JURNAL ILMIAH SISTEM INFORMASI (JUSI)
VOL 4, No. 3, November 2025, pp. 288 - 301
p-ISSN : 2803-1507 (media cetak) | e-ISSN : 2803-1531 (media online)
Link Publikasi: https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JUISI/issue/view/151

User Satisfaction and Technology Adoption of PayPal in Indonesia: A UTAUT2-Based SEM-PLS Approach

Cindy Fitri Laksono*[1], Ribas Satria Maulana[2]
[1,2] Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Gunung Anyar, 60224, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
e-mail*[1]: 23082010115@student.upnjatim.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 25-06-2025
Revised: 05-07-2025
Accepted: 30-07-2025
Published: 25-11-2025

ABSTRACT

Technological developments and globalization encourage people to develop in the transaction process. Now, conventional technology is starting to be abandoned and switched to a digitalization system, thus strengthening the balance of trade on an international scale. As one of the global e-wallets, PayPal offers convenience in cross-border transactions, but there are not many studies that specifically evaluate the level of satisfaction of Indonesian users in the application of this service. This research focuses on analyzing the level of satisfaction of using PayPal in Indonesia in cross-border transactions and examining technology acceptance factors with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) method. Data were collected through distributing questionnaires to active PayPal users in Indonesia and analyzed quantitatively using structural regression methods (SEM/PLS). The results showed that perceived ease of use, usefulness, and trust have a significant influence on user satisfaction. In addition, UTAUT 2 variables such as performance expectations, effort expectations, social influence, and hedonic value also contribute to forming positive perceptions of using PayPal. The findings are expected to contribute to the development of an international digital payment system that is more responsive to the needs of users in Indonesia.

Keywords: *Digital Wallet, International Transaction, PayPal.*

Abstrak

Perkembangan teknologi dan globalisasi mendorong masyarakat untuk berkembang dalam proses transaksi. Kini, teknologi konvensional mulai ditinggalkan dan beralih ke sistem digitalisasi, sehingga lebih menguatkan neraca perdagangan dalam skala internasional. Sebagai salah satu e-wallet global, PayPal memberikan kemudahan dalam bertransaksi lintas negara, namun belum banyak penelitian yang secara spesifik mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna Indonesia dalam aplikasi layanan ini. Penelitian ini berfokus pada analisis tingkat kepuasan penggunaan PayPal di Indonesia dalam transaksi lintas negara serta mengkaji faktor-faktor penerimaan teknologi berdasarkan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aktif PayPal di Indonesia dan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode regresi struktural (SEM/PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, variabel-variabel UTAUT 2 seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan nilai hedonis turut berkontribusi dalam membentuk persepsi

DOI: https://doi.org/10.51903/c962xq65

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

positif terhadap penggunaan PayPal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan sistem pembayaran digital berskala internasional yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna di Indonesia. Perkembangan teknologi dan globalisasi mendorong masyarakat untuk berkembang dalam proses transaksi. Kini, teknologi konvensional mulai ditinggalkan dan beralih ke sistem digitalisasi, sehingga lebih menguatkan neraca perdagangan dalam skala internasional. Sebagai salah satu e-wallet global, PayPal memberikan kemudahan dalam bertransaksi lintas negara, namun belum banyak penelitian yang secara spesifik mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna Indonesia dalam aplikasi layanan ini. Penelitian ini berfokus pada analisis tingkat kepuasan penggunaan PayPal di Indonesia dalam transaksi lintas negara serta mengkaji faktor-faktor penerimaan teknologi berdasarkan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aktif PayPal di Indonesia dan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode regresi struktural (SEM/PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, variabel-variabel UTAUT 2 seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan nilai hedonis turut berkontribusi dalam membentuk persepsi positif terhadap penggunaan PayPal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan sistem pembayaran digital berskala internasional yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna di Indonesia.
Kata Kunci: *Digital Wallet, International Transaction, PayPal.*

1. PENDAHULUAN

Peran teknologi dalam kehidupan manusia semakin berkembang pesat dan telah membawa perubahan signifikan terhadap peradaban dunia, termasuk melalui pemanfaatan internet dalam ranah ekonomi global [1], [2]. Teknologi merubah kebiasaan manusia, dari yang awalnya konvensional, menjadi serba terdigitalisasi [3]. Dompet digital yang dalam istilah lain disebut e-wallet adalah bukti konkrit dari transformasi sistem transaksi. Di Indonesia, penggunaan dompet digital cukup berkembang, aplikasi transaksional lingkup nasional seperti Gopay, Shopeepay, Jago digunakan secara luas oleh masyarakat. Begitu juga dengan PayPal, dompet digital yang mampu melakukan pembayaran antar negara.

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh [4] negara-negara berkembang dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi, seperti Indonesia, tetap memiliki tingkat adaptasi yang rendah terhadap perbankan seluler, meskipun layanan perbelanjaan online baik regional maupun internasional memiliki popularitas global dan tren yang meningkat ke arah tersebut. Oleh karena itu, analisis terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PayPal ini menjadi solusi untuk menjawab pertanyaan riset. Seperti contoh, apakah masyarakat mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi ini? Apakah masyarakat merasakan keefektifan dari layanan pembayaran antarnegara berbasis digital ini?. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dikumpulkan sebanyak 430 responden pengguna PayPal representatif dari berbagai daerah di Indonesia. Fokus riset ini berbasis indeks UTAUT 2 dan menggabungkan beberapa metode lain untuk mendapatkan hasil yang paling akurat. Topik utama pada riset ini untuk mengeksplorasi dan evaluasi tingkat penerimaan masyarakat Indonesia pada teknologi e-wallet PayPal dan rekomendasi apa yang bisa diambil untuk peningkatan teknologi perbankan.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan nihilnya riset-riset terdahulu yang dilakukan terkait PayPal, acuan dari artikel ini berdasarkan pada riset yang masih berkaitan seperti evaluasi pada shopeepay, gopay, dan BCA mobile banking. Penelitian sebelumnya [5], [6], [7], [8], [9] mencoba menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap, dan niat untuk menggunakan memengaruhi bagaimana layanan pembayaran digital di berbagai e-wallet di Indonesia. Variabel perceived usefulness (PU), ease of use (PEOU), dan trust adalah parameter utama, sedangkan produktivitas freelancer menjadi parameter sekunder penelitian ini. Beberapa jurnal nasional dan internasional bereputasi digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan Warp Partial Least Squares seri ke lima (WarpPLS 5.0). Berdasarkan temuan yang diperoleh, faktor- faktor seperti persepsi kegunaan, kemudahan dalam penggunaan, sikap pengguna, serta niat untuk menggunakan, terbukti memberikan dampak positif terhadap penggunaan layanan secara aktual [10]. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap, serta pengaruh sikap terhadap niat menggunakan, ternyata dipengaruhi oleh produktivitas. Sebaliknya, pengaruh kegunaan terhadap sikap, tidak terpengaruh oleh faktor produktivitas. Dapat dikatakan bahwa pengaruh parameter sekunder cukup signifikan terhadap variabel utama. Penelitian

