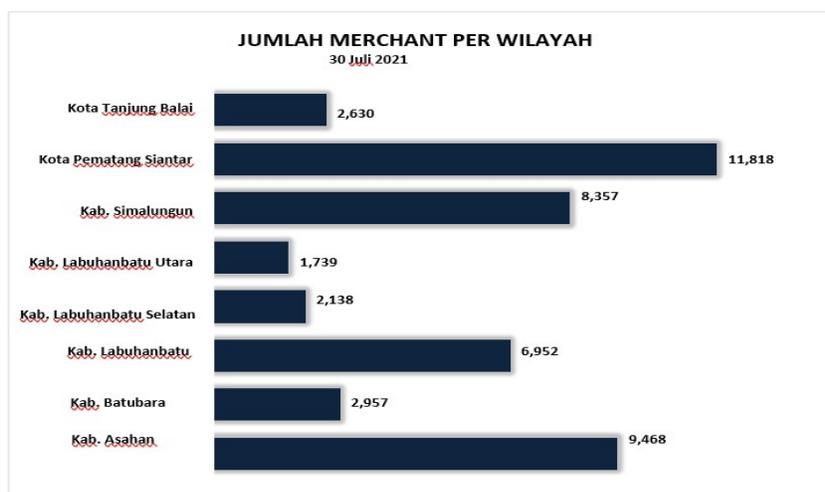
Sumber: Databoks, 2021.

Dari data diatas menunjukkan terjadi peningkatan penetrasi internet dengan smartphone sehingga memberikan peluang meningkatnya transaksi digital di tanah air. Peluang terbesar yakni semakin banyaknya generasi Z yang lahir di era digital yang akan mendukung pertumbuhan financial technology (Do & Do, 2020), selanjutnya mayoritas generasi ini juga melihat layanan fintech lebih murah dibandingkan layanan bank (Abu Daqar et al., 2020). Ketidakpastian masa covid-19 saat ini telah menempatkan bisnis dimana-mana di bawah tekanan ekonomi terkecuali fintech (Deloitte, 2020). Sebagian pengguna fintech bersedia menggunakan aplikasi fintech tetapi ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan perusahaan pengembang untuk meningkatkan fungsi dengan membangun infrastruktur (Vaicondam et al., 2021).

Namun demikian, implementasi yang digencarkan oleh Bank Indonesia ke seluruh pelosok daerah masih mengalami kendala terutama masih rendahnya tingkat literasi keuangan digital di Indonesia (Republika.co.id, 2019). Selain rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan berkaitan dengan implementasi QRIS masih terdapat pandangan masyarakat tingginya ancaman penggunaan data pribadi oleh publik. Menurut (Malusare, 2019) sejumlah masyarakat tidak tahu bagaimana menggunakan system pembayaran digital dikarenakan masih lemahnya literasi digital terutama mengenai masalah dan resiko system pembayaran digital tersebut. Konteks utama yang mendasari penelitian ini adalah perubahan yang terjadi berkaitan dengan perilaku konsumen berdasarkan sebuah studi (Fatoni et al., 2020) kondisi pandemi covid19 diprediksi akan memperburuk pertumbuhan ekonomi tetapi selama pandemi covid-19 masyarakat dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan yang tidak banyak dalam bertransaksi guna menghindari penyebaran virus corona.

Hasil analisis empiris yang dilakukan (Kosim & Legowo, 2021) menunjukkan bahwa 8 dari 12 hipotesis penelitiannya dianggap terbukti yakni harapan bisnis, pengaruh sosial, kepercayaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, persepsi dukungan peraturan, manfaat promosi, harapan kinerja yang dimoderasi oleh usia, dan ekspektasi usaha yang dimoderasi oleh usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku niat artinya niat masyarakat menggunakan QRIS itu cukup kuat dalam prakteknya sehingga untuk mendukung terwujudnya hal ini diperlukan tindakanya kongkrit dari semua pihak.

