

Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Privasi Terhadap Niat Pemakaian Aplikasi My Pertamina Dimediasi Sikap

Axel Aryo Widikdo *¹

Jelang Ramadhan ²

^{1,2} Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan, Indonesia

*e-mail: widikdoaxel078@gmail.com¹, jelangr11@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan dan privasi terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina yang dimediasi oleh sikap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model Structural Equation Modeling dan menggunakan software Smartpls. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sample yang diperoleh sebanyak 150. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan, keamanan dan privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Privasi, Kegunaan, My Pertamina

Abstract

This research aims to determine the influence of usability, ease of use, security and privacy on the intention to use the My Pertamina application which is mediated by attitude. This research uses quantitative methods with the Structural Equation Modeling model and uses Smartpls software. The data collection technique used a questionnaire with a sample of 150. The results of this study showed that usability had a positive and significant effect on intention to use, ease of use had a positive and significant effect on intention to use, security and privacy had a positive and significant effect on intention to use and attitude had a positive effect and significant to the intention to use the My Pertamina application.

Keywords: Ease of Use, Security and Privacy, Usability, My Pertamina

PENDAHULUAN

Tingginya program transaksi non tunai atau cashless yang kini sedang digunakan oleh semua kalangan, Pemerintah mengajak masyarakat untuk menggunakan sistem pembayaran digital Pertamina yaitu My Pertamina. PT Pertamina membuat aplikasi My Pertamina sebagai salah satu bentuk keinginan titik. Pertamina bekerjasama dengan linkAja! Tujuannya untuk menyederhanakan sistem pembayaran sehingga konsumen dapat lebih mudah melakukan transaksi. My Pertamina yang berbasis aplikasi dipergunakan dan diakses dengan banyak keuntungan serta sarana konsumen untuk mencari informasi terkait stasiun pengisian bahan bakar umum yang terdekat dengan posisi lokasi yang sedang digunakan. Konsumen dapat mengunduh aplikasi My Pertamina menggunakan Google Play Store (Android) dan App Store (Ios). Ketika selesai melakukan pengunduhan, konsumen dapat mendaftar dengan memberikan data pribadi seperti nama, nomor polisi kendaraan, nomor ponsel, e-mail, dan PIN. Di dalam aplikasi yang sudah terdaftar dalam aplikasi My Pertamina akan muncul data diri, saldo, poin, voucher, jumlah transaksi BBM per liter, dan berbagai informasi mengenai spbu terdekat dan informasi lainnya. Aplikasi My Pertamina berfungsi untuk alat pembayaran berbasis digital. (Ibrahim1, 2020).

Meresapnya teknologi yang mendefinisikan abad kedua puluh satu memimpin layanan untuk mengadopsi serangkaian praktik baru. Saat ini, layanan jasa terbaik menyadari kebutuhan untuk memiliki layanan yang lebih lengkap dan terkini yang melampaui penawaran tradisional. Konsep MyPertamina didasarkan pada pengembangan, desain, dan implementasi layanan jasa yang berlangsung di internet. Secara sederhana, MyPertamina terjadi ketika pelanggan menggunakan internet untuk mengakses pembelian bahan bakar (Ariffin et al. 2021).

Pertumbuhan pesat dan kemajuan perdagangan elektronik telah mengubah praktik pembelian tradisional pelanggan, gaya hidup pelanggan, dan masyarakat. Layanan pembelian bahan bakar

telah diperkenalkan karena tren baru di ruang perdagangan elektronik. Mengacu pada pembelian bahan bakar berbasis aplikasi dari berbagai wilayah di Indonesia melalui situs web atau aplikasi. MyPertamina memudahkan pelanggan dalam membeli bahan bakar, memilih stasiun pengisian serta ketersediaan stok bahan bakar di stasiun pengisian tersebut. Baru-baru ini, layanan MyPertamina tumbuh luar biasa karena meningkatnya penyedia layanan Internet dan penetrasi smartphone (Anouze and Alamro 2020).

Persepsi kegunaan, Persepsi terhadap penggunaan dipuji sebagai salah satu penentu signifikan dari sikap pengguna dan niat perilaku untuk penggunaan teknologi, menandakan sejauh mana seseorang percaya pada teknologi sebagai pendorong peningkatan produktivitas dan kinerja mereka. Dalam penelitian sebelumnya, banyak peneliti telah mempertimbangkan manfaat yang dirasakan sebagai pemberi pengaruh niat seseorang untuk memakai teknologi informasi terbaru seperti perdagangan seluler, pembayaran seluler, permainan media sosial, aplikasi katering seluler, perbankan seluler, dll (Himel et al. 2021).

Persepsi kemudahan penggunaan. Diartikan sebagai persepsi individu ketika menggunakan sistem aplikasi digital adalah mudah atau mudah dilakukan (Davis, 1989). Ini dianggap sebagai salah satu peran yang memiliki dampak terbesar pada penerimaan teknologi baru (Gupta et al., 2020). Ada beberapa yang bereksperimen pada kemudahan penggunaan dan niat pengguna untuk menggunakan teknologi dan sebagian besar temuan menunjukkan Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki dampak positif yang besar pada perilaku konsumen (Ariffin et al. 2021).