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan kebiasaan penggunaan PayPal, dompet digital internasional yang dikenal oleh kalangan freelancer di Indonesia. Berdasarkan fenomena yang terjadi di bulan Juli tahun 2022, ditemukan adanya penurunan jumlah pengguna akibat pembatasan izin yang diterapkan Indonesia terhadap aplikasi PayPal, serta potensi penipuan seperti jual beli saldo sehingga diperlukan kajian lebih mendalam mengenai fenomena ini. Analisis data menggunakan metode kuantitatif SEM-PLS dari hasil survey sebanyak 430 responden yang telah didapatkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kebiasaan dan pengaruh sosial lebih kuat mendorong intensi penggunaan, dibanding motivasi hedonis atau ekspektasi performa sesuatu yang juga tampak pada penggunaan PayPal oleh freelancer Indonesia, yang mengedepankan fungsi dan efisiensi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*

Model kerangka teori yang dikembangkan oleh [11], [12] UTAUT 2 merupakan penyempurnaan dari teori penerimaan teknologi sebelumnya dengan menambahkan unsur motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan pengguna. Pendekatan ini menyoroti bahwa faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, usaha yang diperlukan, pengaruh sosial, serta kondisi pendukung sangat berperan dalam membentuk niat dan perilaku nyata masyarakat dalam memanfaatkan teknologi. Selain itu, karakteristik personal seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman turut memoderasi hubungan antar variabel tersebut. Model ini telah banyak digunakan untuk menganalisis serta memprediksi adopsi teknologi di berbagai bidang, seperti layanan keuangan digital, aplikasi seluler, dan sistem informasi [13], [14].

2.2. *Financial Technology*

Financial technology (fintech) merujuk pada penggunaan inovasi teknologi untuk meningkatkan layanan keuangan [15], [16], [17]. Fintech mencakup berbagai sektor seperti pembayaran digital, pinjaman peer-to-peer (P2P), investasi online, asuransi berbasis digital (insurtech), hingga sistem pembayaran lintas negara seperti PayPal. Berdasarkan data yang diperoleh dari website Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2021, pertumbuhan fintech di Indonesia meningkat pesat seiring meningkatnya penetrasi internet dan smartphone.

2.3. *Perumusan Hipotesis*

Hipotesis pertama dirumuskan berdasarkan kerangka UTAUT yang menjelaskan tentang performance expectancy atau persepsi pengguna terhadap performa teknologi tersebut. Persepsi tersebut diantaranya tingkat keandalan, efektifitas, dan kemanjuran. Maka dari hal tersebut, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1. *Performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention dalam penggunaan PayPal oleh freelancer di Indonesia.*

Hipotesis kedua berdasarkan pada effort expectancy. Hal ini merujuk pada tingkat kesulitan dalam menggunakan teknologi, Pada dasarnya, pengoperasian yang mudah akan membuat pengguna lebih terbantu dibandingkan konfigurasi yang rumit. Hal ini didukung oleh hasil artikel yang ditulis oleh [6] mengenai penggunaan mobile banking di Spanyol, ditemukan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan menjadi faktor pendorong utama. Pengguna cenderung menerima layanan FinTech ketika mereka merasa teknologi tersebut tidak memerlukan upaya besar dan memberikan kenyamanan dalam mengelola aktivitas keuangan.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H2. *Effort expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention dalam penggunaan PayPal oleh freelancer di Indonesia.*

Hipotesis ketiga berhubungan dengan social influence. Hal ini berkaitan dengan faktor eksternal yang mempengaruhi individu untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Social influence menjadi faktor penting ketika individu melihat bahwa orang-orang terdekat atau berpengaruh dalam lingkungan sosial mereka—seperti teman, rekan kerja, atau keluarga—mendukung dan memiliki pandangan positif terhadap penggunaan suatu teknologi. Dukungan ini bisa mempengaruhi keputusan individu untuk mulai menggunakan teknologi tersebut [18], [19]. Di jaman sekarang ini, pengaruh sosial juga bisa disalurkan melalui media sosial seperti Tiktok, Instagram, dll, sehingga dapat dengan kuat mempengaruhi individu dalam memutuskan untuk menggunakan teknologi. Hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

H3. *Social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention dalam penggunaan PayPal oleh freelancer di Indonesia.*

Perceived risk adalah persepsi individu terhadap potensi kerugian dari keputusan atau penggunaan produk, seperti risiko finansial, psikologis, sosial, atau fisik. Dalam pemasaran, risiko yang tinggi sering membuat konsumen ragu atau menunda pembelian. Menurut [20], [21], [22] adopsi teknologi perbankan dan pembayaran seluler terhambat oleh kekhawatiran keamanan, termasuk risiko peretasan, sehingga pandangan konsumen terhadap keamanan sangat memengaruhi penggunaan teknologi tersebut. Berdasarkan kalimat tersebut, gagasan dari hipotesis keempat berbunyi:

H4. *Perceived risk berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan PayPal untuk transaksi internasional di Indonesia.*

Hipotesis kelima adalah perceived regulatory support. Perceived Regulatory Support Hypothesis dalam konteks penggunaan aplikasi mobile wallet seperti PayPal di Indonesia merujuk pada keyakinan konsumen bahwa kerangka regulasi yang ada mampu memberikan perlindungan hukum, keamanan transaksi, dan kejelasan operasional bagi penyedia layanan keuangan digital. Menurut [23], [24], [25] menyatakan bahwa kepercayaan terhadap dukungan regulasi dianggap sebagai elemen krusial dalam mendorong adopsi pembayaran digital, di mana adanya regulasi yang jelas berfungsi untuk mengurangi potensi risiko yang timbul dari transaksi digital di Indonesia. Meskipun Bank Indonesia dan OJK telah mengeluarkan regulasi terkait sistem pembayaran dan perlindungan data pribadi, masih terdapat tantangan dalam implementasi dan pemahaman konsumen terhadap regulasi tersebut. Kekhawatiran akan potensi risiko seperti penipuan, kebocoran data, dan ketidakpastian hukum dapat menghambat adopsi mobile wallet. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen terhadap dukungan regulasi yang kuat dan transparan menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi aplikasi mobile wallet seperti PayPal di Indonesia.

H5. *Perceived regulatory support berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan (continuance intention) PayPal di Indonesia.*

Perceived reputation PayPal di Indonesia mengacu pada persepsi konsumen terhadap citra dan kredibilitas PayPal sebagai layanan pembayaran digital. Meskipun PayPal dikenal aman dan terpercaya secara global, reputasinya di Indonesia dipengaruhi oleh tantangan lokal seperti masalah layanan dan regulasi, termasuk pemblokiran sementara oleh pemerintah pada 2022 karena belum mendaftar sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE). Keluhan tentang layanan pelanggan yang kurang responsif juga memengaruhi persepsi konsumen. Namun, PayPal tetap populer untuk transaksi internasional karena kemudahan akses dan perlindungan transaksi yang ditawarkan. Dengan demikian, reputasi PayPal di Indonesia merupakan hasil dari kombinasi keunggulan global dan kendala lokal.

