

**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *E-PAYMENT*  
*ADOPTION BEHAVIOR* YANG DIMEDIASI OLEH  
*BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*  
(Survey pada Generasi *Baby Boomer* di Kota Bandung)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh  
**Muhammad Al Ghifari Fathan**  
NIM. 2006437

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2024**

**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *E-PAYMENT*  
*ADOPTION BEHAVIOR* YANG DIMEDIASI OLEH  
*BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT***  
(Survey pada Generasi *Baby Boomers* di Kota Bandung)

Oleh  
Muhammad Al Ghifari Fathan  
NIM. 2006437

Sebuah skripsi yang diajukan untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis

© Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis


**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *E-PAYMENT ADOPTION*  
*BEHAVIOR* YANG DIMEDIASI OLEH *BEHAVIORAL INTENTION TO*  
*USE E-PAYMENT***


(Studi pada Generasi *Baby Boomers* di Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:


Pembimbing I

  
Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M.  
NIP. 19770512 200112 2 001

Pembimbing II

  
Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.  
NIP. 92020041 992111 7 201

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Bisnis

  
Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.  
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis  
Ada pada penulis,

  
Muhammad Al Ghifari Fathan  
NIM. 2006437

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Al Ghifari Fathan

NIM : 2006437

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Social influence terhadap E-payment adoption Behavior yang Dimediasi oleh Behavioral intention to use e-payment (Survey pada Generasi Baby boomers di Kota Bandung)*”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya yang saya buat ini.

Bandung, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Al Ghifari Fathan

NIM. 2006437

## ABSTRAK

Muhammad Al Ghifari Fathan (2006437) “**Pengaruh *Social influence* terhadap *E-Payment Adoption Behavior* yang Dimediasi oleh *Behavioral Intention To Use E-Payment*”** di bawah bimbingan Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M. dan Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social influence terhadap e-payment adoption behavior behavior* yang dimediasi oleh *behavioral intention to use e-payment* pada generasi *baby boomers* di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi *baby boomer* yang berdomisili di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *e-payment adoption behavior behavior*; 2) *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use e-payment*; 3) *behavioral intention to use e-payment* berpengaruh signifikan terhadap *e-payment adoption behavior behavior*; dan 4) *behavioral intention to use e-payment* memediasi secara signifikan pengaruh *social influence terhadap e-payment adoption behavior behavior*. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan *social influence* di kalangan generasi *baby boomers* melalui program edukasi dan kampanye pemasaran yang melibatkan *opinion leader*, serta kemudahan penggunaan dan insentif dalam layanan *e-payment* untuk mendorong *adopsi e-payment* pada generasi tersebut.

Kata kunci: *social influence, behavioral intention, e-payment adoption behavior, baby boomers*

## ABSTRACT

Muhammad Al Ghifari Fathan (2006437) *“The Effect of Social influence on E-Payment Adoption Behavior Mediated by Behavioral Intention to Use E-Payment”* di bawah bimbingan Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M. dan Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.

*This study aims to analyze the effect of social influence on e-payment adoption behavior mediated by behavioral intention to use e-payment in the baby boomers generation in Bandung City. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study is the baby boomer generation who live in Bandung City. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample size of 270 respondents. Data collection was done through a questionnaire. Data analysis using descriptive analysis and verification analysis with Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that: 1) social influence has a significant effect on e-payment adoption behavior; 2) social influence has a significant effect on behavioral intention to use e-payment; 3) behavioral intention to use e-payment has a significant effect on e-payment adoption behavior; and 4) behavioral intention to use e-payment significantly mediates the effect of social influence on e-payment adoption behavior. The implication of this research is the need to increase social influence among baby boomers through educational programs and marketing campaigns involving opinion leaders, as well as ease of use and incentives in e-payment services to encourage e-payment adoption behavior in that generation.*

*Translated with DeepL.com (free version)*

*Key words: social influence, behavioral intention, e-payment adoption behavior, baby boomers*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Social influence terhadap E-payment adoption behavior Behavior yang Dimediasi oleh Behavioral intention to use e-payment (Survey pada Generasi Baby boomers di Kota Bandung)*". Penyusunan dari skripsi ini bertujuan untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *social influence*, *behavioral intention to use e-payment*, dan *e-payment adoption behavior behavior* serta pengaruh *social influence* terhadap *e-payment adoption behavior behavior* dengan mediasi *behavioral intention to use e-payment*, pengaruh *social influence* terhadap *e-payment adoption behavior behavior*, pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention to use e-payment*, pengaruh *behavioral intention to use e-payment* terhadap *e-payment adoption behavior behavior*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.