Keamanan dan Privasi secara positif mempengaruhi sikap konsumen untuk menggunakan. Faktor yang menentukan niat konsumen untuk mau menggunakan layanan adalah keseluruhan harga dan biaya. Biaya termasuk biaya normal yang terkait dengan penggunaan internet dan biaya lainnya. Ciciretti dkk. (2009) menekankan pentingnya faktor harga dan biaya dalam niat menggunakan aplikasi. Selanjutnya, harga cenderung menjadi karakteristik utama dalam peralihan merek (Gupta, 1988). Rayport dan Sviokla (1994) menegaskan pentingnya harga dalam hal distribusi layanan elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan teknologi baru terkait dengan harga yang wajar, di mana harga yang lebih rendah dapat menarik pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut (Ashworth and Bourassa 2020).

Persepsi untuk menggunakan, Harga atau biaya secara positif mempengaruhi sikap konsumen untuk menggunakan. Oleh karena itu, jika konsumen tidak mengadopsi layanan aplikasi, mungkin karena mereka tidak menyadari bahwa layanan tersebut tersedia, atau manfaat yang diberikannya. Pelanggan cenderung meningkatkan penggunaan layanan elektronik hanya jika mereka merasa bahwa transaksi mereka aman (Cheng et al., 2006). Jelas bahwa keamanan mempengaruhi penggunaan aplikasi, di mana keamanan yang tinggi menyebabkan peningkatan penggunaan aplikasi. (Singh, Srivastava 2017).

Sikap, Diartikan sebagai perilaku individu itu positif atau negatif tentang melakukan perilaku target. Sikap dapat diprediksi secara akurat oleh berbagai jenis perilaku seperti sikap terhadap pembayaran seluler atau aplikasi seluler (Wang et al., 2019). Banyak penelitian sebelumnya tentang adopsi teknologi mempertimbangkan konsep sikap, yang mencerminkan perasaan yang menguntungkan atau tidak menyenangkan tentang perilaku tertentu dan sebagai penentu penting yang mempengaruhi niat untuk terus menggunakan (Anouze and Alamro 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Niat Pemakaian

Intent to use adalah tindakan individu tertentu yang akan digunakan. Seseorang dapat melakukan suatu tindakan atau tindakan tertentu jika ia memiliki niat dan keinginan (minat) untuk melakukan tindakan tersebut. Intent to use adalah keinginan individu untuk menggunakan teknologi tertentu. Penggunaan teknologi dapat diprediksi oleh sikap terhadap minat terbuka terhadap teknologi, seperti keinginan untuk terus menggunakan teknologi dan keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Niat menggunakan merupakan indikator niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Intent to use juga dapat digambarkan sebagai sejauh mana pengguna bermaksud menggunakan suatu sistem atau teknologi untuk mencapai tujuan yang

diharapkan (Joo & Choi, 2015). Niat dapat digambarkan ketika seseorang memiliki keinginan saat ini atau masa depan untuk menggunakan layanan system (Chiu, Bool, and Chiu 2017).

Sikap

Sikap adalah perasaan dan keyakinan yang kita pegang, apakah menyenangkan atau tidak menyenangkan, tentang orang, benda, peristiwa, atau ide tertentu yang menciptakan kecenderungan untuk berperilaku (Myers & Twenge 2018). Sikap positif digambarkan dalam hal menyukai, mengharapkan, mendekati, dan menerima, sedangkan sikap negatif digambarkan dalam hal membenci, menolak, dan menghindari. (Myers, 2010). Sikap dapat diprediksi secara akurat oleh berbagai jenis perilaku seperti sikap terhadap pembayaran seluler atau aplikasi seluler (Wang et al., 2019). Sikap adalah perasaan mencerminkan yang menguntungkan atau tidak menyenangkan tentang perilaku tertentu dan sebagai penentu penting yang mempengaruhi niat untuk terus menggunakan (Ari et al. 2019). Sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang tentang melakukan tindakan yang ditargetkan (Naranjo-Zolotov, Oliveira, and Casteleyn 2019).

Kegunaan

Kegunaan adalah Keyakinan bahwa menggunakan teknologi meningkatkan kinerja pengguna. Kegunaan dapat digambarkan sebagai persepsi subjektif pengguna atau evaluasi fungsionalitas yang disediakan oleh teknologi. (Chawla dan Joshi 2019). Kegunaan dipuji sebagai salah satu penentu signifikan dari sikap pengguna dan niat perilaku untuk menggunakan teknologi sebagai pendorong peningkatan produktivitas dan kinerja mereka (Himel et al. 2021). Keyakinan bahwa menggunakan teknologi meningkatkan kinerja pengguna. Kegunaan dapat digambarkan sebagai persepsi subjektif pengguna atau evaluasi fungsionalitas yang disediakan oleh teknologi. (Surachman 2013). Kegunaan menunjukkan bahwa kepuasan pengguna secara langsung dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan keinginan pengguna untuk terus menggunakannya (Zao dan Carlo 2012).. Kegunaan diakui sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi informasi baru seperti perdagangan seluler, pembayaran seluler, dan permainan media sosial. l,dll (Himel et al. 2021).