H6. *Perceived reputation berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan berkelanjutan (continuance intention) PayPal sebagai layanan transaksi digital di Indonesia.*

Hipotesis ketujuh adalah service quality. Hal ini merujuk pada persepsi konsumen terhadap sejauh mana layanan yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Faktor-faktor yang menentukan kualitas layanan meliputi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik dari layanan tersebut. Keandalan mencakup kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan konsisten dan akurat, sementara ketanggapan berkaitan dengan seberapa cepat dan efektif penyedia layanan merespons kebutuhan dan masalah pelanggan. Jaminan melibatkan pengetahuan dan sikap profesional staf yang meningkatkan rasa aman dan percaya diri konsumen, sedangkan empati menunjukkan sejauh mana penyedia layanan memahami dan memperhatikan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan yang baik berkontribusi pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan mendorong rekomendasi positif.

H7. *Service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan PayPal di Indonesia.*

Hipotesis kedelapan berkaitan dengan behavioral intentions. Merujuk kepada kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem di masa depan, yang muncul dari sikap, persepsi, dan eyakinannya terhadap teknologi tersebut. Banyak riset yang telah membuktikan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi finansial, termasuk dompet digital. Seperti pada artikel yang ditulis oleh [26], [27] menyatakan bahwa Niat individu untuk menggunakan teknologi memiliki

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

pengaruh yang kuat terhadap keputusan aktual dalam memanfaatkan layanan FinTech. Dengan kata lain, niat ini menjadi indikator awal yang menentukan apakah seseorang benar-benar akan menggunakan teknologi tersebut. Hipotesis kedelapan adalah sebagai berikut:

H8. *Behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual PayPal sebagai layanan transaksi digital di Indonesia.*

Hipotesis kesembilan adalah technological readiness. Dalam konteks penggunaan PayPal di Indonesia, khususnya oleh freelancer, technological readiness mencerminkan kepercayaan diri pengguna dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan fitur-fitur digital yang ditawarkan platform. Semakin tinggi kesiapan teknologi seseorang—yang mencakup optimisme, inovativitas, kenyamanan, dan ketidakamanan—semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan PayPal sebagai alat transaksi internasional. Di Indonesia, faktor ini menjadi krusial mengingat variasi tingkat literasi digital dan akses teknologi antar pengguna, sehingga technological readiness dapat menjadi indikator penting dalam menganalisis seberapa cepat dan luas adopsi PayPal berkembang di kalangan pekerja digital. Hipotesis kesembilan adalah sebagai berikut:

H9*. Technological readiness berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan PayPal sebagai layanan transaksi digital di Indonesia.*

3. METODOLOGI PENELITIAN

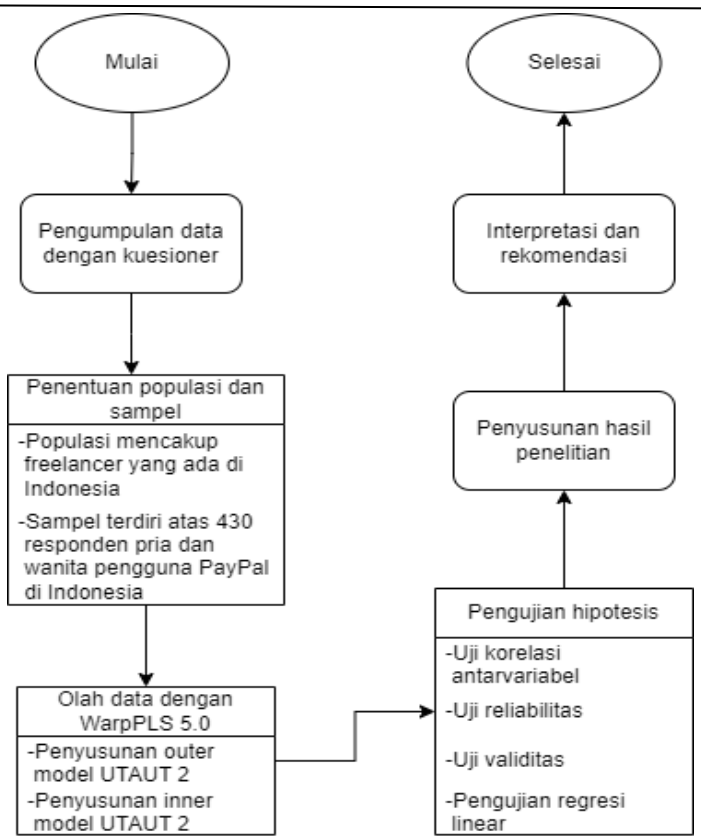
Metode penelitian ini diawali dengan tahap studi literatur, yang bertujuan untuk mengidentifikasi serta menghimpun landasan teori yang relevan dari berbagai sumber terpercaya seperti buku akademik, jurnal ilmiah, dan publikasi terdahulu. Langkah ini dilakukan guna memperkuat dasar konseptual dan kerangka berpikir dalam penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya, peneliti merancang dan menyusun instrumen penelitian, yang mencakup identifikasi variabel-variabel utama, indikator pengukuran, serta perumusan hipotesis berdasarkan teori yang telah dikaji sebelumnya. Instrumen tersebut disusun dalam bentuk kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data.

Proses pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi PayPal di berbagai wilayah di Indonesia. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat mewakili populasi yang diteliti. Setelah data diperoleh, dilakukan penentuan populasi dan penarikan sampel secara sistematis, diikuti oleh proses pengolahan dan analisis data menggunakan perangkat lunak WarpPLS, yang menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Melalui analisis ini, peneliti mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model yang telah dibangun, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil dari pengolahan dan analisis data ini kemudian ditafsirkan secara komprehensif untuk menjawab rumusan masalah, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi PayPal oleh konsumen di Indonesia.