Skripsi ini ditulis dengan sebaik dan seoptimal mungkin, dengan harapan agar dapat bermanfaat bagi kemajuan bidang *fintech*. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandung, Agustus 2024

Penulis  
Muhammad Al Ghifari Fathan

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Alhamdulillah* puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Bisnis pada Program Studi Pendidikan Bisnis. Penulis menyadari bahwasannya dalam penulisan skripsi ini melibatkan serta dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis mengucapkan terima kasih atas komitmen karena telah menciptakan lingkungan akademik yang memberikan rasa nyaman dan aman untuk menimba ilmu, pengalaman, serta memberikan ruang dialektika dan kreativitas.
2. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia dan selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membantu penulis perwalian kontrak kuliah selama penulis menempuh masa perkuliahan, serta memberikan motivasi dan arahan selama masa studi penulis untuk mengemban ilmu akademik dan secara profesional. Harapan penulis agar dapat selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan dilancarkan dalam segala urusannya.
4. Bapak Dr. Bambang Wijajanta, M.M. selaku Ketua Tim Pengembangan Penulis Skripsi, Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah bersedia memberikan arahan maupun bimbingan serta memberikan fasilitas kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi. Semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan dan dilancarkan segala urusannya.



5. Ibu Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu dan ilmu yang diberikan, semoga dapat bermanfaat bagi penulis serta berbagai pihak lainnya. Penulis berharap semoga selalu dalam lindungan Allah SWT, diberikan pahala yang terus mengalir, diberikan kebahagiaan, umur panjang, kesehatan, dan dilancarkan segala urusannya.
6. Ibu Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M. selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi, sejak awal penyusunan proposal skripsi hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, waktu, dan tenaga yang diberikan untuk membantu penulis menyusun skripsi ini mulai dari awal penulisan proposal hingga skripsi selesai. Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan dengan pahala yang mengalir tiada hentinya, diberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang panjang dan berkah, serta dilancarkan segala urusannya beserta keluarganya.
7. Segenap Dosen dan staf Program Studi Pendidikan Bisnis FPEB UPI yang telah memberikan ilmu, motivasi serta tuntunan selama masa perkuliahan penulis. Semoga seluruh ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat bagi penulis, mahasiswa lainnya, dan masyarakat umum. Semoga Allah SWT membalas semua kebajikan dengan pahala yang terus mengalir.

Kepada keluarga tercinta Ayahanda Rudy Gunadi dan Ibunda Siti Umayah yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan rezekinya untuk penulis agar dapat menempuh pendidikan S1 di Program Studi Pendidikan Bisnis. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga selalu dilipat gandakan rezeki yang bermanfaat bagi keluarga, diberikan kesehatan, umur panjang, dan diberikan pahala yang mengalir tiada hentinya oleh Allah SWT. Kepada Adik satu-satunya yang penulis sayangi Ghefira Aliyya Fasya yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Pada saat penulisan skripsi ini selesai, Ghea baru saja pergi kuliah mengemban ilmu di luar kota, penulis harap agar Ghea selalu dilancarkan kuliahnya hingga mendapatkan gelar sarjana, diberikan kesehatan, dilancarkan rezekinya, dan selalu dalam lindungan Allah