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan dianggap sebagai salah satu kualitas yang memiliki dampak terbesar pada penerimaan teknologi baru (Gupta et al., 2020). Kemudahan Penggunaan dan niat pengguna untuk menggunakan teknologi dan sebagian besar temuan menunjukkan Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap konsumen (Ariffin dan Lim, 2020). Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen (Ariffin dan Lim, 2020). Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi mengurangi usaha yang berlebihan. Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana orang menemukan teknologi atau sistem tertentu mudah digunakan (Cudjoe 2015). Menurut Tojib dan Tsarenko (2012), usability adalah kemudahan yang berhubungan dengan usaha pengguna dan kenyamanan suatu teknologi tertentu (Hossain et al. 2021)

Keamanan dan Privasi

Keamanan dan Privasi jelas bahwa keamanan mempengaruhi penggunaan aplikasi, di mana keamanan yang tinggi menyebabkan peningkatan pengguna aplikasi (Singh, Srivastara 2017). Keamanan dan Privasi secara positif mempengaruhi sikap konsumen untuk menggunakan. Faktor yang menentukan niat konsumen untuk mau menggunakan layanan adalah keseluruhan harga dan biaya. Biaya termasuk biaya normal yang terkait dengan penggunaan internet dan biaya lainnya (Ciciretti dkk. 2019). Keamanan dan Privasi cenderung meningkatkan penggunaan pelayanan elektronik hanya jika mereka merasa bahwa transaksi mereka aman (Cheng et al., 2016). Keamanan dan Privasi jelas bahwa keamanan mempengaruhi penggunaan aplikasi, di mana keamanan yang tinggi menyebabkan peningkatan pengguna aplikasi (Singh, Srivastara 2017). Keamanan dan Privasi mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi dan tentunya mudah untuk digunakan (Ari et al. 2019).

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metodologi kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian positivis/post-positivis yang berfokus pada eksperimen. Penelitian ini dilakukan terhadap populasi pengguna aplikasi My Pertamina di SPBU PT.Pertamina yang berlokasi di Tangerang Selatan, dengan jumlah populasi sebanyak 150 pengguna. Sampel diambil menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas, khususnya opportunistic sampling, karena peneliti tidak memiliki akses ke basis pengguna aplikasi My Pertamina secara spesifik. Survei dilakukan melalui pengiriman kuesioner berupa Google Form kepada 150 responden. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) dengan aplikasi SmartPLS. SEM digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan, sementara SmartPLS digunakan sebagai alat analisis untuk menganalisis variabel laten, indikator, dan kesalahan pengukuran secara langsung. Metode ini memberikan keleluasaan dalam menguji model pengukuran dan struktural, serta memungkinkan peneliti untuk memahami pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan privasi terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina, dengan sikap sebagai mediator.

Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah penulisan artikel ini dan kajian studi literature review baik dari buku dan artikel yang relevan, maka di peroleh kerangka artikel ini seperti di bawah ini.

Indikator Intention To Use :

- a) Sikap Positif (Attitude): Sejauh mana individu memiliki pandangan positif terhadap teknologi atau sistem yang akan digunakan. Ini mencakup persepsi positif terhadap manfaat, kualitas, dan kegunaan teknologi tersebut.
- b) Minat (Interest): Tingkat ketertarikan individu terhadap penggunaan teknologi. Minat dapat mencerminkan sejauh mana seseorang tertarik untuk eksplorasi dan mengadopsi teknologi tersebut.
- c) Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use): Persepsi individu tentang seberapa mudah penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, kemungkinan besar niat untuk menggunakannya akan meningkat.
- d) Kegunaan (Perceived Usefulness): Persepsi individu tentang seberapa berguna teknologi tersebut dalam mencapai tujuan atau kebutuhan pribadi mereka. Semakin dianggap berguna, semakin tinggi niat untuk menggunakannya.
- e) Norma Subjektif (Subjective Norm): Pengaruh dari norma sosial atau pendapat orang-orang terdekat terhadap penggunaan teknologi tersebut. Jika individu merasa bahwa orang-orang penting dalam hidup mereka mendukung penggunaan teknologi, niat untuk menggunakannya dapat meningkat.
- f) Kontrol Perilaku Percieved Behavioral Control): Tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menggunakan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa memiliki kendali atas penggunaan teknologi, kemungkinan niat untuk menggunakannya akan lebih tinggi.
- g) Pengalaman Sebelumnya (Prior Experience): Pengalaman individu dengan teknologi serupa atau pengalaman sebelumnya dalam menggunakan sistem serupa dapat memengaruhi niat untuk mengadopsi teknologi baru.
- h) Ketersediaan Sumberdaya (Resource Availability): Sejauh mana individu merasa memiliki sumber daya yang cukup, seperti waktu, uang, atau pengetahuan, untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut.
- i) Kompatibilitas (Compatibility): Sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi tersebut sesuai dengan nilai-nilai, kebutuhan, dan tuntutan mereka.
- j) Self-Efficacy: Tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menggunakan teknologi dengan berhasil. Jika seseorang merasa yakin diri dalam menghadapi tantangan teknis, niat untuk menggunakan teknologi dapat meningkat.

