

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Fikhrial pasha

Npm : 1810011211072

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Subjective norm, perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use LinkAja*

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Selasa, 28 Februari 2023** .

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Purbo Jadmiko SE.,M. Sc



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

**PENGARUH *SUBJECTIVE NORM*, *PERCEIVED USEFULNESS*  
DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO*  
*USE LINK-AJA***

**(Studi Kasus : Pengguna *e-wallet* LinkAja di kota Padang)**



**Disusun Oleh :**

**Fikhril pasha**

**1810011211072**

**Dosen Pembimbing :**

**Purbo jadmiko SE,M,Sc**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**KOTA PADANG**

**2022**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP INTENTION TO USE E-WALLET LINKAJA DI KOTA PADANG”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu

2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si. dan Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. CA selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E.,M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
6. Kepada orang tua tercinta “Papa dan Mama” yang sangat penulis cintai yang telah mengirimkan doa, memberikan motivasi dan menjadi penyemangat agar penulis dapat menjadi orang yang mandiri, bijaksana, dan berbuat baik kepada orang lain. Berkat Do’a merekalah penulis dapat mewujudkan semua cita-cita

7. Terimakasih kepada Sahabat kuliah dari awal semester satu, Fadhil Mumtaz, Muhammad Shadiq, Dheana marcia, Reinaldy Abdi Nugraha, Reizky Halfarez, Silfia Novriani dan sahabat-sahabat yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih Teman-teman Manajemen angkatan 2018 (yang telah bersama- sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran di masa yang akan datang).
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. All of your Support means the whole to me. Thankyou!

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan dan niat tulus semua pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

*Wassallammualaikum wr.wb*

Penulis, 5 Januari 2023

FIKHRIAL PASHA

THE EFFECT OF SUBJECTIVE NORM, *PERCEIVED USEFULNESS* AND PERCEIVED  
EASE OF USE *E-WALLET LINKJA* IN PADANG CITY

**1)Fikhrial pasha, 2)Purbo Jadmiko**

Student and Lecturer in Master of Management Department,  
Faculty of Economy and Business, Bung Hatta University

**E-mail :** 1)Fikhriapp@gmail.com, 2)purbojadmiko@bunghatta.ac.id

***ABSTRACT***

*This study aims to explain the effect of subjective norm, perceived usefulness and online perceived ease of use on intention to use e-wallet linkaja in Padang City. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The sampling technique used is purposive sampling with a total sample of 101 respondents. Data analysis methods in this study using the SmartPLS version 3.3.3 program include: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that Subjective norm has a positive effect on Intention to use , Perceived usefulness has no positive effect on Intention to use and Perceived ease of use has a positive effect on Intention to use.*

*Keywords: Subjective norm, Perceived usefulness , Perceived ease of use and Intention to use*

**PENGARUH SUBJECTIVE NORM, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN  
*PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP INTENTION TO USE *E-WALLET LINK***

**AJA DI KOTA PADANG**

**1)Fikhrial pasha, 2)Purbo Jadmiko**

Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

**E-mail :** 1)Fikhriapp@gmail.com, 2)purbojadmiko@bunghatta.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *subjective norm*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use e-wallet Linkaja* di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 101 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SmartPLS versi 3.3.3 meliputi: Measurement Model Assessment, Analisis Deskriptif, R Square dan Structural Model Assessment. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *intention to use*, *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif terhadap *intention to use* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Intention to use*

**Kata Kunci:** *Subjective norm*, *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use* dan *Intention to use*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b>	1
<b>ABSTRACT</b>	4
<b>BAB I</b>	10
<b>PENDAHULUAN</b>	10
1.1 Latar belakang	10
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
<b>BAB II</b>	18
<b>2.1Kajian Literatur</b>	<u>18</u>
2.1.1.1 Pengertian <i>Intention to Use</i>	18
2.1.1.2 Pentingnya <i>Intention to Use</i>	19
2.1.2 <i>Subjective norm</i>	19
2.1.2.1 Pengertian <i>Subjective norm</i>	19
2.1.3 <i>Perceived usefulness</i>	18
2.1.3.1 Pengertian <i>Percieved usefulness</i>	21
2.1.3.2 Pentingnya <i>Percieved usefulness</i>	22
2.1.4 <i>Perceived ease of use</i>	22
2.1.4.1 Pengertian <i>Perceived ease of use</i>	23
2.1.4.2 Pentingnya <i>Perceived ease of use</i>	24