SWT. Kepada yang terkasih Mutiara Mulkillah yang selalu membantu dan menemani penulis saat menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena sudah membantu, memotivasi, dan menjadi seseorang yang selalu menemani penulis dalam keadaan susah dan senang. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang terus mengalir, kesehatan, kebahagiaan, rezeki yang bermanfaat, dan dilancarkan segala urusan dan keluarganya. Kepada sahabat dan teman-teman penulis, Rizqy MulyaPutra, Alfi Septian, Salma Nabillah, Siti Sukma Rahmawati, Hana Zahrani Nabilla, Harumi Sekar Asih, Ariell Aulia Nisa, Farah Saufika, Deris Fauzan, dan Aldi Rivaldo yang selalu menemani masa perkuliahan sampai selesai. Terima Kasih atas segala bantuan, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT, diberikan kesehatan, kebahagiaan, umur panjang, dan dimudahkan semua urusannya. Akhir kata penulis ucapkan Jazakumullah khairan katsiran. Semoga Allah SWT meemberikan balasan yang terbaik dan dihapuskan dan dimaafkan atas dosa, kesalahan, serta kekhilafan.

Bandung, Agustus 2024



Penulis,  
Muhammad Al Ghifari Fathan

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRIAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Pendekatan Teori yang Digunakan.....	12
2.1.2 Konsep <i>Social Influence</i> .....	12
2.1.2.1 Definisi <i>Social Influence</i> .....	13
2.1.2.2 Indikator <i>Social Influence</i> .....	15
2.1.2.3 Model <i>Social Influence</i> .....	16
2.1.3 Konsep <i>Behavioral Intention</i> .....	17
2.1.3.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i> .....	18
2.1.3.2 Indikator <i>Behavioral Intention</i> .....	19
2.1.3.3 Model <i>Behavioral intention</i> .....	20
2.1.4 Konsep <i>E-payment Adoption Behavior</i> .....	21
2.1.4.1 Definisi <i>E-payment Adoption Behavior</i> .....	21
2.1.4.2 Indikator <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	23
2.1.4.3 Model <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	24
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran .....	28
2.3 Hipotesis .....	31
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	32
3.2.2 Operasional Variabel .....	33
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.4.1 Populasi.....	38
3.2.4.2 Sampel .....	38
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	39
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.2.6.1 Pengujian Validitas .....	41
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	45

3.2.7	Rancangan Analisis Data.....	47
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	48
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	50
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1	Gambaran Umum dan Karakteristik Responden .....	60
4.1.1	Gambaran Umum Generasi <i>Baby Boomers</i> .....	60
4.1.2	Karakteristik Responden.....	61
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>E-Payment</i> .....	62
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	63
4.2	Hasil Analisis Deskriptif dan Verifikatif.....	64
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	64
4.2.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> .....	64
4.2.1.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Behavioral intention to use e-payment</i> .....	68
4.2.1.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>E-payment Adoption Behavior</i> .	72
4.2.2	Hasil Analisis Data Verifikatif .....	75
4.2.2.1	Hasil Pengujian Hipotesis .....	91
4.2.2.2	Hipotesis Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	93
4.2.2.3	Hasil <i>Standardized Loading Factor</i> .....	95
4.3	Pembahasan Penelitian .....	96
4.3.1	Pembahasan Hasil Penelitian Deskriptif.....	96
4.3.1.1	Pembahasan Hasil Penelitian <i>Social Influence</i> .....	96
4.3.1.2	Pembahasan Hasil Penelitian <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	97
4.3.1.3	Pembahasan Hasil Penelitian <i>E-Payment Adoption Behavior</i> .....	98
4.3.2	Pembahasan Pengujian Hipotesis .....	100
4.3.2.1	Pembahasan Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> secara Simultan .....	100
4.3.2.2	Pembahasan Pengaruh <i>Social influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention To Use E-Payment</i> secara Parsial.....	102
4.3.3	Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	107
4.3.3.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	107
4.3.3.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	110
4.3.4	Implikasi Hasil Penelitian Dikaitkan dengan Keilmuan <i>Financial Technology</i> Bidang Studi Pendidikan Bisnis .....	114
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>117</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	<b>.....</b>	<b>117</b>
5.1	Kesimpulan .....	117