Indikator Sikap :

- a) Penghargaan (Valuational Component): Sejauh mana individu menilai objek atau perilaku tersebut sebagai positif atau negatif. Ini mencakup elemen evaluatif yang mencerminkan preferensi atau penilaian terhadap objek tersebut.
- b) Kognitif (Cognitive Component): Pengetahuan dan keyakinan individu terhadap objek atau perilaku. Ini mencakup pemahaman fakta atau informasi terkait dengan objek yang dapat mempengaruhi sikap.
- c) Perasaan (Affective Component): Respons emosional individu terhadap objek atau perilaku tersebut. Ini mencakup perasaan menyenangkan atau tidak menyenangkan yang terkait dengan objek atau perilaku tersebut.
- d) Perilaku Niat (Behavioral Intentions): Sejauh mana individu bersedia untuk melakukan perilaku terkait dengan objek atau peristiwa tersebut. Niat untuk berperilaku dapat mencerminkan sikap yang kuat terhadap objek tersebut.
- e) Pengalaman Pribadi (Personal Experience): Sejauh mana pengalaman individu dengan objek atau peristiwa tersebut dapat mempengaruhi sikap mereka. Pengalaman pribadi dapat mencakup interaksi sebelumnya atau pengalaman langsung dengan objek tersebut.
- f) Kesesuaian Nilai (Value Congruity): Sejauh mana objek atau perilaku tersebut sesuai dengan nilai-nilai individu. Kesesuaian nilai dapat memperkuat atau melemahkan sikap terhadap objek tersebut.
- g) Asosiasi Positif/Negatif (Positive/Negative Association): Hubungan kognitif dan emosional individu terhadap objek atau peristiwa tersebut. Asosiasi positif dapat meningkatkan sikap positif, sementara asosiasi negatif dapat menyebabkan sikap negatif.
- h) Pentingnya Objek (Object Importance): Tingkat pentingnya objek atau peristiwa tersebut dalam kehidupan individu. Semakin penting objek tersebut, semakin kuat sikap individu terhadapnya.
- i) Konsistensi Sikap (Consistency): Sejauh mana sikap individu terhadap objek atau peristiwa tersebut konsisten dengan nilai-nilai dan keyakinan mereka secara keseluruhan.
- j) Keterlibatan Pribadi (Personal Involvement): Sejauh mana individu merasa terlibat secara pribadi dengan objek atau peristiwa tersebut. Tingkat keterlibatan dapat mempengaruhi intensitas sikap individu terhadap objek tersebut.

Indikator Kegunaan :

Indikator dari kegunaan (perceived usefulness) mencakup elemen-elemen yang mencerminkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam konteks penggunaan mereka. Berikut adalah beberapa indikator kegunaan:

- a) Manfaat Fungsional (Functional Benefits): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat fungsional yang nyata dan meningkatkan efisiensi atau efektivitas dalam melakukan tugas tertentu.
- b) Peningkatan Kinerja (Performance Enhancement): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas individu, memberikan solusi yang lebih baik dibandingkan dengan metode atau alat lain yang tersedia.
- c) Relevansi (Relevance): Sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi tersebut relevan dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Tingkat relevansi dapat mempengaruhi persepsi kegunaan.
- d) Manfaat Strategis (Strategic Benefits): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat strategis dalam mencapai tujuan jangka panjang atau mendukung visi dan misi perusahaan.
- e) Keandalan (Reliability): Keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat diandalkan untuk memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan setiap kali digunakan.
- f) Kompatibilitas dengan Tugas (Task Compatibility): Sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi tersebut kompatibel dengan tugas-tugas yang mereka lakukan sehari-hari dan dapat diintegrasikan dengan kegiatan mereka.

- g) Kemudahan Penggunaan (Ease of Use): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi tersebut mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan upaya yang berlebihan.
- h) Inovasi (Innovativeness): Keyakinan bahwa teknologi tersebut membawa inovasi atau fitur-fitur baru yang membedakannya dari solusi yang sudah ada, menciptakan nilai tambah.
- i) Kecepatan (Speed): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kecepatan dalam menyelesaikan tugas atau mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- j) Manfaat Individu (Individual Benefits): Keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat pribadi, seperti kenyamanan, waktu yang lebih efisien, atau pengalaman pengguna yang positif.

Indikator Kemudahan Penggunaan :

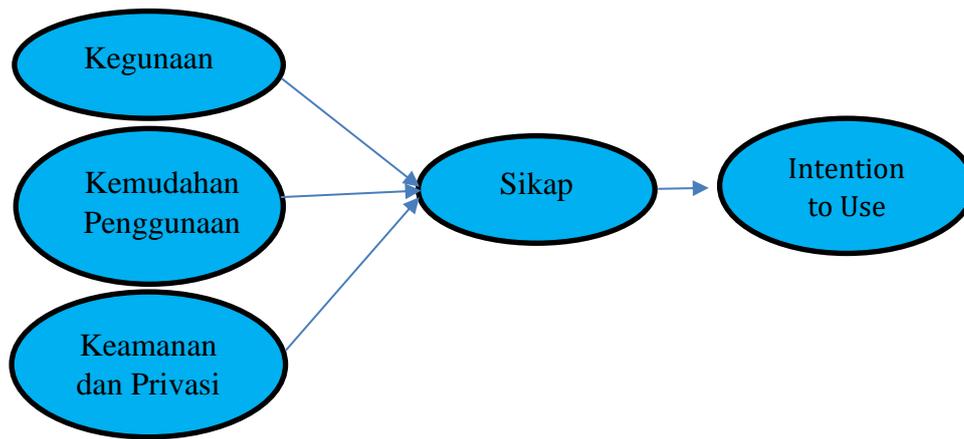
Indikator dari kemudahan penggunaan mencakup elemen-elemen yang mencerminkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi atau sistem tersebut tidak memerlukan usaha berlebihan dan dapat dioperasikan dengan mudah. Berikut adalah beberapa indikator kemudahan penggunaan:

- a) Antarmuka Pengguna (User Interface): Kualitas desain antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah dimengerti, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami cara menggunakan teknologi tersebut.
- b) Kelengkapan Panduan Pengguna (User Manuals Completeness): Ketersediaan panduan pengguna yang lengkap dan mudah diakses untuk membantu pengguna memahami fungsi dan fitur teknologi.
- c) Keterbacaan (Readability): Keterbacaan informasi yang disajikan oleh teknologi, termasuk teks, ikon, dan elemen-elemen visual lainnya agar dapat dipahami dengan mudah oleh pengguna.
- d) Efisiensi Interaksi (Interaction Efficiency): Kemampuan teknologi untuk memungkinkan pengguna menyelesaikan tugas dengan cepat dan efisien tanpa menyulitkan proses interaksi.
- e) Kelengkapan Instruksi (Completeness of Instructions): Ketersediaan instruksi atau panduan yang jelas dan lengkap untuk setiap langkah atau fungsi dalam penggunaan teknologi.
- f) Konsistensi Desain (Design Consistency): Konsistensi dalam desain antarmuka dan pengalaman pengguna, sehingga pengguna tidak bingung saat berpindah antara berbagai bagian atau fitur.

Indikator Keamanan dan Privasi

Indikator dari keamanan dan privasi mencakup elemen-elemen yang mencerminkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tersebut aman dan menjaga privasi pengguna. Berikut adalah beberapa indikator keamanan dan privasi:

- a) Perlindungan Data Pribadi (Personal Data Protection): Upaya teknologi untuk melindungi data pribadi pengguna dan memastikan bahwa informasi sensitif tidak dapat diakses atau disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.
- b) Sertifikat Keamanan (Security Certificates): Ketersediaan sertifikat keamanan yang valid dan dapat diverifikasi, menunjukkan bahwa teknologi tersebut memenuhi standar keamanan tertentu.
- c) Enkripsi Data (Data Encryption): Penggunaan teknologi enkripsi untuk melindungi data selama transmisi atau penyimpanan, sehingga informasi tersebut tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak sah.
- d) Kebijakan Privasi yang Jelas (Clear Privacy Policies): Ketersediaan kebijakan privasi yang jelas dan mudah dimengerti, yang menjelaskan bagaimana data pengguna akan digunakan, disimpan, dan dilindungi.
- e) Pembaruan Keamanan Sistem (Security System Updates): Teknologi yang secara rutin diperbarui untuk mengatasi dan mengatasi potensi kerentanan keamanan yang baru muncul.



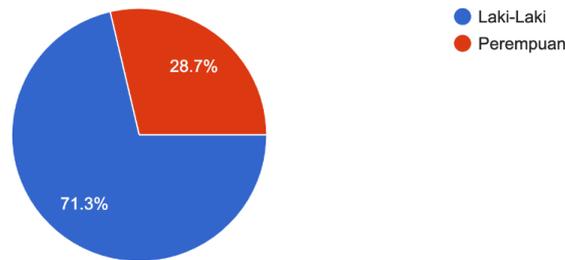
Gambar 1. Indikator Keamanan dan Privasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 150 orang yang telah menggunakan aplikasi My Pertamina yang berada di Spbu Pertamina di Tangerang Selatan. Penelitian ini dilakukan membuat profile responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan, gaji per bulan. Dalam penelitian ini, pada Gambar 1 dibawah menunjukkan data profile responden

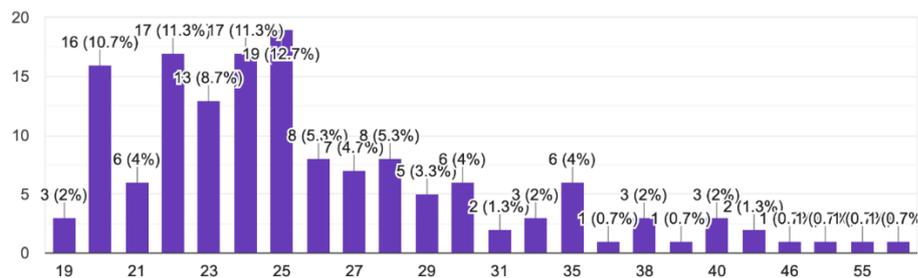
Jenis Kelamin
150 responses



Gambar 2. Jenis Kelamin Responden

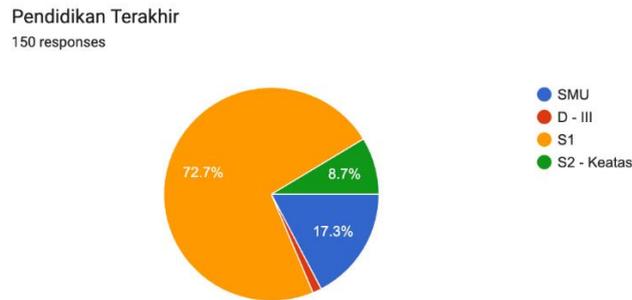
Berdasarkan Gambar 2 di atas menggambarkan profil responden berdasarkan jenis kelamin didapatkan bahwa 71.3% orang pengguna aplikasi My Pertamina berjenis kelamin laki-laki, dan 28.7% pengguna aplikasi My Pertamina berjenis kelamin perempuan.