3.1 *Penyusunan Kuesioner*

Kuesioner ditulis berdasarkan kerangka UTAUT 2 yang diantaranya membahas tentang *performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk, perceived reputation*, dll. Masing masing hipotesis tersebut diberikan sebanyak 4 pertanyaan, total variabel sebanyak delapan sehingga terdapat total 80 pertanyaan dalam kuesioner. Dibawah ini adalah gambar dari urutan penyusunan kuesioner:

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531



Gambar 1. Diagram Susunan Penelitian

3.2 *Uji Sampel dan Populasi*

Populasi dalam penelitian ini mencakup individu yang menggunakan smartphone berbasis android maupun ios di Indonesia. Dari total populasi yang berjumlah 451 orang, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 212 responden, yang diperoleh menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Berikut ini adalah pengujian berdasarkan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N \times e^2) \quad (1)$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Populasi dengan jumlah 451 orang

e = Margin of error dengan nilai 0.05

3.3 *Analisis Data dengan WarpPLS 5.0*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) versi 3.0. Analisis ini bertujuan untuk memperoleh nilai t- statistik, di mana hipotesis akan dinyatakan diterima apabila nilai t tersebut melebihi angka 1,645, sesuai dengan taraf signifikansi 0,05 (one-tailed test).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 *Gap Penelitian dan Novelty*

Dalam penelitian yang digagas sebelumnya, Sebagian besar analisis dilakukan terhadap mobile banking multinasional. Dalam konteksnya seperti artikel yang ditulis oleh [28], [29], [30] menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel UTAUT terhadap perilaku pengguna BSI Mobile di Kota Surabaya.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), dan Facilitating Conditions (FC) mempengaruhi Minat (Behavioral Intention) dan Perilaku aktual (Use Behavior) dalam penggunaan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PE, EE, dan SI berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan FC dan minat berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Model dinyatakan valid dan reliabel berdasarkan nilai AVE > 0,5 dan Cronbach's Alpha > 0,7, serta menunjukkan nilai R^2 sebesar 46,5% untuk minat dan 51,5% untuk perilaku penggunaan.

Nihilnya penelitian di Indonesia yang mengulas tentang tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi mobile banking internasional menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini. Adapula jurnal internasional yang dikutip dari [31], [32], [33], [34] menunjukkan bahwa trust (kepercayaan) dan enjoyment (kenikmatan) merupakan faktor kunci yang secara signifikan memengaruhi kepuasan dan intensi keberlanjutan penggunaan mobile wallet. Selain itu, variabel security features (fitur keamanan) dan identity privacy (privasi identitas) terbukti berpengaruh positif terhadap trust, yang kemudian memperkuat kepuasan pengguna. Confirmation atau konfirmasi terhadap ekspektasi awal pengguna juga berperan penting, karena berdampak langsung pada persepsi kinerja, rasa aman, kenikmatan, dan akhirnya kepuasan. Model struktural yang dibangun dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa aman, percaya, dan menikmati penggunaan mobile wallet cenderung lebih loyal dan memiliki niat kuat untuk terus menggunakannya. Temuan ini memperkuat pentingnya integrasi aspek emosional (enjoyment) dan kognitif (trust dan keamanan) dalam strategi keberlanjutan penggunaan teknologi finansial. Hal yang menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya adalah metodologi dalam artikel ini menggunakan pendekatan UTAUT 2 yang lebih konsisten serta komparasi antara tingkat kepuasan pengguna di Indonesia dan internasional.

4.2 *Statistik Deskriptif*

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

No	Variabel	Mean	Median	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
1	Performance Expectancy (PE)	17.7	18	2.04	4	20
2	Effort Expectancy (EE)	17.6	18	2.0	4	20
3	Social Influence (SI)	17.2	18	2.49	4	20
4	Perceived Risk (PR)	9.3	9	1.88	5	17
5	Price Value (PREP)	17.7	18	2.01	4	20
6	System Quality (SQ)	17.6	18	2.1	5	20
7	Perceived Security (PRS)	17.7	18	2.0	5	20
8	Technological Readiness (TR)	17.7	18	2.17	4	20
9	Behavioral Intention (BI)	17.7	18	2.14	5	20

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Performance Expectancy (PE) menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi, yaitu antara 4.39 hingga 4.47. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa penggunaan PayPal mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka, terutama dalam aktivitas profesional seperti pekerjaan freelance. Persepsi terhadap manfaat kinerja yang tinggi menjadi salah satu pendorong utama dalam niat menggunakan layanan ini. Pada variabel Effort Expectancy (EE), nilai rata-rata berkisar antara 4.39 hingga 4.44 dengan standar deviasi yang relatif kecil. Ini mengindikasikan bahwa pengguna menganggap penggunaan PayPal tidak rumit dan mudah dipelajari. Kemudahan dalam penggunaan antarmuka, proses verifikasi, dan transaksi yang intuitif menjadikan pengalaman pengguna lebih positif.

Social Influence (SI) juga menunjukkan peran yang cukup signifikan, dengan rata-rata nilai antara 4.24 hingga 4.40. Ini mengindikasikan bahwa opini atau pengaruh dari lingkungan sosial—seperti teman, kolega, atau komunitas digital—berkontribusi terhadap keputusan responden untuk menggunakan PayPal. Faktor ini penting, khususnya di kalangan profesional digital yang mengandalkan reputasi dan rekomendasi. Hasil yang lebih variatif muncul dari variabel Perceived Risk (PR), dengan nilai rata-rata yang cukup lebar (1.67–4.08) dan standar deviasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kekhawatiran di kalangan pengguna terhadap aspek keamanan, seperti risiko penipuan, pemblokiran akun, atau jual-beli saldo ilegal yang sempat mencuat di Indonesia.

Preparation/Price Value (PREP) dan Service Quality (SQ) masing-masing memiliki nilai rata-rata tinggi (sekitar 4.35–4.53), menunjukkan bahwa pengguna menilai manfaat dan kualitas layanan PayPal sebagai layak terhadap biaya dan waktu yang dikeluarkan. SQ yang tinggi juga mencerminkan respons sistem yang cepat, fitur yang lengkap, dan stabilitas teknis aplikasi yang baik. Untuk variabel Perceived Regulatory Support (PRS), nilai rata-rata juga tergolong tinggi (4.27–4.52), mencerminkan persepsi positif dari

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

responden terhadap dukungan atau pengawasan yang diberikan oleh pemerintah terhadap operasional PayPal. Ini menunjukkan bahwa rasa aman dalam regulasi dan perlindungan hukum turut mendorong keyakinan dalam penggunaan layanan digital ini. Terakhir, Technological Readiness (TR) dan Behavioral Intention (BI) memiliki skor yang stabil dan tinggi (rata-rata sekitar 4.40–4.46). Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kesiapan mental dan kemampuan teknologis dalam menggunakan layanan digital seperti PayPal, serta memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakannya di masa mendatang.

4.3 *Karakteristik Populasi dan Sampel Responden*

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden
1	Jenis Kelamin	Pria	274
		Wanita	156
2	Usia	<18 tahun	5
		18–24 tahun	206
		25–35 tahun	173
		35–44 tahun	34
		45-54 tahun	12
		>55 tahun	5
3	Waktu penggunaan	1-2 kali	111
		3-4 kali	228
		5-6 kali	78
		Setiap hari	13
4	Durasi Penggunaan Aplikasi	<10 menit	122
		10-30 menit	245
		30-60 menit	52
		>60 menit	11

Dan dibawah ini adalah tabel mengenai nilai Average Variance Extracted (AVE) dari setiap konstruk yang diujikan:

Tabel 3. Nilai AVE

Konstruk	AVE
PE	0.749
EE	0.728
SI	0.769
BI	0.745
TR	0.774
PR	0.759
PREP	0.743

Nilai AVE pada tabel menunjukkan angka yang tinggi dan berada diatas 0,5. Semua konstruk memenuhi batas ketentuan convergent validity atau mampu menjelaskan konvergensi validitas secara baik.