5.1.1	Kesimpulan Gambaran <i>Social Influence, Behavioral Intention to Use E-Payment, dan E-Payment Adoption Behavior</i> .....	117
5.1.2	Kesimpulan Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention To Use E-Payment</i> .....	118
5.2	Rekomendasi.....	119
5.2.1	Rekomendasi Terkait Gambaran <i>Social Influence, Behavioral Intention To Use E-Payment, dan E-Payment Adoption Behavior</i> .....	119
5.2.2	Rekomendasi Terkait Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention To Use E-Payment</i> .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>122</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>131</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Persentase Penggunaan <i>E-wallet</i> di Indonesia .....	4
2.1	Definisi <i>Social influence</i> .....	13
2.2	Indikator <i>Social influence</i> .....	15
2.3	Definisi <i>Behavioral intention</i> .....	18
2.4	Indikator <i>Social influence</i> .....	19
2.5	Definisi <i>E-payment adoption behavior</i> .....	22
2.6	Indikator <i>E-payment adoption behavior</i> .....	23
2.7	Penelitian Terdahulu .....	26
3.1	Operasional Tabel .....	33
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.3	Tabel Isaac dan Michael .....	39
3.4	Tabel Skor Alternatif .....	48
3.6	Analisis Deskriptif .....	49
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>E-Payment</i> .....	63
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	63
4.6	Gambaran Indikator <i>Social Influnce</i> .....	65
4.7	Gambaran Indikator <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	69
4.8	Gambaran Indikator <i>E-payment adoption behavior</i> .....	73
4.9	Hasil Uji Normalitas Data .....	76
4.10	Hasil Uji <i>Outliers</i> Data .....	77
4.11	Hasil Uji Estimasi <i>Measurement Model</i> .....	80
4.12	Validitas dan Reabilitas Model Pengukuran Konstruk Eksogen <i>Social Influence</i> .....	83
4.13	Hasil Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Model CFA Konstruk Eksogen <i>Social Influence</i> .....	83
4.14	Validitas dan Reabilitas Model Pengukuran Konstruk Eksogen <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	85
4.15	Hasil Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Model CFA Konstruk Eksogen <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	86
4.16	Validitas dan Reabilitas Model Pengukuran Konstruk Endogen <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	88
4.17	Hasil Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Model CFA Konstruk Endogen <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	88
4.18	Hasil Estimasi <i>Full Model</i> Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-payment adoption behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	90
4.19	Hasil Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Model Pengukuran Pengaruh <i>Social Influence Terhadap E-payment adoption behavior Yang Dimediasi Oleh Behavioral Intention To Use E-Payment</i> .....	91
4.20	Analisis Uji Hipotesis <i>Full Model</i> .....	92
4.21	<i>Standarized Indirect Effect</i> .....	93
4.22	<i>Standarized Indirect Effect – Two Tailed Significance</i> .....	93
4.23	<i>Implied Correlations Matrix of All Variables</i> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.1	Tingkat Penggunaan <i>Mobile Payment</i> Di Asia Dan Timur Tengah Tahun 2018-2019.....	2
1.2	Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses <i>Internet</i> Berdasarkan Kelompok Umur.....	4
2.1	Model <i>Social influence</i> .....	17
2.2	Model <i>Behavioral intention to use e-payment</i> .....	20
2.3	Model <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	24
2.4	Kerangka Pemikiran.....	30
2.5	Paradigma Penelitian.....	31
3.1	Gambar Kontinum Penelitian.....	50
3.2	Model Pengukuran <i>Social influence</i> .....	52
3.3	Model Pengukuran <i>Behavioral intention</i> .....	52
3.4	Model Pengukuran <i>E-payment adoption behavior</i> .....	52
3.5	Model Struktural .....	53
4.1	<i>Sample Correlation Matrix</i> .....	78
4.2	Spesifikasi Model.....	79
4.3	Model Konstruksi Eksogen <i>Social Influence</i> .....	82
4.4	Model Konstruksi Eksogen <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	84
4.5	Model Konstruksi Endogen <i>E-payment adoption behavior Behavior</i> .....	87
4.6	<i>Full Model</i> Pengukuran Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i> .....	89