Usia
150 responses



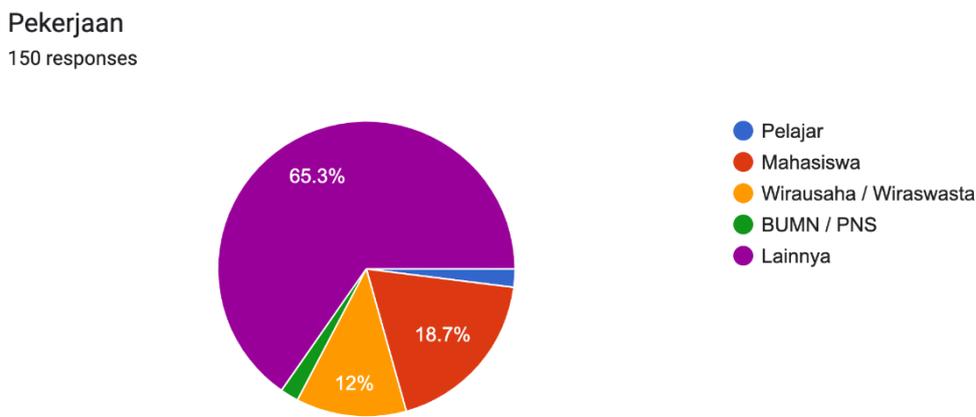
Gambar 3. Usia Responden

Berdasarkan Gambar 3 di atas menggambarkan profile responden berdasarkan usia didominasi sebesar 12.7% orang dengan usia 25 tahun pengguna aplikasi My Pertamina, 11.3% orang dengan usia 22 dan 24 tahun, 10.7% orang dengan usia 20 tahun, 8.7% orang dengan usia 23 tahun.



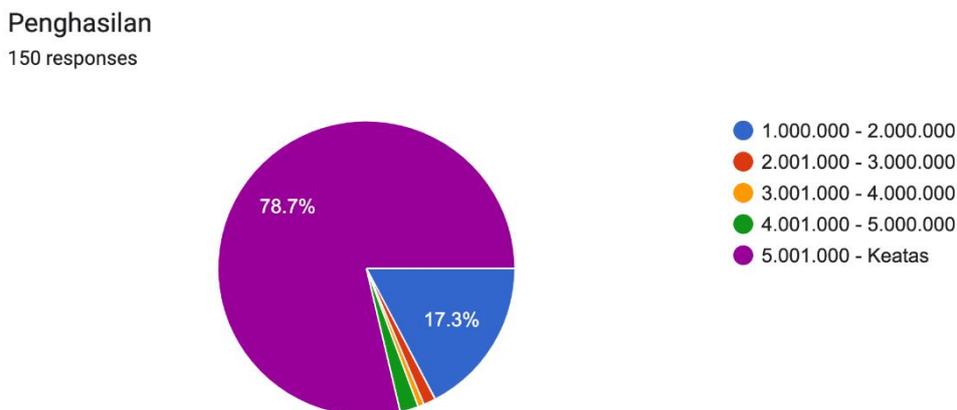
Gambar 4 Pendidikan Responden

Berdasarkan Gambar 4 di atas menggambarkan profil responden berdasarkan Pendidikan bahwa 72.7% orang dengan Pendidikan S1, 17.3% orang dengan Pendidikan SMU, 8.7% orang dengan Pendidikan S2 – Keatas.



Gambar 5. Pekerjaan Responden

Berdasarkan Gambar 5 di ats menggambarkan profil responden berdasarkan pekerjaan didapatkan bahwa 65.3% orang dengan pekerjaan lainnya, 18.7% orang dengan pekerjaan Mahasiswa, 12% orang dengan pekerjaan Wirausaha atau Wiraswasta.



Gambar 6. Penghasilan Per Bulan Responden

Berdasarkan Gambar 6 di atas menggambarkan profil responden berdasarkan penghasilan per bulan bahwa 78.7% orang berpenghasilan 5.001.000 – Keatas, 17,3% orang berpenghasilan 1.000.000 – 2.000.000.

Evaluasi Outer Model

Nilai loading faktor dapat dikatakan memenuhi kriteria apabila lebih dari 0,7, namun 0,6 masih dapat diterima (Ghozali dan Latan,2015). Dari hasil pengujian data, ada beberapa indikator yang nilainya masih rendah. Maka, dilakukan pengujian kembali dengan menghilangkan indikator-indikator pada variable yang memiliki nilai paling rendah.