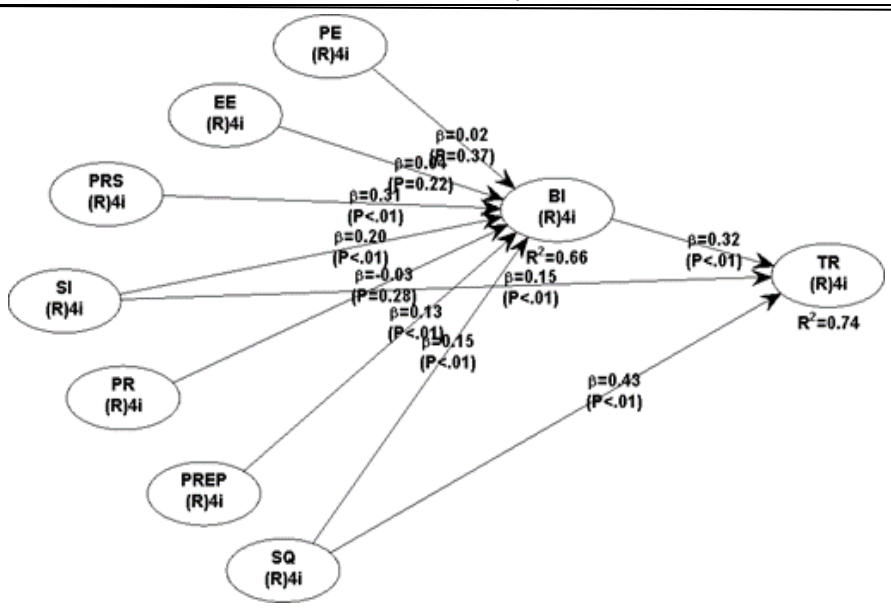
Tabel 4. Nilai Composite Reliability

Konstruk	AVE
PE	0.835
EE	0.818
SI	0.852
PR	0.612
PREP	0.829
SQ	0.846
PRS	0.830
BI	0.830
TR	0.857

Mengacu pada [13], Composite Realibility value dapat dikatakan valid apabila berada diatas 0,7 untuk setiap konstruknya. Nilai CR pada tabel menunjukkan angka yang relatif stabil, sehingga bisa dikatakan hamper semua variabel reliabel untuk diujikan.

4.4 *Outer Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)*

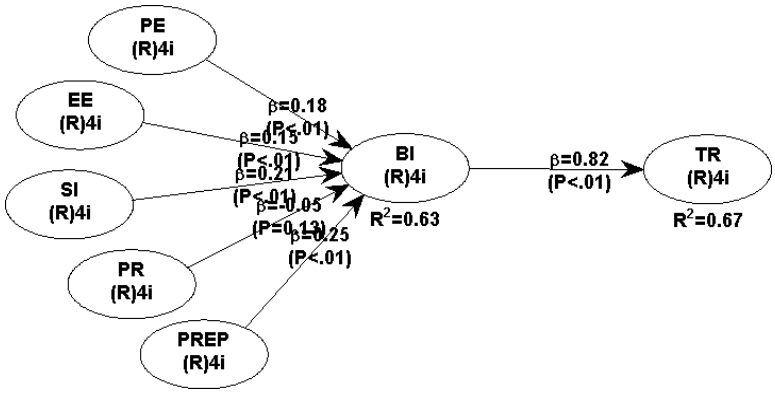
p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531



Gambar 2. Outer Model Variabel Berdasarkan UTAUT 2

Hasil outer model menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0.50 dan composite reliability di atas 0.70, sehingga memenuhi syarat validitas konvergen dan reliabilitas internal. Berdasarkan pedoman dari [35], hal ini menunjukkan bahwa indikator dalam setiap konstruk mampu merepresentasikan konstruknya secara konsisten. Meskipun konstruk PR memiliki composite reliability sebesar 0.612, nilainya masih dapat diterima dalam konteks penelitian eksploratif. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan valid dan reliabel untuk dianalisis lebih lanjut dalam inner model.

4.5 *Inner Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*



Gambar 3. Inner Model Variabel Berdasarkan UTAUT 2

Inner model ini dievaluasi melalui tiga indikator utama, yaitu nilai path coefficient (β), p-value, dan R^2. Nilai β menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antar konstruk, di mana perceived regulatory preparedness (β = 0.25) dan effort expectancy (β = 0.18) memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention (BI), sementara social influence (β = 0.09, p = 0.05) dan perceived risk (β = -0.13, p < 0.01) menunjukkan pengaruh yang lebih rendah. BI juga berpengaruh sangat kuat terhadap trust (TR) dengan β = 0.82 (p < 0.01). Nilai R^2 sebesar 0.63 untuk BI dan 0.67 untuk TR menunjukkan kemampuan prediktif yang baik, karena menurut Hair [35], R^2 di atas 0.50 dianggap cukup hingga kuat. Inner model ini berbeda dari outer model karena fokus pada hubungan antar konstruk laten, bukan antar indikator, dan hasilnya menunjukkan bahwa konstruk dalam model mampu menjelaskan niat dan kepercayaan pengguna terhadap PayPal secara efektif.

4.6 *Korelasi Antarvariabel*

Tabel 5. Korelasi Antarvariabel

	PE	BI	EE	SI	PR	PREP	SQ	PRS	TR

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

PE	0,749	0,718	0,736	0,734	-0,712	0,757	0,764	0,766	0,770
BI	0,718	0,745	0,718	0,711	-0,671	0,732	0,724	0,756	0,771
EE	0,736	0,718	0,728	0,726	-0,726	0,795	0,749	0,735	0,785
SI	0,734	0,711	0,726	0,769	-0,691	0,730	0,712	0,685	0,732
PR	-0,712	-0,671	-0,726	-0,691	0,759	-0,712	-0,722	-0,687	-0,733
PREP	0,757	0,732	0,795	0,730	-0,712	0,743	0,733	0,746	0,783
SQ	0,764	0,724	0,749	0,712	-0,722	0,733	0,761	0,746	0,789
PRS	0,766	0,756	0,735	0,685	-0,687	0,763	0,746	0,742	0,753
TR	0,770	0,771	0,785	0,732	-0,733	0,783	0,789	0,753	0,774

Berdasarkan hasil tabel korelasi, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengguna aplikasi paypal di indonesia sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. *Performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), dan *social influence* (SI) memiliki korelasi positif yang kuat dengan *behavioral intention* (BI), sehingga semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, serta pengaruh sosial, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya, *perceived risk* (PR) menunjukkan hubungan negatif dengan BI, artinya semakin tinggi kekhawatiran pengguna terhadap risiko penggunaan paypal, semakin rendah pula niat mereka untuk memanfaatkannya. Selain itu, faktor lain seperti *perceived preparation* (PREP) dan *perceived security* (PRS) juga memberikan pengaruh positif terhadap BI, yang mengindikasikan bahwa pengguna yang merasa siap dan percaya pada keamanan aplikasi cenderung lebih berminat untuk menggunakannya. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa persepsi terhadap manfaat, kemudahan, pengaruh sosial, serta rasa aman dan kesiapan pengguna sangat berperan dalam membentuk niat untuk menggunakan paypal, sedangkan persepsi risiko justru dapat menjadi faktor penghambat.