## DAFTAR PUSTAKA

- Agugustine, Y. (2013). *Metodologi penelitian bisnis dan akuntansi*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-sabaawi, M. Y. M., Alshaher, A. A., & Alsalem, M. A. (2021). *User trends of electronic payment systems adoption in developing countries : an empirical analysis*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2020-0162>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 3(37), 99–110. <https://doi.org/DOI:10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfiana, A., & Rikumahu, B. (2020). *Analisis Faktor Pengaruh Perilaku Pengguna Dalam Mengadopsi Dan Niat Merekomendasikan Teknologi Mobile Payment Go-pay Di Kota Bandung*.
- Ama, H. E., Tara, A. M., Syriac, N., & Seng, T. (2022). FACTORS INFLUENCING CONSUMER ' S BEHAVIOURAL INTENTION TOWARDS THE ADOPTION OF MOBILE PAYMENT IN KUALA LUMPUR. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), 1–20.
- Anwar, R. N., Hurriyati, R., Widjajanta, B., Gaffar, V., & Hendrayati, H. (2024). *Consumers' Behavioral Intentions to Use E-Wallet: Applying the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Vol. 2)*. Atlantis Press International BV. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7\\_103](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_103)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022). *Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Barkhordari, M., Nourollah, Z., Mashayekhi, H., Mashayekhi, Y., & Ahangar, M. S. (2017). Factors influencing adoption of e-payment systems: an empirical study on Iranian customers. *Information Systems and E-Business Management*, 15(1), 89–116. <https://doi.org/10.1007/s10257-016-0311-1>
- Bozan, K., Parker, K., & Davey, B. (2016). A closer look at the social influence construct in the UTAUT Model: An institutional theory based approach to investigate health IT adoption patterns of the elderly. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2016-March*, 3105–3114. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.391>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



- BPS KOTA BANDUNG. (2023). *Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan di Kota Bandung 2023*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/6/1886/1/penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-status-pekerjaan-di-kota-bandung.html>
- Caem, L. (2016). *Tabel Issac and Michael Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% Dan 10%*. SCRIBD. <https://www.scribd.com/doc/310583747/Tabel-Issac-and-Michael>
- Chen, A. N., Thomas, J. Y., McMurtrey, M. E., & Ellis, M. E. (2022). E-Payment Adoption in Saudi Arabia. *Journal of International Technology and Information Management*, 31(1), 125–145. <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1511>
- Databoks. (2023). *Mayoritas Pengguna Internet di Indonesia Berasal dari Kelompok Usia Pekerja*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/mayoritas-pengguna-internet-di-indonesia-berasal-dari-kelompok-usia-pekerja>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models*. July 2018.
- Detik Finance. (2022). *Pengguna Dompot Digital Makin Menjamur, tapi Masih Didominasi Warga Jakarta*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/fintech/d-6204379/pengguna-dompot-digital-makin-menjamur-tapi-masih-didominasi-warga-jakarta>
- Digital Bisa. (2022). *Indonesia Siap Dominasi Pasar E-Payment ASEAN 2025*. <https://digitalbisa.id/artikel/indonesia-siap-dominasi-pasar-e-payment-asean-2025-8EQod>
- Dillon, A., & Morris, M. G. (1996). User Acceptance of Information Technology: Theories and Models. *Annual Review of Information Science and Technology*, 31(March), 3–32.
- Do, N. H., Tham, J., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. A. (2020). Analysis of Customer Behavioral Intentions Towards Mobile Payment: Cambodian Consumer's Perspective. *Accounting*, 6(7), 1391–1402. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.8.010>
- Ekonomi Bisnis. (2019). *Penggunaan Mobile Payment di Indonesia Tumbuh*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190613/9/933358/penggunaan-mobile-payment-di-indonesia-tumbuh>
- Eliyana, A. (2022). *A study of behavioral intention in the practices for mobile payment technology users in Indonesia*. UNAIR NEWS.
- Fauziridwan, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Teknologi Mobile Payment Pada Generasi Baby Boomers Di Indonesia. *Journal of Digital Business and Management*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i1.36>

