

[Factors Determining The Adoption and Recommendation of Digital Wallets in Indonesia = Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adopsi dan Rekomendasi Dompet Digital di Indonesia , Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adopsi dan Rekomendasi Dompet Digital di Indonesia = Factors Determining The Adoption and Recommendation of Digital Wallets in Indonesia]

Difa Adji Novranda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555539&lokasi=lokal>

Abstrak

[Perkembangan teknologi yang berkelanjutan telah mengubah cara orang melakukan transaksi keuangan mereka dengan kehadiran instrumen pembayaran mobile, yang telah menciptakan alternatif pembayaran selain dari uang tunai. Sebagai salah satu jenis instrumen pembayaran mobile, dompet digital memiliki masa depan yang cerah untuk menjadi metode pembayaran yang banyak digunakan di masyarakat, didukung oleh fakta bahwa Bank Indonesia membuat kampanye untuk mendukung negara menjadi less cash society, serta kemajuan dan kemunculan layanan yang canggih. Dengan cakupan 72% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia, dompet digital terbukti menjadi salah satu sistem pembayaran yang paling berkembang dibandingkan instrumen lainnya. Dengan penyedia menjadi semakin kompetitif, penelitian tentang dompet digital akan sangat menarik bagi para stakeholders. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami adopsi dan rekomendasi instrumen dompet digital di Indonesia. Penelitian ini menerapkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dengan perpanjangan teori Diffusion of Innovation (DOI), bersama dengan gamifikasi sebagai variabel moderator. Penelitian ini mampu memperoleh 308 responden yang saat ini tinggal di Indonesia yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner online. Analisis dilakukan menggunakan metode partial least square method dari structural equation modelling dan diuji menggunakan SmartPLS 3. Temuan ini menunjukkan bahwa performance expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, innovativeness, dan compatibility memiliki efek yang signifikan terhadap niat seseorang untuk menggunakan instrumen dompet digital. Selain itu, behavioral intention to adopt memiliki efek yang signifikan terhadap intention to recommend instrumen dompet digital kepada orang lain. Namun, ditemukan bahwa gamification tidak memiliki efek moderasi terhadap niat seseorang untuk merekomendasikan instrumen dompet digital. Bagi penyedia, penelitian ini memberikan pemahaman tentang konstruksi utama sangat penting untuk merancang, memperbaiki, dan mengimplementasikan layanan dompet digital, aplikasi, dan produk yang mencapai penerimaan konsumen yang tinggi, nilai, dan tingkat rekomendasi positif yang tinggi di jejaring sosial.

.....The continuous development of technology has changed the way people conduct their financial transactions with the presence of mobile payment instruments, which has created a payment alternative aside from cash. As one of the types of mobile payment instruments, digital wallet has a bright future ahead to become the extensively used method of payment in the society, supported by the fact that the Central Bank of Indonesia created a campaign to support the country to become a less cash society, as well as the constant advancement and emergence of sophisticated services. With a coverage of 72% of total electronic money transactions in Indonesia, digital wallet was proven to be the one of the most emerging payment systems compared to other instruments. With providers becoming increasingly competitive, research on digital

wallets will be of great commercial interest to stakeholders. Hence, the aim of this study is to understand the adoption and recommendation of digital wallet instruments in Indonesia. This research applied the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) with the extension of Diffusion of Innovation (DOI) theory, alongside with the gamification as the moderating variables. The research was able to obtain 308 respondents that currently reside in Indonesia that was gathered through the distribution of an online questionnaire. The analysis was conducted using the partial least square method of the structural equation modelling and was tested using SmartPLS 3. The findings show that performance expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, innovativeness, and compatibility have a significant effect towards an individual's intention to use digital wallet instruments. Moreover, behavioral intention to adopt digital wallet has a significant effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments to others. However, it was found that gamification does not have a moderating effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments. For providers, this study provides that understanding of the key constructs is crucial to design, refine, and implement digital wallet services, applications, and products that achieve high consumer acceptance, value, and high rates of positive recommendations in social networks.

Perkembangan teknologi yang berkelanjutan telah mengubah cara orang melakukan transaksi keuangan mereka dengan kehadiran instrumen pembayaran *mobile*, yang telah menciptakan alternatif pembayaran selain dari uang tunai. Sebagai salah satu jenis instrumen pembayaran *mobile*, dompet digital memiliki masa depan yang cerah untuk menjadi metode pembayaran yang banyak digunakan di masyarakat, didukung oleh fakta bahwa Bank Indonesia membuat kampanye untuk mendukung negara menjadi *less cash society*, serta kemajuan dan kemunculan layanan yang canggih. Dengan cakupan 72% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia, dompet digital terbukti menjadi salah satu sistem pembayaran yang paling berkembang dibandingkan instrumen lainnya. Dengan penyedia menjadi semakin kompetitif, penelitian tentang dompet digital akan sangat menarik bagi para *stakeholders*. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami adopsi dan rekomendasi instrumen dompet digital di Indonesia. Penelitian ini menerapkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dengan perpanjangan teori Diffusion of Innovation (DOI), bersama dengan gamifikasi sebagai variabel moderator. Penelitian ini mampu memperoleh 308 responden yang saat ini tinggal di Indonesia yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner online. Analisis dilakukan menggunakan metode *partial least square method* dari *structural equation modelling* dan diuji menggunakan SmartPLS 3. Temuan ini menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *innovativeness*, dan *compatibility* memiliki efek yang signifikan terhadap niat seseorang untuk menggunakan instrumen dompet digital. Selain itu, *behavioral intention to adopt* memiliki efek yang signifikan terhadap *intention to recommend* instrumen dompet digital kepada orang lain. Namun, ditemukan bahwa *gamification* tidak memiliki efek moderasi terhadap niat seseorang untuk merekomendasikan instrumen dompet digital. Bagi penyedia, penelitian ini memberikan pemahaman tentang konstruksi utama sangat penting untuk merancang, memperbaiki, dan mengimplementasikan layanan dompet digital, aplikasi, dan produk yang mencapai penerimaan konsumen yang tinggi, nilai, dan tingkat rekomendasi positif yang tinggi di jejaring sosial.