<b>BAB III</b>	28
<i>3.1 Jenis penelitian</i>	28
<i>3.2 Objek populasi dan sampel</i>	28
<i>3.2.1 Objek</i>	28
<i>3.2.2 Populasi</i>	28
<i>3.2.3 Sampel</i>	28
<b>3.3 Jenis sumber data</b>	29
<b>3.4 Definisi Operasional Variabel</b>	29
<i>3.4.1 Intention to use</i>	29
<i>3.4.2 Subjective norm</i>	29
<i>3.4.3 Perceived usefulness</i>	30
<i>3.4.4 Perceived ease of use</i>	30
<b>3.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</b>	31
<b>3.5.1 Uji validitas</b>	32
<b>3.5.1.1 Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)</b>	32
<b>3.5.2 Uji Reliabilitas</b>	33
<b>3.5.3 Analisis Deskriptif</b>	34
<b>3.5.3 Analisis Deskriptif</b>	35
<b>3.5.4 <i>Structural Model Assessment</i></b>	35
<b>BAB IV</b>	36
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	36

<b>4.1 Deskripsi produk</b>	37
<b>4.2 Karakteristik Responden</b>	37
<b>4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin</b>	37
<b>4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan Status</b>	37
<b>4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan Usia</b>	38
<b>4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir</b>	38
<b>4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan Agama</b>	39
<b>4.2.6 Karakteristik responden berdasarkan Keperluan</b>	39
<b>4.3 Hasil Penelitian</b>	40
<b>4.3.1 Analisa Deskriptif penelitian</b>	40
<b>4.3.1.1 <i>Subjective norm</i></b>	41
<b>4.3.1.2 <i>Perceived usefulness</i></b>	41
<b>4.3.1.3 <i>Perceived ease of use</i></b>	42
<b>4.3.1.4 <i>Intention to use</i></b>	43
<b>4.4 Pengujian Instrumen</b>	43
<b>4.4.1 Uji <i>Measurement(Outer)Model</i></b>	43
<b>4.4.1.1 Uji Validitas</b>	43
<b>4.4.1.2 Uji Realibilitas</b>	43
<b>4.4.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)</b>	46
<b>4.4.2.1 R Square (R2)</b>	46
<b>4.4.3 Uji Hipotesis</b>	47
<b>4.5 Pembahasan</b>	49

<b>4.5.1 Pengaruh <i>Subjective norm</i> terhadap <i>Intention to use e-wallet LinkAja</i></b>	49
<b>4.5.2 Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>Intention to use e-wallet LinkAja</i></b>	50
<b>4.5.3 Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Intention to use e-wallet LinkAja</i></b>	50
<b>BAB V</b>	55
<b>PENUTUP</b>	55
<b>5.1 Kesimpulan</b>	55
<b>5.2 Implikasi hasil penelitian</b>	55
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian</b>	56
<b>5.4 Saran</b>	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	58
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>LAMPIRAN 1</b>	
<b>KUESIONER PENELITIAN</b>	

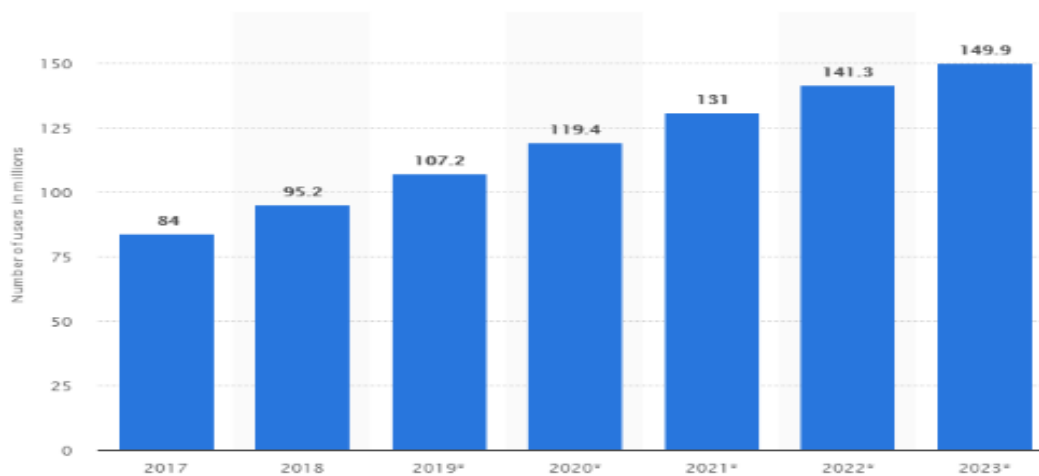
## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang

Pengguna internet berkembang pesat dari waktu ke waktu di seluruh dunia, termasuk di Indonesia (lihat gambar 1). Ini berupa kebutuhan konsumen dalam hal melakukan pembayaran telah mengalami perubahan menuju kepada pembayaran modern yakni *cashless payment*. *Cashless payment* adalah fenomena pertukaran dana yang ditandai dengan adanya penggunaan cek, kartu debit dan kredit, serta metode elektronik dibandingkan dengan penggunaan uang tunai.