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior, An Introduction to Theory and Research*. In *Addison-Wesley Publishing Company*. Addison-Wesley Publishing Company. <https://philarchive.org/archive/FISBAI>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based Behavior Change Interventions : Comments on Hobbis. *Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/1359105305048552>
- Gefen, D., & Detmar, S. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(1), 1–30. <https://doi.org/10.17705/1jais.00008>
- Gholami, R., Ogun, A., Koh, E., & Lim, J. (2010). Factors affecting e-payment adoption in Nigeria. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 8(4), 51–67. <https://doi.org/10.4018/jeco.2010100104>
- Ghozali, I. (2017). Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24 update Bayesian SEM. *Model Persamaan Struktural. Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS*, 24.
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. M. F. (2020). The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academicians' adoption to e-Learning in higher education environments. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(1), 86–106. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>
- Hadi, A. F., & Idrizon. (2020). Analysis of Non-Cash Payment Systems (E-Money) on MSME Transactions Using Analytical Hierarchy Process (AHP) Approach. *Jurnal Ipteks Terapan*, 14(4), 434–441. <http://publikasi.ildikti10.id/index.php/jit/article/view/112>
- Hasan, A., Sikarwar, P., Mishra, A., Raghuwanshi, S., Singhal, A., & Joshi, A. (2024). *Determinants of Behavioral Intention to Use Digital Payment among Indian Youngsters*.
- Histori, O. (2022). Financial Literacy, Social Influence And The Use Of Digital Payments: A Literature Review. *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 1(2), 206–220.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. SAGE Publication.
- Hoyle, R. H. (2017). *Handbook of Structural Equation Modeling*. In *The Guilford Press*.
- Ishak. (2023). *Menuju Era Pembayaran Tanpa Uang Tunai: Tren dan Tantangan Pembayaran Digital di Indonesia*. <https://digitaltransformation.co.id/tren-dan-tantangan-pembayaran-digital-di-indonesia/>
- Kardoyo, K., Nurkhin, A., Kusumantoro, K., Mukhibad, H., & Utami, N. (2022). *An Analysis of Student's Behavioral Intention to Use Digital Wallet Using UTAUT Model*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-12-2021.2318330>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51–60. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002200275800200106>
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Attitude Change: The Competing Views*, 49, 205–233. <https://doi.org/10.4324/9781351315364-8>
- Kelman, H. C. (1974). Further Thoughts on the Processes of Compliance, Identification, and Internalization. In *Social Power and Political Influence* (p. 47).
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic Motivation and Social Influence on Behavioral Intention of E-Money: The Role of Payment Habit as a Mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1).
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *Service Industries Journal*, 35(10), 537–554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *MARKETING MANAGEMENT 14th EDITION*.
- LaMorte, W. W. (2022). *Behavioral Change Models*. Boston University School of Public Health. <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Lee, C., & Coughlin, J. F. (2015). PERSPECTIVE: Older Adults' Adoption of Technology: An Integrated Approach to Identifying Determinants and Barriers. *Journal of Product Innovation Management*, 32(5), 747–759. <https://doi.org/10.1111/jpim.12176>
- Li, M., & Cai, L. A. (2012). The Effects of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287511418366>
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129(October 2017), 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Lin, W. R., Lin, C. Y., & Ding, Y. H. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile payment: An empirical study in Taiwan. *Mathematics*, 8(10), 1–19. <https://doi.org/10.3390/math8101851>
- Mahwadha, W. I. (2019). *BEHAVIORAL INTENTION OF YOUNG CONSUMERS TOWARDS E-WALLET ADOPTION: AN EMPIRICAL STUDY AMONG INDONESIAN USERS*. 1(9), 79–93. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.09>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research- An Applied Orientation*.
- Malhotra, N. K., & Das, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation 7th Edition*.
- Malhotra, N. K., & Hall, P. (2015). *Student Resource Manual with Technology Manual Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation Preface*.
- Mann, C. J. (2003). Observational research methods. Research design II: Cohort, cross sectional, and case-control studies. *Emergency Medicine Journal*, 20(1), 54–60. <https://doi.org/10.1136/emj.20.1.54>
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023a). The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review. In S. Papagiannidis. *In S. Papagiannidis (Ed), TheoryHub Book. Available at <https://Open.Ncl.Ac.Uk> / ISBN: 9781739604400*, 16pg.
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023b). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review. *In S. Papagiannidis (Ed), TheoryHub Book. . <http://open.ncl.ac.uk/ISBN:9781739604400>*
- Masihuddin, M., Islam Khan, B. U., Islam Mattoo, M. M. U., & Olanrewaju, R. F. (2017). A Survey on E-Payment Systems: Elements, Adoption, Architecture, Challenges and Security Concepts. *Indian Journal of Science and Technology*, 10(20), 1–19. <https://doi.org/10.17485/ijst/2017/v10i20/113930>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81–90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>
- McDaniel, C., & Roger, G. (2010). *Marketing Research 9 th Edition*.
- McLeod, S. (2023). *Social Influence Revision Notes*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/a-level-social.html>
- Mercado, P. R. (2021). *FinTech Strategy: Linking Entrepreneurship, Finance, and Technology*.
- Mwafise, A. M., & Stapleton, L. (2012). Determinants of user adoption of mobile electronic payment systems for microfinance institutions in developing countries: Case study cameroon. In *IFAC Proceedings Volumes (IFAC-PapersOnline)* (Vol. 45, Issue 10). IFAC. <https://doi.org/10.3182/20120611-3-IE-4029.00010>
- Namkung, Y., & Shawn, S. (2009). The effects of interactional fairness on satisfaction and behavioral intentions : Mature versus non-mature customers. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 397–405. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.001>
- Noer, L. R., Fadhilah, J., Prihananto, P., & Noer, B. A. (2023). Exploring the Impact of Trust, Perceived Utility, Ease of Use Perception, and Social Influence on E-Payment Adoption. *Jurnal Sosial Humaniora*, 16(1), 1.