Begitu halnya Kantor Perwakilan Bank Indonesia Pematangsiantar telah melakukan perluasan sosialisasi merchant QRIS di wilayah kerja KPw Bank Indonesia Pematangsiantar. Berbagai sosialisasi melalui sosial media dan layanan iklan lainnya dari data Per 30 Juli 2021 total merchant QRIS di wilayah kerja KPw Bank Indonesia Pematangsiantar mencapai 46.059 merchant, namun jumlah tersebut masih terkonsentrasi di beberapa kabupaten/kota yakni kota Pematangsiantar, Kab. Simalungun, Kab. Labuhan Batu, dan Kab. Asahan dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 2. Jumlah Merchant Per Wilayah  
Sumber: Bank Indonesia KPw Pematangsiantar, 2021

Dari data juga terlihat jumlah data merchant QRIS di berbagai Kabupaten lainnya terutama Kabupaten Labuhanbatu, Kabupaten Labuhanbatu Selatan dan Kabupaten Labuhanbatu Utara di pengujung tahun 2021 masih belum mencapai target seperti yang diprogramkan oleh KPw Bank Indonesia Pematangsiantar. Hal ini mencerminkan bahwa tingkat akseptasi masyarakat yang rendah mencerminkan adanya perilaku atau pandangan negatif mengenai terkait pembayaran digital yang diproyeksikan di masa depan.

## LANDASAN TEORI

### *Social Influence*

*Social Influence* atau pengaruh sosial merupakan tingkat dimana seseorang individu menganggap orang disekitarnya seperti keluarga atau teman mengajak individu untuk menggunakan system baru (Hilmawan, 2020). Disisi lain, social influence merupakan pengaruh dari lingkaran sosial seseorang individu penting bagi setiap individu dimana dia melihat dirinya sesuai dengan pengaruh dalam kehidupannya berdasarkan emosional atau bujukan orang lain (Veronica & Rodhiah, 2021).

### *Facilitating Condition*

*Facilitating condition* berkaitan dengan ketersediaan sumber daya dan dukungan teknologi. (Ambarwati et al., 2020) atau kondisi yang memfasilitasi seseorang percaya bahwa infrastruktur yang dimiliki organisasi dan fasilitas teknis yang tersedia mampu mendukung penggunaan system (Hidayat & Riyadi, 2018).

### *Habbit*

Habbit merupakan penjelasan mengenai bagaimana seseorang menggunakan suatu

sistem dalam kesehariannya (Mayanti, 2020). Habbit lebih tepat sebagai kebiasaan seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Udayana, 2017). Kebiasaan (habit) yaitu sejauh mana individu cenderung melakukan perilaku secara otomatis untuk belajar (Chang, 2012).

### *Behaviour Intention*

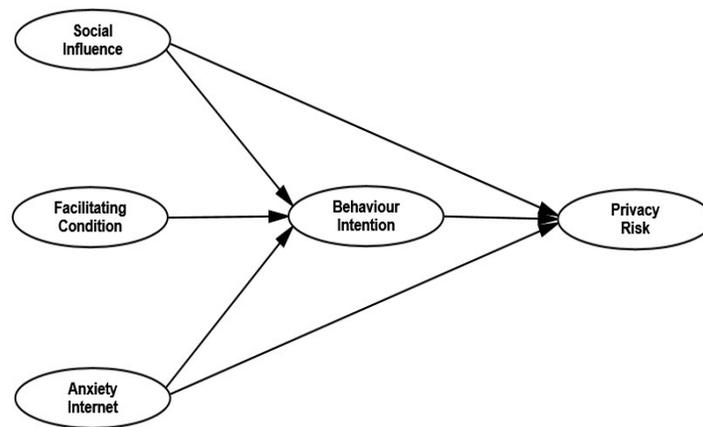
Secara umum *behavior intention* atau minat perilaku berkaitan dengan keinginan untuk melakukan perilaku. Menurut (Suhartini, 2017) *behavior intention* adalah tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan system secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi. Minat atau niat perilaku merupakan frekuensi pembeli atau proporsional total pembelian yang setia pada merek produk tertentu atau tingkat niat intensitas individu untuk melakukan tindakan tertentu (Jamila et al., 2020).

### *Privacy Risk*

Dalam lingkungan bisnis online, masalah privasi telah menjadi isu yang fenomenal. Menurut (Lee et al., 2019) bahwa *privacy risk* merupakan penghalang utama untuk penerimaan teknologi terkait produk dan layanan serta mengurangi kenyamanan dari penggunaan teknologi. Banyak para ahli terlibat dalam penggunaan analisis resiko sebagai upaya untuk mendefinisikan ketidakpastian dan resiko dalam kehidupan masyarakat modern dimana teknologi tumbuh melesat (Bawono, 2020).

### Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka konseptual pada penelitian ini untuk memudahkan penulis dalam memecahkan perumusan masalah dan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Konseptual  
Sumber: Model diolah oleh peneliti, 2021

### Hipotesis

Berdasarkan penjelasan secara teori dan didukung berbagai referensi yang relevan, maka hipotesis penelitian ini antara lain:

1. *Social influence* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention*.
2. *Facilitating condition* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention*.
3. *Habit* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention*.
4. *Social influence* berpengaruh langsung terhadap *privacy risk*.

5. *Habit* berpengaruh langsung terhadap *privacy risk*.
6. *Behavior intention* berpengaruh langsung terhadap *privacy risk*.
7. *Social influence* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*.
8. *Facilitating condition* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*.
9. *Habit* berpengaruh langsung terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*.

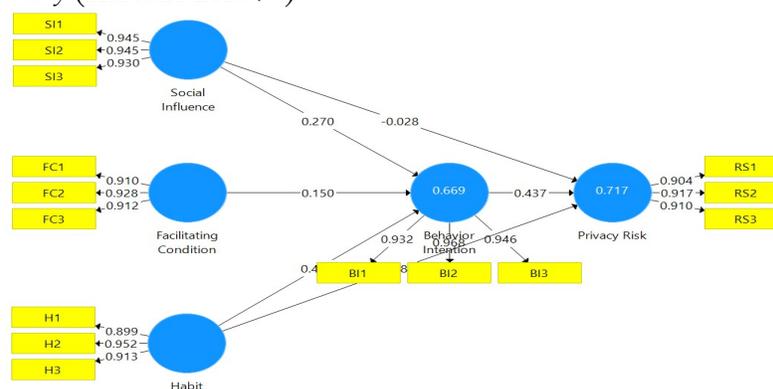
## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan data multivariat menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM), maka pada umumnya memakai *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) jumlah sampel dalam survei berkisar antara 100-200 sampel. Agar lebih memperoleh ketentuan yang pasti jumlah sampel dapat ditentukan dengan penetapan 3-5 sampel untuk setiap parameter (indikator) masing-masing variabel yang diteliti maka dalam penelitian jumlah keseluruhan indikator sebanyak 15 indikator x 10 = 150 sampel. Maka sampel dalam penelitian ini akan diambil sebanyak 250-300 sampel. Dalam *nonprobability sampling* peneliti memutuskan menggunakan Teknik *sampling purposive* dengan kriteria sebagai berikut: 1) Masyarakat yang berdomisili dan tinggal di Kabupaten Labuhanbatu, 2) Responden sudah berumur diatas 17 tahun dan 3) Mempunyai wawasan dan pernah melakukan transaksi uang elektronik. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer (berupa kuesioner) menggunakan *google form* yang disebarakan secara offline dan online serta menggunakan data sekunder yang diperlukan seperti wawancara, studi literature dan instansi terkait. Teknik skala yang digunakan skala likert dengan pernyataan jawaban mulai dari Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (4) dan Sangat Tidak Setuju (1). Teknis analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) atau PLS merupakan suatu teknik alternatif pada analisis SEM dimana data yang dipergunakan tidak harus berdistribusi normal multivariat (Oda et al., 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Estimasi Model

Metode pendugaan parameter (estimasi) didalam penelitian ini menggunakan PLS-*Algorithm* pada *software* SmartPLS. Ketentuan untuk menguji undimensionalitas dari setiap konstruk dengan melihat *convergent validity*. *Rule of thumb* yang biasa digunakan untuk menilai validitas konvergen yaitu nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penilaian yang bersifat *confirmatory* (Hartono 2015:74).