**Gambar 1.1 Data pengguna internet di Indonesia**



Sumber : Statista 2019

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dilihat data pengguna internet dari tahun ke tahun , dan dapat kita lihat di tahun 2022 pengguna internet di Indonesia berada di angka 141,3% dan diprediksi akan melambung tinggi di tahun 2023 dengan angka sebesar 149,9%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Di Indonesia telah berkembang sistem pembayaran berbasis online dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*). Sejak tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia telah mencanangkan Gerakan Nasional

Non Tunai (GNNT). Hal ini tidak lain adalah dampak dari perkembangan teknologi yang begitu pesat secara global. Akibatnya, bank swasta maupun negara berlomba-lomba dalam meluncurkan produk mereka. Bank BRI, misalnya, mengeluarkan *e-money* yang diberi nama Brizzi, Bank BNI dengan produknya *Tap Cash*, Bank Mandiri dengan produknya *Mandiri e-money*, dan *Flash & Sakuku* dari BCA, bahkan provider telekomunikasi juga ikut andil dalam mengeluarkan produknya seperti Telkomsel dengan produk andalannya *T-Cash*.

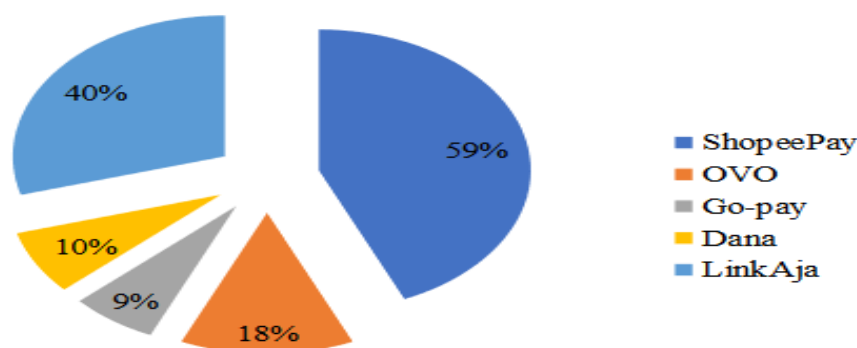
*E-wallet* atau bisa disebut dengan dompet elektronik merupakan salah satu bentuk Fintech (*Finance Technology*) yang memanfaatkan media internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. *e-wallet* muncul menawarkan lebih banyak kemudahan dengan teknologi terkini yang dapat diakses oleh semua kalangan. Indonesia saat ini memiliki generasi millennial, mereka yang kebanyakan remaja telah mengenal dan mengadopsi teknologi. Akses terhadap internet telah dapat dinikmati hampir di setiap kalangan di seluruh penjuru negeri. Hal ini merupakan peluang yang sangat menjanjikan di era industri 4.0 bagi industri perbankan dan *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mereka.

Meskipun pembayaran tunai masih dilakukan, preferensi pembayaran dengan sistem digital sedang populer dan *e-wallet* adalah satu di antaranya yang berpotensi besar di pasar *e-commerce*. *E-commerce* dan *e-money* menjadi partner yang kuat dalam industri 4.0 ini. Kemudahan berbelanja, bertransaksi dan top up saldo menjadi kunci keberhasilan dari kedua produk teknologi ini. Dalam kaitan dengan pembayaran digital pada transaksi *e-commerce*, Menurut Marita (2012:105) menjelaskan bahwa dalam bertransaksi via internet dibutuhkan sebuah prosedur dan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Menurut Mulyasari dkk. (2014:167) menunjukkan bahwa alat pembayaran yang biasanya disediakan dalam bertransaksi pada *e-commerce* mencakup kartu kredit online, dompet digital (*e-wallet*), tunai digital, *stored-valued online*, *digital accumulating*, pembayaran cek digital dan sistem pembayaran *wireless*.