Tabel 1. Outer Loadings

	Kemudahan dan Privasi	Kegunaan	Kemudahan Penggunaan	Intention To Use	Sikap
INTTU 1				0.689	
INTTU 3				0.810	
KDP 1	0.781				
KDP 2	0.842				
KEG 1		0.676			
KEG 3		0.865			
KEMP 1			0.900		
KEMP 2			0.620		
SKP 1					0.707
SKP 2					0.811
SKP 3					0.736

Setelah dilakukan pengujian kembali, hasil pada table digambar 1 menyatakan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria karena memiliki nilai lebih dari 0,6.

Construct Validity

Tabel 2. Average Variance Extracted

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Keamanan dan Privasi	0.615	0.630	0.838	0.73
Kegunaan	0.653	0.838	0.840	0.724
Kemudahan Penggunaan	0.722	0.725	0.865	0.761
Intention To Use	0.803	0.912	0.258	0.828
Sikap	0.703	0.812	0.907	0.661

Hasil pada table 2 menyatakan bahwa data telah memenuhi kriteria karena lebih dari 0.5 dengan nilai AVE keputusan sikap 0.703, Intention To Use 0.803, Kegunaan 0.653, Kemudahan Penggunaan 0.722, Keamanan dan Privasi 0.615.

Validitas Diskriminan (Fornell Larcker Criterion)

Tabel 3. Validitas Diskriminan

	Keamanan dan Privasi	Kegunaan	Kemudahan Penggunaan	Niat untuk Menggunakan	Sikap
--	----------------------	----------	----------------------	------------------------	-------

INTTU 2	0.053	0.332	0.375	0.753	0.426
INTTU 3	0.089	0.287	0.311	0.707	0.338
KDP 1	0,556	0,1375	0,159	0.041	0,098
KDP 2	0,382	0.132	0.068	0.067	0.076
KDP 3	0,425	0,077	0,134	0,134	0,088
KEG 1	0,183	0,446	0,291	0,222	0,265
KEG 2	0.102	0.809	0.453	0.354	0.417
KEG 3	0,131	0.611	0.245	0.292	0.230
KEMP 1	0,203	0.002	0,256	0,110	0,084
KEMP 2	0,197	0,262	0,582	0,243	0,329
KEMP 3	0.001	0.575	0.744	0.419	0.436
SKP 1	0.006	0.417	0.426	0.388	0.689
SKP 2	0,156	0,227	0,277	0,256	0,499
SKP 3	0,109	0,112	0,097	0,097	0,297
INTTU 1	0.087	0,224	0,160	0,310	0,1375

Berdasarkan table 3, dapat diketahui jika masing-masing indikator pada setiap variable memiliki nilai fornell-larcker criterion lebih besar dari pada variable lainnya.

Reliabilitas

Tabel 4. Composite Reliability

	Composite reliability (rho_c)
Keamanan dan Privasi	0,784
Kegunaan	0,893
Kemudahan Penggunaan	0,781
Intention To Use	0,858
Sikap	0,671

Dari hasil pengujian data pada table 4 di atas, menyatakan memenuhi kriteria karena memiliki hasil di atas 0,70% yaitu

Evaluasi Inner Model

R-Square (Determinan Coefficient)

Tabel 5.R-Square

	R-square	R-square adjusted
Intention To Use	0,24	0,220
Sikap	0,449	0,445

Berdasarkan table 5 dapat diketahui jika nilai R-Square Sikap sebesar 44,5% di pengaruhi oleh kegunaan,kemudahan penggunaan,keamanan dan privasi, sedangkan 55,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variable yang diteliti. Nilai R-Square Intention To Use 0.220 artinya Intention to use sebesar 22% dipengaruhi oleh sikap, sedangkan 78% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variable yang sudah diteliti.

Path-Coefficient

Tabel 6 Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Keamanan dan Privasi -> Sikap	0,054	0,092	0,098	7.535	0,401
Kegunaan -> Sikap	0,202	0,216	0,085	13.353	0.001
Kemudahan Penggunaan -> Sikap	0,267	0,224	0,129	2.057	0.040
Sikap -> Intention To Use	0,359	0,118	0,341	3.557	0,20

Hasil pengujian data Tabel 6 dapat dinyatakan sebagai berikut:

- a) H1 atau hipotesis pertama diterima, karena sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T. Statistic 13.353 lebih dari 1,96 dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Kegunaan akan positif meningkatkan Sikap sebesar 0.267
- b) H2 atau hipotesis kedua diterima, karena keamanan dan Privasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T. Statistics 7.535 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Keamanan dan Privasi akan positif meningkatkan sikap sebesar 0.054.
- c) H3 atau hipotesis ketiga diterima, karena sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T.Statistics 3.557 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Sikap akan positif meningkatkan Intention To Use 0,359
- d) H4 atau hipotesis keempat diterima karena, kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T.Statistics 2.057 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Kemudahan Penggunaan meningkatkan Sikap 0,267

Tabel 7. Q-Square

	Q ² predict
INTTU 1	0,39
INTTU 2	0.230
INTTU 3	0.089
SKP 1	0,110
SKP 2	0,099
SKP 3	0.114

Hasil pada Tabel 7, menyatakan bahwa variable INTTU 2, SKP 1 dan SKP 3 menunjukkan *predictive relevance* karena > 1. Sedangkan variable INTTU 1 dan INTTU 3 menunjukkan kurang memiliki *predictive relevance* karena < 1.