Gambar 4. Loading Factor Model

Sumber: Data diolah SmarPLS, 2021

Dari gambar *loading factor model* tersebut dapat dilihat hubungan dari masing-masing indikator/variabel memiliki nilai *cross loading* lebih besar dari 0.70. Adapun output *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sebagai berikut:

Tabel 1. *Output Cross Loading*

Konstruk	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Behavior Intention</i>	0.944	0.964
<i>Facilitating Condition</i>	0.905	0.940
<i>Habit</i>	0.911	0.944
<i>Privacy Risk</i>	0.897	0.936
<i>Social Influence</i>	0.934	0.958

Sumber: Data diolah SmarPLS, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai output *cronbach's alpha* dan *composite reliability* memperlihatkan bahwa nilai masing-masing konstruk sudah diatas 0.70 sehingga dapat disimpulkan masing masing konstruk dan model yang diestimasi memiliki reliabilitas yang baik.

### Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Perbandingan t-hitung dengan t-tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai t-hitung diperoleh dari hasil bootstrapping dengan software Smart PLS. Pengujian dengan bootstrapping juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan nilai t-statistik, maka penelitian ini menggunakan  $\alpha = 0.1$  dengan pengujian hipotesis two tailed sehingga nilai t harus  $> 1.65$ . Jika nilai t-hitung  $> t$ -tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya (Ghozali, 2014). Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat output *Path Coefficients* dari hasil *bootstrapping* sebagai berikut:

Tabel 2. *Koefisien Jalur*

Hubungan Kausal	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
Social Influence → Behavior Intention	3.525	0.000	Signifikan
Facilitating Condition → Behavior Intention	1.796	0.073	Tidak Signifikan
Habit → Behavior Intention	6.878	0,000	Signifikan

Social Influence -> Privacy Risk	0.515	0.607	Tidak Signifikan
Habit -> Privacy Risk	6.874	0,000	Signifikan
Behavior Intention -> Privacy Risk	6.499	0,000	Signifikan
Habit -> Behavior Intention -> Privacy Risk	4.841	0,000	Signifikan
Social Influence -> Behavior Intention -> Privacy Risk	3.15	0.002	Signifikan
Facilitating Condition -> Behavior Intention -> Privacy Risk	1.642	0.101	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah SmarPLS, 2021

Berdasarkan Tabel 2. Koefisien jalur menunjukkan hubungan tiap konstruk yang ada terhadap konstruk yang lainnya. Oleh karena itu, hasil tersebut kemudian digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian yang sudah diajukan sebelumnya dan dan pembahasan.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil hasil pengujian hipotesis akan dilakukan pembahasan secara rinci antara lain:

- 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa konstruk *Social Influence* berpengaruh langsung terhadap *Behavior Intention*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 3,525 lebih besar nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini dapat diterima, hal ini berarti sejalan dengan penelitian (Khatimah et al., 2019), bahwa *Social Influence* (pengaruh sosial) berpengaruh langsung terhadap *Behavior Intention* (niat perilaku) di Indonesia. (Prabhakaran & Sarika, n.d.) menegaskan *Social Influence* (pengaruh sosial) berpengaruh langsung terhadap *Behavior Intention* (niat perilaku) bagi pengguna *mobile wallet*. (Fedorko et al., 2021) hasil penelitiannya menegaskan bahwa pengaruh sosial dapat membangun niat perilaku saat menggunakan elektronik perbankan.
- 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa konstruk *Facilitating Condition* tidak berpengaruh langsung terhadap *Behavior Intention*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 1.796 lebih kecil nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,073 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini dapat ditolak, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mentaya et al., 2015) bahwa terdaftar empat faktor yakni harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan untuk meningkatkan niat perilaku. (Zuiderwijk et al., 2015) dalam penelitiannya bahwa semua variabel UTAUT secara bersama berpengaruh 45% dalam mempengaruhi niat perilaku, terkecuali *facilitating condition* yang tidak mempengaruhi niat perilaku.
- 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa konstruk *Habit* berpengaruh langsung terhadap *Behavior Intention*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 6,878 lebih besar nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki

taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima, sebagaimana hasil penelitian (Handarkho et al., 2021) bahwa kepuasan memiliki pengaruh langsung yang substansial pada pembentukan kebiasaan (habit) dalam menggunakan *mobile payment*. Menurut (Chang, 2012) habit (kebiasaan) diukur sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa perilaku yang instan atau otomatis, artinya pengalaman menggunakan teknologi informasi seperti mobil payment diprediksi akan membangun niat perilaku dengan senantiasa menggunakannya yang didukung dengan system.