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

<https://doi.org/10.12962/j24433527.v16i1.18667>

- Nugraheni, A. I. P., Pancawati, N., & Yuda, N. P. (2022). Hambatan Generasi Baby Boomers dalam Mengadopsi Dompot Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 417. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.1162>
- Oyelami, L. O., Adebisi, S. O., & Adekunle, B. S. (2020). Electronic payment adoption and consumers' spending growth: empirical evidence from Nigeria. *Future Business Journal*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00022-z>
- Pan, Y.-C., Jacobs, A., Tan, C., & Tehraini, J. (2022). Exploring Consumer Mobile Payment Adoption: A Multi-Country Study. *Communications of the IIMA*, 20(1). <https://doi.org/10.58729/1941-6687.1432>
- Park, J., & Kang, H. (2013). Factors influencing adoption of mobile banking: Offline versus online/mobile banking. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 3(18), 1–13.
- Permana Derry Anwar. (2018). *Pengaruh Tourist Experience Terhadap Behavioral Intention DiMuseum Benteng Heritage*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (n.d.). *Consumer Behavior & Marketing Strategy Ninth Edition*.
- pointerpro. (2023). *Numerical Scale*. <https://help.pointerpro.com/en/support/solutions/articles/35000041598-numerical-scale>
- Purwanto, E., Sjarief, R., Dawan, A., Kurniawan, S., Pertiwi, N., & Zahra, N. (2023). the Acceptance of Electronic Payment Among Urban People: an Empirical Study of the C-Utaut-Irt Model. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), 1–25. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.559>
- Rahardjo, P. A. D. E. S. A. K. (2020). Adoption of the Mobile Payment System in Small Medium-Sized Enterprises. *Profit Unibraw*, 164–170. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/1005>
- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 116. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>
- Rahi, S., Ghani, M. A., Alnasera, F. M., & Ngah, A. H. (2018). Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context. *Management Science Letters*, 8(3), 173–186. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.1.001>
- Rahma, H. N., Hanum, D. R., Noviyanti, A. V., & Kustiningsih, N. (2021). F. Penggunaan Electronic Payment Sebagai Solusi Pembayaran Pada Umkm Serendipity Snack Ditengah Pandemi Covid-19. *Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 4(2), 71. <https://doi.org/10.54980/imkp.v4i2.161>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Rahmiati, R., & Susanto, P. (2022). The Effects of Social Influence, Hedonic Motivation, and Habit on E-Money Behavioral Intention: The Role of Perceived Risk as a Moderator. *Proceedings of the Eighth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA-8 2021) The*, 222(1), 184–189.
- Reza, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3(1), 1–22.
- Riffai, M. M. M. A., Grant, K., & Edgar, D. (2012). Big TAM in Oman: Exploring the promise of on-line banking, its adoption by customers and the challenges of banking in Oman. *International Journal of Information Management*, 32(3), 239–250. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2011.11.007>
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T. (2008). *The relationships among overall quick-casual restaurant image , perceived value , customer satisfaction , and behavioral intentions*. 27, 459–469. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.11.001>