4.7 *Hasil Uji Realibilitas*

Tabel 6. Uji Realibilitas Antarvariabel

Item	Cronbach's α
PE1	0,957
PE2	0,957
PE3	0,957
PE4	0,957
EE1	0,957
EE2	0,957
EE3	0,957
EE4	0,957
SI1	0,958
SI2	0,957
SI3	0,957
SI4	0,957
PREP1	0,956
PREP2	0,958
PREP3	0,957
PREP4	0,957
SQ1	0,957
SQ2	0,957
SQ3	0,957
SQ4	0,957
PRS1	0,958
PRS2	0,957
PRS3	0,957
PRS4	0,957
TR1	0,957
TR2	0,957
TR3	0,956
TR4	0,957

Tabel hasil uji reliabilitas instrumen diatas menunjukkan nilai cronbach α untuk setiap item yang digunakan dalam pengukuran, yang mencakup berbagai variabel seperti PE (*performance expectancy),* EE (*effort expectancy*), SI (*social influence*), PREP (*perceived preparation*), SQ (*service quality*), PRS (*perceived risk*), TR (*technology readiness*), dan BI (*behavioral intention*). Nilai *cronbach's α* mengukur konsistensi internal dari setiap item atau konstruk, yang menunjukkan sejauh mana item-item dalam satu konstruk saling berhubungan dan konsisten dalam mengukur dimensi yang sama. Berdasarkan tabel, hampir semua nilai

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

cronbach's α berada di atas 0.95, yang menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Secara umum, nilai yang lebih tinggi dari 0.7 dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik, dan nilai di atas 0.9 menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Item- item yang memiliki nilai cronbach's α sedikit lebih rendah, seperti PREP 1 (0.956), TR 3 (0.956), dan BI 4 (0.956), tetap berada dalam batas reliabilitas yang sangat baik dan tidak menunjukkan masalah dalam konsistensi internal. Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan untuk menilai PE, EE, SI, dan konstruk lainnya memiliki konsistensi internal yang sangat baik, yang berarti instrumen ini dapat dipercaya untuk mengukur konsep-konsep yang dimaksud secara akurat. Dengan demikian, instrumen ini dapat digunakan dengan keyakinan tinggi untuk penelitian lebih lanjut.

4.8 *Hasil Uji Validitas*

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Indikator	PE1	PE2	PE3	PE4	Jumlah PE
PE1	—	0.384	0.309	0.586	0.754
DF	—	413	413	413	413
P-Value	—	<.001	<.001	<.001	<.001
PE2	0.384	—	0.339	0.465	0.734
DF	413	—	413	413	413
P-Value	<.001	—	<.001	<.001	<.001
PE3	0.309	=0.339	—	0.372	0.682
DF	413	413	—	413	413
P-Value	<.001	<.001	—	<.001	<.001
PE4	0.586	0.465	0.372	—	0.815
DF	413	–413	413	—	413
P-Value	<.001	<.001	<.001	—	<.001
Jumlah PE	0.754	0.734	0.682	0.815	—
DF	413	413	413	413	—
P-Value	<.001	<.001	<.001	<.001	—

Tabel uji validitas yang ditampilkan menunjukkan hasil korelasi Pearson antar indikator Performance Expectancy (PE), yaitu PE1, PE2, PE3, PE4, dan Jumlah PE. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sejauh mana masing-masing item (indikator) berhubungan dengan konstruk Performance Expectancy (PE) secara keseluruhan. Nilai r-hitung yang dihasilkan menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antara setiap item dengan konstruk tersebut. Pada tabel ini, semua nilai r-hitung antar indikator PE menunjukkan hubungan positif yang signifikan, dengan nilai P-Value yang sangat kecil (< 0.001), yang berarti semua hubungan antar item tersebut signifikan secara statistik. Sebagai contoh, hubungan antara PE1 dan PE2 memiliki nilai r = 0.384, antara PE1 dan PE3 sebesar r = 0.309, dan antara PE1 dan PE4 sebesar r = 0.586, yang semuanya menunjukkan korelasi positif yang cukup kuat.

Selain itu, nilai r-hitung untuk Jumlah PE yang dihitung dari rata-rata semua indikator PE juga menunjukkan hubungan yang sangat kuat dengan setiap item, dengan nilai r = 0.754 dengan PE1, r = 0.734 dengan PE2, r = 0.682 dengan PE3, dan r = 0.815 dengan PE4. Nilai P-Value yang lebih kecil dari 0.001 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel ini sangat signifikan, menandakan bahwa indikator- indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk Performance Expectancy. Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur Performance Expectancy (PE) memiliki validitas yang sangat baik karena hubungan antar item dengan konstruk PE sangat signifikan dan konsisten, dengan P-Value yang sangat kecil, yang mendukung kesimpulan bahwa instrumen pengukuran ini valid secara statistik.

Tabel 8. Klasifikasi Validitas Variabel

Indikator	r-hitung	r-tabel	p-value	Kesimpulan
PE1	0.734	0.095	signifikan	Valid
PE2	0.855	0.095	signifikan	Valid
PE3	0.795	0.095	signifikan	Valid
PE4	0.787	0.095	signifikan	Valid

Dari hasil table diatas, konstruk yang mewakili adalah variabel PE, dimana telah dilakukan serangkaian pengujian, didapatkan bahwa dengan responden sebanyak 430 orang dan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, didapatkan r-tabel sebesar 0,095. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh r-hitung yang lebih besar dari r- tabel menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara indikator- indikator Performance Expectancy (PE) dengan konstruk yang diwakili. Hal ini berarti bahwa semua item dalam konstruk PE, yaitu PE1, PE2, PE3, dan PE4, memiliki kemampuan yang valid dalam mengukur konstruk

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

tersebut. Korelasi yang ditemukan pada masing-masing indikator juga menunjukkan bahwa persepsi pengguna mengenai harapan kinerja teknologi (PayPal) sangat berpengaruh pada niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konstruk PE dan indikator-indikatornya memiliki tingkat validitas yang tinggi, dan instrumen yang digunakan untuk mengukurnya dapat dipercaya untuk menggambarkan dimensi Performance Expectancy dalam konteks pengujian penerimaan teknologi.