Aplikasi pembayaran elektronik *financial technology* (fintech) yang berkembang saat ini diantaranya Go-Pay, OVO, LinkAja, dan DANA. Dari keempat aplikasi tersebut, LinkAja merupakan aplikasi yang terakhir diluncurkan. LinkAja merupakan transformasi dari gabungan dompet elektronik yang dimiliki oleh beberapa perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diantaranya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (T-Cash), PT Bank Mandiri Tbk (*e-Cash*), PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (T-Bank), dan PT Bank Negara Indonesia Tbk (UnikQu). LinkAja dikembangkan oleh PT Fintek Karya Nusantara dan resmi diluncurkan oleh Kementerian BUMN pada 30 Juni 2019.

Sebagai satu-satunya dompet elektronik milik pemerintah, LinkAja mendapat *privilege* khusus. Layanan yang diberikan oleh LinkAja terintegrasi dengan layanan-layanan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berbagai kemudahan yang diberikan oleh LinkAja dapat meningkatkan persepsi pengguna mengenai kemanfaatan aplikasi LinkAja. Pengguna dapat dengan mudah menempatkan dananya pada aplikasi LinkAja dan dapat dengan mudah melakukan pembayaran produk, transfer uang, maupun melakukan tarik tunai.

**Gambar 1.2 Data *e-wallet* yang membantu dan mempermudah masyarakat di Indonesia**



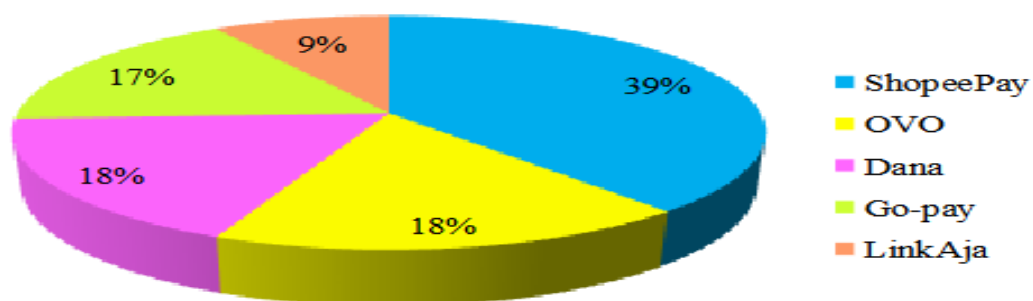
Sumber : Rajasa 2021

Berdasarkan Gambar 1.2 diatas *e-wallet* yang paling membantu dan mempermudah masyarakat Indonesia LinkAja ada di urutan ke 2 dengan 40% dalam hal membantu dan

mempermudah masyarakat Indonesia dan di urutan pertama dipegang oleh ShopeePay dengan 59%, urutan ke 3 dipegang oleh OVO dengan 18% dan seterusnya. Dapat disimpulkan bahwa LinkAja masih kurang dalam hal membantu dan mempermudah masyarakat Indonesia. Digitalisasi ekonomi masa pandemi mencerminkan jual dan beli di pasar tidak lumpuh walau dengan kebijakan *physical distancing*.

Kemajuan teknologi telah membantu dan mempermudah masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan di masa pandemi (Samsiana et al., 2020). Dari Gambar di atas terlihat perkembangan penggunaan *e-wallet* masa pandemi Covid-19 di Indonesia dikuasai oleh lima produk dengan developer terbaik dari masing-masingnya. ShopeePay, OVO, Go-pay, Dana, dan LinkAja telah berhasil menarik minat masyarakat dengan alasan saling membantu dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi di masa pandemi (Rajasa, 2021). Berarti bahwa penggunaan *e-wallet* di masa pandemi Covid-19 di Indonesia adalah meningkat.

**Gambar 1.3 Data keberhasilan dan kepercayaan pengguna *E-wallet***



Sumber : Rajasa 2021

Berdasarkan Gambar 1.3 di atas terlihat perkembangan penggunaan *e-wallet* dalam hal keberhasilan mendapatkan kepercayaan masyarakat Indonesia di masa pandemi Covid-19 di Indonesia dikuasai oleh lima produk dengan developer terbaik dari masing-masingnya. ShopeePay, OVO, Go-pay, Dana, dan LinkAja telah berhasil mendapat kepercayaan masyarakat

dalam bertransaksi di masa pandemi (Rajasa, 2021). Terlihat dari gambar diatas Linkaja ada di urutan terakhir dengan 9% Sedangkan di urutan pertama dipegang oleh shopeepay dengan 39%, dapat disimpulkan bahwasanya masih rendahnya kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap *e-wallet* LinkAja. sebagai negara *emerging market* telah mampu bersaing dalam melahirkan inovasi dalam sistem pembayaran digitalisasi ekonomi. Pembayaran konvensional menuju *online*. Selama pandemi Covid-19 Indonesia tidak lumpuh aktivitas ekonomi yang dibuktikan tetap terjadi jual dan beli di pasar namun dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan menggunakan sistem pembayaran digital (*e-wallet*). Potensi besar yang dimiliki Indonesia dalam ekspansi pasar pada *e-commerce* dan inovasi *e-wallet* yang sudah diterima oleh masyarakat. Populasi yang tinggi bukan merupakan hambatan namun menjadi peluang lahirnya unit-unit usaha dan atau industri kecil yang berperan di dalam *e-commerce* sehingga berkontribusi pada peningkatan laju pertumbuhan ekonomi domestik.