- 4) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat diketahui bahwa konstruk *Social Influence* tidak berpengaruh langsung terhadap *Privacy Risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 0.515 lebih kecil nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,607 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis keempat pada penelitian ini dapat ditolak, hal ini berarti tidak sejalan dengan penelitian (Indar Rachmawati et al., 2020) bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran digital. Selain itu menurut penelitian (Hastomo & Aras, 2018) sosialisasi melalui cara-cara represif yang selama ini dianggap populer dimasyarakat ternyata tidak berpengaruh kuat terhadap kepercayaan budaya transaksi non tunai. Menurut (Malusare, 2019) sejumlah masyarakat tidak tahu bagaimana menggunakan system pembayaran digital dikarenakan masih lemahnya literasi digital terutama mengenai masalah dan resiko system pembayaran digital tersebut.
- 5) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima diketahui bahwa konstruk *Habit* berpengaruh langsung terhadap *Privacy Risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 6,874 lebih besar nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis kelima pada penelitian ini dapat diterima, sebagaimana hasil penelitian (Slyke et al., 2006) bahwa kepedulian terhadap privasi informasi mempengaruhi persepsi resiko, kepercayaan, dan kemauan untuk bertransaksi untuk pedagang yang terkenal, artinya habit (kebiasaan) yang sudah dilakukan sesuai dengan prosedur dan ketentuan berlaku dalam pembayaran digital akan meningkatkan privacy risk dalam menjalankan transaksi tersebut. Maka hasil penelitian sangat jelas menegaskan jika kebiasaan (habit) yang sehat dan positif akan mempengaruhi *privacy risk* itu sendiri demi keberhasilan transaksi pembayaran digital. (Zhang & Yu, 2020) dalam penelitian menegaskan bahwa resiko yang diraskan dalam pembayaran digital sangat bermanfaat, karena resiko yang dirasakan mengacu pada biaya yang terkait dengan perilaku pembelian pelanggan.
- 6) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam diketahui bahwa konstruk *Behavior Intention* berpengaruh langsung terhadap *Privacy Risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 6,499 lebih besar nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis keenam pada penelitian ini dapat diterima, hal ini sejalan dengan pendapat (*Strong Growth in Digital Payments Indicates a Lasting Shift in Consumer Payment Behaviour - The Hindu BusinessLine*, n.d.) menegaskan bahwa pandemi covid-19 telah membuat banyak transaksi pembayaran digital selama tahun 2020 sehingga volume serta nilai transaksi menunjukkan pertumbuhan yang kuat. Hasil (Mondego & Gide, 2020) menemukan bahwa faktor perilaku dan faktor organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan *mobile payment system*. Hal ini berarti dengan adanya niat perilaku yang sehat dari konsumen maka mengindikasikan bahwa konsumen sangat memahami resiko pribadi (*privacy risk*) dari proses transaksi digital di masa yang akan datang.

- 7) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh diketahui bahwa konstruk *Social influence* secara tidak langsung berpengaruh terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 3,150 lebih besar nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis ketujuh pada penelitian ini dapat diterima. Dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh langsung antara *social influence* terhadap *behavior intention* yang dimediasi melalui *privacy risk*. Hal ini berarti variabel *social influence* beserta indikatornya mampu menjadi salah satu variabel independent atau faktor yang diunggulkan dalam teori UTAUT untuk mengukur tingkat pengaruh sosial atas fenomena yang diteliti terhadap niat perilaku dan privasi resiko.
- 8) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedelapan diketahui bahwa konstruk *Facilitating condition* secara tidak langsung *tidak* berpengaruh terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 1,642 lebih kecil dari nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,101 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis kedelapan pada penelitian ini dapat ditolak. Dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh langsung antara *facilitating condition* terhadap *behavior intention* yang dimediasi melalui *privacy risk*. Hal ini berarti variabel *facilitating condition* beserta indikatornya sejauh ini melalui penelitian ini belum mampu menjadi faktor yang diunggulkan dalam teori UTAUT untuk mengukur tingkat *facilitating condition* atas fenomena yang diteliti terhadap niat perilaku dan privasi resiko.
- 9) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kesembilan diketahui bahwa konstruk *Habit* secara tidak langsung berpengaruh terhadap *behavior intention* dimediasi melalui *privacy risk*, hal ini terlihat dari perolehan nilai koefisien jalur t-statistik sebesar 4,841 lebih besar dari nilai 1,96 (konstanta) dan memiliki taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis kesembilan pada penelitian ini dapat diterima. Dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh langsung antara *habit* terhadap *behavior intention* yang dimediasi melalui *privacy risk*. Hal ini berarti variabel *habit* beserta indikatornya mampu menjadi salah satu variabel independent atau faktor yang diunggulkan masuk ke dalam konsep teori UTAUT untuk mengukur tingkat *habit* (kebiasaan) atas fenomena yang diteliti terhadap niat perilaku dan privasi resiko.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, pada tahap ini penulis akan merangkum berbagai kesimpulan yang terdiri dari:

1. Social influence berpengaruh langsung terhadap behavior intention.
2. Facilitating condition tidak berpengaruh langsung terhadap behavior intention.
3. Habit berpengaruh langsung terhadap behavior intention.
4. Social influence tidak berpengaruh langsung terhadap privacy risk.
5. Habit berpengaruh langsung terhadap privacy risk.
6. Behavior intention berpengaruh langsung terhadap privacy risk.
7. Social influence secara tidak langsung berpengaruh terhadap behavior intention dimediasi melalui privacy risk.
8. Facilitating condition secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap behavior intention dimediasi melalui privacy risk.
9. Habit secara tidak langsung berpengaruh terhadap behavior intention dimediasi melalui privacy risk.

### Daftar Pustaka

- Abu Daqar, M. A. M., Arqawi, S., & Karsh, S. A. (2020). Fintech in the eyes of Millennials and Generation Z (the financial behavior and Fintech perception). *Banks and Bank Systems*, 15(3), 20–28. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03)
- AMBARWATI, R., HARJA, Y. D., & THAMRIN, S. (2020). The Role of Facilitating Conditions and User Habits: A Case of Indonesian Online Learning Platform. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 481–489. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.481>
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). 濟無No Title No Title No Title. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3). bank Indonesia. (2019). Blue print sistem pembarayan indonesia. 81. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Documents/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2025.pdf>
- Bawono, H. (2020). Risk Detection in Digital Information Management: A Records Management Perspective. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 8(2), 251–267. <https://doi.org/10.24252/kah.v8cf3>
- Bisnis, J. M., Perkembangan, B., Sihalo, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Chang, A. (2012). UTAUT AND UTAUT 2 : A REVIEW AND AGENDA FOR FUTURE RESEARCH. 13(9), 106–114.
- Deloitte. (2020). Beyond COVID-19 : New opportunities for fintech companies Many fintechs , like the rest of system , have gone into overdrive to respond to.
- Do, N. B., & Do, H. N. T. (2020). An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89–99. <https://doi.org/10.15722/jds.18.10.202010.89>
- Fedorko, I., Bacik, R., & Gavurova, B. (2021). Effort expectancy and social influence factors as main determinants of performance expectancy using electronic banking. *Banks and Bank Systems*, 16(2), 27–37. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.03](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.03)
- Handarkho, Y. D., Harjoseputro, Y., Samodra, J. E., & Irianto, A. B. P. (2021). Understanding proximity mobile payment continuance usage in Indonesia from a habit perspective. *Journal of Asia Business Studies*, 15(3), 420–440. <https://doi.org/10.1108/JABS-02-2020-0046>
- Hastomo, A. D., & Aras, M. (2018). Influence of Cashless Society Socialization toward Trust Transaction Culture in Jakarta, Indonesia. *Humaniora*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v9i1.4174>
- Hidayat, R. A., & Riyadi, S. (2018). ANALYSIS THE EFFECT OF PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITION AND PERCEIVED TRUST ON THE INTEREST USER OF BANK'S ELECTRONIC MONEY SERVICES (E-MONEY) IN INDONESIAN (Empirical Study of Users Electronic Money Serv. *Perbanas Review*, 3, 0–1.
- Hilmawan, T. W. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kota Malang menggunakan uang elektronik dengan menggunakan model UTAUT. *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 1–81.
- Indar Rachmawati, W., Rustandi Kartawinata, B., Wijayangka, C., & Hasbi, I. (2020). Factors Analysis that Affecting the Intention to Use Digital Payment (Case Study on