4.9 *Regresi Linear*

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear

Model	R	R^2
1	0.544	0.296

Berdasarkan hasil analisis regresi linear, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,544. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dengan kekuatan sedang antara variabel-variabel independen yang diteliti—seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan kecepatan layanan—terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan mobile banking PayPal di Indonesia. Artinya, semakin baik persepsi pengguna terhadap aspek-aspek layanan tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,296 mengindikasikan bahwa sebesar 29,6% variasi dalam tingkat kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model. Sementara itu, sisanya sebesar 70,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, meskipun model memiliki kontribusi yang cukup berarti, masih terdapat variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pengguna dan perlu dipertimbangkan dalam penelitian lanjutan.

Tabel 10. Model Koefisien Regresi

Predictor	Estimate	SE	t	p-value
Intercept	1.5668	0.2466	6.35	< .001
BI1	0.0828	0.0476	1.74	0.083
BI2	0.1656	0.0489	3.39	< .001
BI3	0.1574	0.0400	3.94	< .001
BI4	0.2440	0.0471	5.18	< .001

Hasil analisis koefisien regresi pada model PE1 menunjukkan bahwa semua variabel prediktor memberikan kontribusi positif terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan mobile banking PayPal di Indonesia. Nilai *intercept* sebesar 1,5668 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, maka nilai prediksi kepuasan berada pada angka tersebut. Dari keempat indikator perilaku (*behavioral intention*) yang diuji, tiga di antaranya, yaitu BI2, BI3, dan BI4, memiliki nilai *p-value* yang signifikan di bawah 0,001, menunjukkan bahwa pengaruh ketiganya terhadap kepuasan pengguna sangat signifikan secara statistik. BI2 memiliki estimasi koefisien sebesar 0,1656, BI3 sebesar 0,1574, dan BI4 sebesar 0,2440, yang mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi pada aspek- aspek tersebut secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengguna.

Sementara itu, variabel BI1 memiliki nilai *p-value* sebesar 0,083 yang berada di atas ambang signifikansi umum ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh BI1 terhadap kepuasan pengguna tidak signifikan secara statistik dalam model ini. Meskipun demikian, arah pengaruhnya tetap positif dengan koefisien sebesar 0,0828, yang menunjukkan kecenderungan hubungan positif namun lemah. Dengan demikian, model ini menegaskan bahwa sebagian besar indikator perilaku memiliki peran penting dalam menjelaskan variasi tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan PayPal, terutama pada aspek-aspek yang diwakili oleh BI2 hingga BI4.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 *Kesimpulan*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa performance expectancy dan effort expectancy memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku, sehingga pengembang disarankan untuk terus mengoptimalkan fitur yang mendukung produktivitas freelancer serta menjaga antarmuka aplikasi tetap sederhana dan responsif. Meskipun social influence tidak signifikan, promosi berbasis komunitas dan program referensi tetap dapat digunakan untuk meningkatkan adopsi. Temuan terkait perceived risk yang tidak signifikan terhadap kepuasan namun berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan menunjukkan bahwa aspek keamanan tetap penting, sehingga pengembang disarankan menerapkan autentikasi berbasis lokal seperti e-KTP atau

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

biometrik. Pengaruh signifikan dari perceived regulatory support menegaskan perlunya kejelasan status hukum PayPal di Indonesia, sehingga regulator diharapkan memperkuat kerja sama dan perlindungan konsumen. Perceived reputation dan service quality yang berperan penting terhadap keberlanjutan penggunaan menunjukkan pentingnya menjaga reputasi melalui transparansi dan peningkatan kualitas layanan teknis. Selain itu, behavioral intention terbukti memengaruhi penggunaan aktual, sehingga pendekatan berbasis edukasi, insentif, dan pengalaman pengguna awal menjadi strategi penting. Akhirnya, pengaruh technological readiness terhadap niat penggunaan menegaskan perlunya kolaborasi antara pengembang dan pemerintah dalam menyediakan literasi keuangan digital bagi pelaku ekonomi digital seperti freelancer dan UMKM.

5.2 *Saran*

Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, disarankan agar studi kepuasan pengguna PayPal di Indonesia diarahkan tidak hanya pada pengukuran umum, tetapi juga mengidentifikasi determinan spesifik yang relevan secara lokal, seperti persepsi terhadap keadilan sistem biaya transaksi, waktu penyelesaian komplain, dan transparansi kebijakan refund. Di samping itu, PayPal disarankan untuk mengadopsi fitur keamanan berbasis autentikasi lokal seperti integrasi dengan e-KTP atau verifikasi biometrik (sidik jari atau wajah) yang sudah umum digunakan di sistem perbankan Indonesia. Penelitian lanjutan juga dapat menyertakan analisis sentimen berbasis machine learning terhadap ulasan pengguna di media sosial dan marketplace untuk menangkap keluhan dan kepuasan secara real time. Strategi segmentasi layanan juga perlu dievaluasi, misalnya dengan membedakan pendekatan layanan untuk pengguna individu (freelancer) dan bisnis kecil-menengah (UMKM). Selain itu, hubungan antara kepuasan dan loyalitas dapat diuji melalui konstruk continuance intention, serta dibandingkan dengan platform lain seperti DANA, OVO, dan ShopeePay guna memetakan posisi kompetitif PayPal secara lebih akurat dalam konteks ekonomi digital Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

[1] N. Putri, M. Yanto, M. Istan, and P. IAIN Curup Bengkulu, "Revolusi Teknologi Dalam Pendidikan Islam Di Zaman Globalisasi," *Tarbiyatuna Kajian Pendidikan Islam*, vol. 8, no. 2, pp. 214–231, Sep. 2024, doi: 10.69552/TARBIYATUNA.V8I2.2441.

[2] N. Purba, F. Ekonomi, D. Bisnis, I. Uin, S. Utara, and M. Yahya, "Revolusi Industri 4.0: Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya," *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 91–98, Dec. 2021, doi: 10.26486/JPSB.V9I2.2103.

[3] S. S. Pettalongi, J. Widodo, D. Djunaedi, N. Lestari, and N. Anisa, "Digitalisasi Dan Transformasi Sumber Daya Manusia," 2025.

[4] T. Yuwono, R. N. Triwibowo, T. Tajudin, and H. N. Sefiani, "Digital Marketing Umkm," 2024.

[5] F. J. Mustofan and L. Kurniawati, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana," *YUME Journal of Management*, vol. 7, no. 1, pp. 856–868, Apr. 2024, doi: 10.37531/YUM.V7I1.6511.

[6] P. Persepsi *et al.*, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana," *YUME: Journal of Management*, vol. 7, no. 1, pp. 856–868, Apr. 2024, doi: 10.37531/YUM.V7I1.6511.

[7] E. Erwinsyah, K. E. Ningsih, S. S, and K. Anjelita, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Teknologi Pembayaran Digital QRIS," *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, vol. 23, no. 1, pp. 22–36, Nov. 2023, doi: 10.53640/JEMI.V23I1.1337.