The continuous development of technology has changed the way people conduct their financial transactions with the presence of mobile payment instruments, which has created a payment alternative aside from cash. As one of the types of mobile payment instruments, digital wallet has a bright future ahead to become the extensively used method of payment in the society, supported

by the fact that the Central Bank of Indonesia created a campaign to support the country to become a less cash society, as well as the constant advancement and emergence of sophisticated services. With a coverage of 72% of total electronic money transactions in Indonesia, digital wallet was proven to be the one of the most emerging payment systems compared to other instruments. With providers becoming increasingly competitive, research on digital wallets will be of great commercial interest to stakeholders. Hence, the aim of this study is to understand the adoption and recommendation of digital wallet instruments in Indonesia. This research applied the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) with the extension of Diffusion of Innovation (DOI) theory, alongside with the gamification as the moderating variables. The research was able to obtain 308 respondents that currently reside in Indonesia that was gathered through the distribution of an online questionnaire. The analysis was conducted using the partial least square method of the structural equation modelling and was tested using SmartPLS 3. The findings show that performance expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, innovativeness, and compatibility have a significant effect towards an individual's intention to use digital wallet instruments. Moreover, behavioral intention to adopt digital wallet has a significant effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments to others. However, it was found that gamification does not have a moderating effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments. For providers, this study provides that understanding of the key constructs is crucial to design, refine, and implement digital wallet services, applications, and products that achieve high consumer acceptance, value, and high rates of positive recommendations in social networks.

Perkembangan teknologi yang berkelanjutan telah mengubah cara orang melakukan transaksi keuangan mereka dengan kehadiran instrumen pembayaran *mobile*, yang telah menciptakan alternatif pembayaran selain dari uang tunai. Sebagai salah satu jenis instrumen pembayaran *mobile*, dompet digital memiliki masa depan yang cerah untuk menjadi metode pembayaran yang banyak digunakan di masyarakat, didukung oleh fakta bahwa Bank Indonesia membuat kampanye untuk mendukung negara menjadi *less cash society*, serta kemajuan dan kemunculan layanan yang canggih. Dengan cakupan 72% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia, dompet digital terbukti menjadi salah satu sistem pembayaran yang paling berkembang dibandingkan instrumen lainnya. Dengan penyedia menjadi semakin kompetitif, penelitian tentang dompet digital akan sangat menarik bagi para *stakeholders*. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami adopsi dan rekomendasi instrumen dompet digital di Indonesia. Penelitian ini menerapkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dengan perpanjangan teori Diffusion of Innovation (DOI), bersama dengan gamifikasi sebagai variabel moderator. Penelitian ini mampu memperoleh 308 responden yang saat ini tinggal di Indonesia yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner online. Analisis dilakukan menggunakan metode *partial least square method* dari *structural equation modelling* dan diuji menggunakan SmartPLS 3. Temuan ini menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *innovativeness*, dan *compatibility* memiliki efek yang signifikan terhadap niat seseorang untuk menggunakan instrumen dompet digital. Selain itu, *behavioral intention to adopt* memiliki efek yang signifikan terhadap *intention to recommend* instrumen dompet digital kepada orang lain. Namun, ditemukan bahwa *gamification* tidak memiliki efek moderasi terhadap niat seseorang untuk merekomendasikan instrumen dompet digital. Bagi penyedia, penelitian ini memberikan pemahaman tentang konstruksi utama sangat penting untuk merancang, memperbaiki, dan mengimplementasikan layanan dompet digital, aplikasi, dan produk yang mencapai

penerimaan konsumen yang tinggi, nilai, dan tingkat rekomendasi positif yang tinggi di jejaring

sosial.

The continuous development of technology has changed the way people conduct their financial transactions with the presence of mobile payment instruments, which has created a payment alternative aside from cash. As one of the types of mobile payment instruments, digital wallet has a bright future ahead to become the extensively used method of payment in the society, supported by the fact that the Central Bank of Indonesia created a campaign to support the country to become a less cash society, as well as the constant advancement and emergence of sophisticated services. With a coverage of 72% of total electronic money transactions in Indonesia, digital wallet was proven to be the one of the most emerging payment systems compared to other instruments. With providers becoming increasingly competitive, research on digital wallets will be of great commercial interest to stakeholders. Hence, the aim of this study is to understand the adoption and recommendation of digital wallet instruments in Indonesia. This research applied the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) with the extension of Diffusion of Innovation (DOI) theory, alongside with the gamification as the moderating variables. The research was able to obtain 308 respondents that currently reside in Indonesia that was gathered through the distribution of an online questionnaire. The analysis was conducted using the partial least square method of the structural equation modelling and was tested using SmartPLS 3. The findings show that performance expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, innovativeness, and compatibility have a significant effect towards an individual's intention to use digital wallet instruments. Moreover, behavioral intention to adopt digital wallet has a significant effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments to others. However, it was found that gamification does not have a moderating effect towards an individual's intention to recommend digital wallet instruments. For providers, this study provides that understanding of the key constructs is crucial to design, refine, and implement digital wallet services, applications, and products that achieve high consumer acceptance, value, and high rates of positive recommendations in social networks.