Pembahasan

Pengaruh Kegunaan terhadap Sikap

Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T. Statistic 13.353 lebih dari 1,96 dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Kegunaan akan positif meningkatkan Sikap sebesar 0.267

Pengaruh Keamanan dan Privasi terhadap Sikap

Keamanan dan Privasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T. Statistics 7.535 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Keamanan dan Privasi akan positif meningkatkan sikap sebesar 0.054.

Pengaruh Sikap terhadap Intention To Use

Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T-Statistics 3.557 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Sikap akan positif meningkatkan Intention To Use 0,359

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap

Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan T-Statistics 2.057 lebih dari 1,96% dan nilai P Values 0 yang dimana kurang dari 0,5. Dan setiap kenaikan 1 Kemudahan Penggunaan meningkatkan Sikap 0,267.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada uji data yang telah dijelaskan, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut : Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina, sehingga adanya sikap akan meningkatkan niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina. Kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina, sehingga adanya kegunaan akan meningkatkan sikap. Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina, sehingga adanya peningkatan kemudahan penggunaan akan meningkatkan sikap. Keamanan dan Privasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi My Pertamina, sehingga adanya peningkatan keamanan dan privasi akan meningkatkan sikap

SARAN

Mempertimbangkan keterbatasan dalam menyusun penelitian ini, disarankan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki hal-hal berikut : Selain faktor-faktor yang sudah diidentifikasi, peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang mungkin berkontribusi terhadap sikap dan niat penggunaan aplikasi My Pertamina. Misalnya, karakteristik demografis pengguna atau pengalaman sebelumnya dengan aplikasi serupa. Mengingat pentingnya keamanan dan privasi dalam penggunaan aplikasi, peneliti dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi aspek-aspek khusus dari keamanan dan privasi yang paling memengaruhi sikap dan niat pengguna. Mengeksplorasi secara lebih mendalam tentang perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi My Pertamina, termasuk motivasi pengguna, pola penggunaan, dan tantangan yang mungkin dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1261/3/Bab%201_watermark.pdf

Anouze, Abdel Latef M., and Ahmed S. Alamro. 2020. "Factors Affecting Intention to Use E-Banking in Jordan." *International Journal of Bank Marketing* 38(1): 86–112.

Ari, Ado Adamou Abba et al. 2019. "Enabling Privacy and Security in Cloud of Things: Architecture, Applications, Security & Privacy Challenges." *Applied Computing and Informatics* di(di).

Ariffin, Shaizatulaqma Kamalul, Mohamad Fakhru Reza Abd Rahman, Ali Mughal Muhammad, and Qi Zhang. 2021. "Understanding the Consumer's Intention to Use the e-Wallet Services." *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 25(3): 446–61.

Ashworth, Laurence, and Maureen A. Bourassa. 2020. "Inferred Respect: A Critical Ingredient in Customer Satisfaction." *European Journal of Marketing* 54(10): 2447–76.

Chiu, Jason Lim, Nelson C. Bool, and Candy Lim Chiu. 2017. "Challenges and Factors Influencing Initial Trust and Behavioral Intention to Use Mobile Banking Services in the Philippines." *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 11(2): 246–78.

Chua, Evelyn Lim, Jason Lim Chiu, and Candy Lim Chiu. 2020. "Factors Influencing Trust and Behavioral Intention to Use Airbnb Service Innovation in Three ASEAN Countries." *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 14(2): 175–88.

Hair, Joseph F. 2007. 49 Education + Training *Research Methods for Business*.

Himel, Md. Tanvir Alam et al. 2021. "Users' Attitude and Intention to Use Mobile Financial Services in Bangladesh: An Empirical Study." *South Asian Journal of Marketing* 2(1): 72–96.

- Hossain, Md Nahin, Md. Shamim Talukder, Abul Khayer, and Yukun Bao. 2021. "Investigating the Factors Driving Adult Learners' Continuous Intention to Use M-Learning Application: A Fuzzy-Set Analysis." *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning* 14(2): 245-70.
- Liu, Cheol et al. 2018. "Jurnal Pengembangan Kepemimpinan & Organisasi."
- Naranjo-Zolotov, Mijail, Tiago Oliveira, and Sven Casteleyn. 2019. "Citizens' Intention to Use and Recommend e-Participation: Drawing upon UTAUT and Citizen Empowerment." *Information Technology and People* 32(2): 364-86.
- Raykov, Tenko, and George A Marcoulides. *Kursus Pertama Dalam Struktural Pemodelan Persamaan*.
- Singh, Srivastava, S. 2017. "International Journal of Bank Marketing Consumer Preference and Satisfaction of M-Wallets: A Study on North Indian Consumers." *International Journal of Bank Marketing* 12(7): 1-32.
- Trinh, Hoang Nam, Hong Ha Tran, and Duc Hoang Quan Vuong. 2020. "Determinants of Consumers' Intention to Use Credit Card: A Perspective of Multifaceted Perceived Risk." *Asian Journal of Economics and Banking* 4(3): 105-20.
- Wang, Cheng Lu, and Ying Jiang. 2020. "Examining Consumer Affective Goal Pursuit in Services: When Affect Directly Influences Satisfaction and When It Does Not." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 32(6): 1177-93.