- OVO Users in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). *KnE Social Sciences*, 2020, 290–302. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6605>
- Jamila, M. U., Ratnawati, K., & Hussein, A. S. (2020). Determinants of Behavioral Intention To Use Digital Wallet (A Study in GoPay Users in Malang). 144(Afbe 2019), 185–189. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.030>
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- Lee, J. M., Lee, B., & Rha, J. Y. (2019). Determinants of mobile payment usage and the moderating effect of gender: Extending the UTAUT model with privacy risk. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 10(1), 43–64. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1644>
- Machkour, B., & Abriane, A. (2020). Industry 4.0 and its implications for the financial sector. *Procedia Computer Science*, 177, 496–502. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.10.068>
- Malusare, L. (2019). Digital Payments Methods in India : A study of Problems and Prospects. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 03(08), 1–7.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Mentaya, A., Sunarto, M. J. D., & Wulandari, S. H. E. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi Brilian dengan model UTAUT. *Jsika*, 4(2), 1–10.
- MIKA HASTUTI BR. SIANTURI (2).pdf. (n.d.).
- Mondego, D. Y., & Gide, E. (2020). Exploring the Factors that Have Impact On Consumers' Trust in Mobile Payment Systems in Australia. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 17, 1–22. <https://doi.org/10.4301/sl807-1775202017009>
- Oda, N., Kurashina, S., Miyoshi, M., Doi, K., Ishi, T., Sudou, T., Morimoto, T., Goto, H., & Sasaki, T. (2014). Microbolometer terahertz focal plane array and camera with improved sensitivity at 0.5-0.6 THz. *International Conference on Infrared, Millimeter, and Terahertz Waves, IRMMW-THz*, 59–71. <https://doi.org/10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015>
- Permadi, Y. A., & Wilandari, A. (2021). Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard ( QRIS ) Among Students as a Means of Digital Payment. 03(01).
- Prabhakaran, S., & Sarika, P. (n.d.). Effect of Social Influence on Intention To Use Mobile Wallet With the Mediating Effect of Promotional Benefits. XII(Ii), 3003–3019.
- Putu, N., Karniawati, A., Sri Darma, G., Mahyuni, L. P., Sanica, G., Darma, G. S., Luh, P., Mahyuni, I., & Gede, S. (2021). Community Perception of Using Qr Code Payment in Era New Normal. *Pjaee*, 18(1), 3986–3999.
- Republika.co.id. (2019). Penerapan Sistem Pembayaran QRIS Masih Menemui Kendala. In *Republika.Co.Id*. <https://republika.co.id/berita/pwgpvh383/penerapan-sistem-pembayaran-qris-masih-menemui-kendala>
- Rojko, A. (2017). Industry 4.0 concept: Background and overview. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 11(5), 77–90. <https://doi.org/10.3991/ijim.v11i5.7072>
- Slyke, C., Shim, J. T., Johnson, R., & Jiang, J. (2006). Concern for Information Privacy and Online Consumer Purchasing. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(6), 415–444. <https://doi.org/10.17705/1jais.00092>
- Song, X., Cong, Y., Song, Y., Chen, Y., & Liang, P. (2021). A bearing fault diagnosis model based on CNN with wide convolution kernels. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*. <https://doi.org/10.1007/s12652-021-03177-x>

- Strong growth in digital payments indicates a lasting shift in consumer payment behaviour - The Hindu BusinessLine. (n.d.).
- Suhartini, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Malang.
- Udayana, E. A. U. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1369–1397.
- Ulfi, I. (2020). Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non-Tunai: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>
- Vaicondam, Y., Jayabalan, N., Tong, C. X., Qureshi, M. I., & Khan, N. (2021). Fintech Adoption Among Millennials in Selangor. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(5), 1–14.
- Veronica, V., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 235. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.9657>
- Zhang, X., & Yu, X. (2020). The Impact of Perceived Risk on Consumers' Cross-Platform Buying Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11(October), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.592246>
- Zuiderwijk, A., Janssen, M., & Dwivedi, Y. K. (2015). Acceptance and use predictors of open data technologies: Drawing upon the unified theory of acceptance and use of technology. *Government Information Quarterly*, 32(4), 429–440. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.005>