[8] P. P. Kegunaan *et al.*, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Denga Sikap Sebagai Variabel Intervenin," *Innovative: Journal of Social Science Research*, vol. 1, no. 2, pp. 568–577, Dec. 2021, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/116

[9] U. Arriza, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana (pada Mahasiswa Manajemen FEB

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

UNISMA)," Dec. 2021, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4052

[10] D. Nugraha, G. Putra, and S. T. Raharjo, "Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 11, no. 1, May 2022, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33816

[11] 16917226 Thofik Nugroho, "Analisis Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Transportasi Daring Menggunakan UTAUT2 dan Faktor Budaya Hofstede," 2020, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/23853

[12] M. A. alam putra, "Evaluasi penggunaan pada produk uang elektronik e- money bank mandiri menggunakan model UTAUT 2 (Studi Kasus: Kecamatan Ciputat)," Dec. 2018, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44261

[13] A. INZAGHI, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment: Memperluas Model Meta-Utaut Dengan Faktor Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, Grievance Redressal," Jun. 2022, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/39566

[14] D. S. Fadillah, "Analisis penerimaan pengguna aplikasi investasi pada generasi milenial dan generasi z menggunakan extended model unified theory of acceptance and use of technology 2 (utaut 2)," Jul. 2024, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80418

[15] K. Leong, "FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?," *International Journal of Innovation, Management and Technology*, pp. 74–78, 2018, doi: 10.18178/IJIMT.2018.9.2.791.

[16] A. Jalal, M. Al Mubarak, and F. Durani, "Financial Technology (Fintech)," *Studies in Systems, Decision and Control*, vol. 487, pp. 525–536, 2024, doi: 10.1007/978-3-031-35828-9_45.

[17] M. Broto Legowo, S. Subanidja Post Graduate Program in Management, and F. Antoneus Sorongan, "Role of FinTech Mechanism to Technological Innovation: A Conceptual Framework," 2020. [Online]. Available: www.ijisrt.com

[18] L. A. Gonzalez-Tamayo, G. Maheshwari, A. Bonomo-Odizzio, and C. Krauss-Delorme, "Successful business behaviour: An approach from the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)," *The International Journal of Management Education*, vol. 22, no. 2, p. 100979, Jul. 2024, doi: 10.1016/J.IJME.2024.100979.

[19] L. Graf-Vlachy, K. Buhtz, and A. König, "Social influence in technology adoption: taking stock and moving forward," *Management Review Quarterly*, vol. 68, no. 1, pp. 37–76, Feb. 2018, doi: 10.1007/S11301-017-0133-3/METRICS.

[20] S. Reddy Addula and S. Hallman, "Analysis of Perceived Ease of Use and Security on the Mobile Banking Adoption," 2024.

[21] I. Riasat, M. Shah, and M. S. Gonul, "Strengthening Cybersecurity Resilience: An Investigation of Customers' Adoption of Emerging Security Tools in Mobile Banking Apps," *Computers 2025, Vol. 14, Page 129*, vol. 14, no. 4, p. 129, Apr. 2025, doi: 10.3390/COMPUTERS14040129.

[22] P. Rawat, M. R, H. P. Josyula, A. Kataria, and S. R. Landge, "Consumer Perception and Adoption of Digital Payment Methods: A Study on Trust and Security Concerns," *Educational Administration: Theory and Practice*, pp. 6022–6029, Apr. 2024, doi: 10.53555/KUEY.V30I4.2334.

[23] M. Saskia Anggraini, E. Anggraeni, and U. Raden Intan Lampung, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah: (Studi Pada UMKM di Bandar Lampung)," *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, vol. 3, no. 3, pp. 160–174, Sep. 2024, doi: 10.30640/DIGITAL.V3I3.3196.

p-ISSN : 2803-1507 e-ISSN : 2803-1531

[24] N. Khairunisa, "Analisis Faktor Pendorong dan Hambatan Adopsi Teknologi Blockchain dalam Mencegah Kecurangan Akuntansi dan Keuangan," 2025, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/56678

[25] C. Yulian *et al.*, "Analisis Implementasi Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan di Sektor Keuangan di Indonesia," *Jurnal Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, no. 4, pp. 9–31, 2024, doi: 10.59581/jusiik-widyakarya.v2i2.4158.

[26] A. Fintech *et al.*, "Adopsi Fintech Terhadap Niat Berperilaku dan Pengguna Sebenarnya Dengan Kepercayaan Sebagai Moderasi Pada UMKM," *Jambura Economic Education Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 684–704, Apr. 2025, doi: 10.37479/JEEJ.V7I2.27345.

[27] D. R. Defid, "Pengaruh Persepsi Kegunaan Layanan Fintech Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Layanan Fintech Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Interverning Pada Usaha Mikro Dan Kecil di Kota Semarang," 2025.

[28] M. YADI, "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention to Use Pada Pengguna Layanan Qris BSI Mobile Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)," Jan. 2025.

[29] A. P. Andini and R. Indrarini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol. 7, no. 2, pp. 158–171, Aug. 2024, doi: 10.26740/JEKOBI.V7N2.P158-171.

[30] S. B. P. Utami, "Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Pengguna Nasabah BSI Mobile Banking: Pendekatan Model Utaut (Studi Pada Generasi Z)," 2025, Accessed: Jul. 10, 2025. [Online]. Available: https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/54871

[31] R. Apriliani, T. Prakoso, D. Rustaman, D. Dharmawan, and U. W. Nuryanto, "The Influence of Intention to Use Digital Wallet Applications, E-Service Quality and Trust on Consumer Satisfaction Toward Digital Payment Applications," *Jurnal Informasi dan Teknologi*, pp. 125–131, Jan. 2024, doi: 10.60083/JIDT.V6I1.485.

[32] N. T. C. Linh and N. H. Chau, "The Impact of Mobile Trust and Mobile Satisfaction to Electronic Word-of-Mouth and Intention to Use E-Wallet," *Disruptive Technology and Business Continuity*, pp. 45–65, 2024, doi: 10.1007/978-981-97-5452-6_4.

[33] K. Lakshmanan and N. Shanmugavel, "Investigation on the factors influencing the continuation intention to use digital wallet in the rural parts of India using extended UTAUT2," *Asian Journal of Economics and Banking*, vol. 9, no. 1, pp. 22–47, Mar. 2025, doi: 10.1108/AJEB-08-2024-0100.

[34] A. Kumar, P. Haldar, and S. Chaturvedi, "Factors influencing intention to continue use of e-wallet: mediating role of perceived usefulness," *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, vol. 22, no. 1, pp. 45–61, Apr. 2024, doi: 10.1108/XJM-12-2023-0243.

[35] G. W. Cheung, H. D. Cooper-Thomas, R. S. Lau, and L. C. Wang, "Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations," *Asia Pacific Journal of Management*, vol. 41, no. 2, pp. 745–783, Jun. 2024, doi: 10.1007/S10490-023-09871-Y/TABLES/7.