Niat untuk menggunakan (*Intention to Use*) didefinisikan sebagai bentuk keinginan seseorang untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa tertentu yang dianggap sesuai antara motif penggunaan dengan atribut atau karakteristik produk dan jasa yang dapat dipertimbangkan. *Intention to Use* dapat dilihat dari perilaku seseorang terhadap objek tersebut seperti, adanya keinginan untuk menambah atribut pendukung, adanya motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi orang lain untuk menggunakan (Pratiwi, 2014).

Salah satu variabel yang mempengaruhi *Intention to Use* yaitu norma subyektif (*Subjective norm*) pada dasarnya adalah dampak sosial yang dibuat oleh seseorang yang memiliki hubungan terdekat (keluarga, teman, kolega,dll) yang mungkin memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan. Secara teoritis, norma subyektif mempengaruhi



minat melakukan tindakan tertentu (Ajzen, 2002; Liao,et.al., 2007) dalam penelitian ini niat perilaku ditunjukkan oleh niat menggunakan aplikasi LinkAja.

Selain *Subjective norm*, *Perceived usefulness* juga ditemukan mempengaruhi *Intention to Use*. *Perceived Usefulness* menjadi satu dari antara dua determinan yang dianggap sangat penting dari banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan *system*. Karena hal yang pertama kali mempengaruhi seseorang untuk cenderung menggunakan atau tidak menggunakan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana mereka percaya bahwa hal tersebut akan membantu mereka dalam kinerjanya. Secara singkat, *Perceived Usefulness* merujuk pada persepsi seseorang mengenai hasil akhir atau pengalaman yang didapatkan. Dalam studi sebelumnya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki hubungan positif dengan niat dalam menggunakan (*Intention to Use*) layanan atau dengan penyedia layanan seluler (Abbas dan Hamdy, 2015).

Selain itu variabel yang mempengaruhi *Intention to use* ialah *Perceived ease of use*. merupakan determinan kedua yang dianggap sangat penting dari banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan *system*. Hal ini dikarenakan jika hanya mengacu pada *Perceived Usefulness* yang merupakan kegunaan atau manfaat yang dirasakan namun teknologi tersebut terlalu sulit untuk digunakan maka akan muncul persepsi bahwa manfaat kinerja dari penggunaan teknologi tidak sebanding dengan upaya menggunakan teknologi. Pada *Perceived ease of use* ini lebih menekankan pada sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari usaha, sehingga menurut penelitian terdahulu, pengguna akan lebih memilih untuk menggunakan teknologi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada teknologi lain. Dalam sebuah studi, menunjukkan bahwa *Perceived ease of use* berhubungan positif dengan minat untuk menggunakan untuk kedepannya (berlanjut) (Chiu dan Wang, 2008).

Berdasarkan fenomena yang terjadi dapat dilihat dari survei awal *Intention to Use* LinkAja pada penelitian saya, penulis ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh *Intention to Use* LinkAja ditinjau dari *Subjective norm*, *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* yang ditulis dalam judul :“**PENGARUH SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP INTENTION TO USE LINKAJA**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan persepsi konsumen pengguna *E-wallet* LinkAja melalui pengujian empiris variable *Subjective norm*, *Perceived usefulness* , *Perceived ease of use* terhadap *Intention to Use*.

## **1.3 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Subjective norm* berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi LinkAja ?
2. Untuk mengetahui apakah *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi LinkAja ?
3. Untuk mengetahui apakah *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi LinkAja ?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk

menganalisa pengaruh *Subjective norm*, *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap *Intention to Use* aplikasi LinkAja.

## 2. Bagi Akademis

Hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai acuan alat replikasi bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik untuk membahas permasalahan yang sama dengan peneliti saat ini.

## 3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengetahuan tersendiri bagi penulis dan dapat menjadi pedoman serta bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, bila ingin mengupas persoalan mengenai pengaruh *Subjective norm*, *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap *Intention to Use* LinkAja.