- Santoso, S. (2011a). *Structural equation modeling*. Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2011b). *Structural Equation Modeling (Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18)*. PT Elex Media Komputindo.
- Saul Mcleod, P. (2023). *Social Influence Revision Notes*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/a-level-social.html>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business - A Skill Building Approach*.
- Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., Abdullah, T. M. K., & Abdullah, T. M. K. (2022). Investigasi Behavioral Intention pada Sistem Pembayaran QRIS di Merchant UMKM. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3467–3480.
- Shafie, I. S. M., Yusof, Y. L. M., Mahmood, A. N., & Ishar, N. I. M. (2020). Factors Influencing the Adoption of E-Payment: An Empirical Study in Malaysia. *ADVANCES IN BUSINESS RESEARCH INTERNATIONAL JOURNAL*, 4(2), 53.
- Sigit Hermawan, W. H. (2022). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN BISNIS ( Kuantitatif dan Kualitatif ) Oleh Sigit Hermawan Wiwit Hariyanto Diterbitkan oleh Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191–205.
- Siti Ambar Wati. (2020). *Pengaruh consumer awareness, trust, dan perceived of risk terhadap adop digital banking*.

- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology and Marketing*, 32(8), University of Bristol - Explore Bristol Research. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823/abstract>.
- Smith, M. (2016). *Baby Boomers: The New Generation of Seniors*. New York: HarperCollins.
- suci rahayu rais, nurlaila, jovial dien, maik, & y dien, albert. (2018). Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Mozaik*, 10, 61–71.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sunny, P., & George, A. (2018). *DETERMINANTS OF BEHAVIORAL INTENTION TO USE MOBILE WALLETS – A CONCEPTUAL MODEL*. 5(5), 52–62.
- Susanto, E., Solikin, I., & Purnomo, B. S. (2022). A Review Of Digital Payment Adoption In Asia. *Advanced International Journal of Business Entrepreneurship and SMEs*, 4(11), 1–15.
- Tang, C. S. (2022). Innovative Technology and Operations for Alleviating Poverty through Women's Economic Empowerment. *Production and Operations Management*, 31(1), 32–45. <https://doi.org/10.1111/poms.13349>
- Trocchia, P. J., & Janda, S. (2000). A phenomenological investigation of Internet usage among older individuals. *Journal of Consumer Marketing*, 17(7), 605–614. <https://doi.org/10.1108/07363760010357804>
- Ullman, J. B., & Bentler, P. M. (1998). *Handbook of psychology: Structural equation models*. 661–690.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Vinitha, K., & Vasantha, S. (2017). Influence of demographic variables on usage of e-payment system. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 8(11), 265–276.
- Waude. (2017). *Social Influence: Why do people to conform in groups? A look at how social influence affects opinions and behavior*. Psychologist World. <https://www.psychologistworld.com/influence/social-influence#references>
- Wijaya, A. S., Nugroho, R. Y., & Abadi, M. (2023). Penggunaan Metode E-Payment Terhadap Kegiatan Jual Beli Pada Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnalku*, 3(2), 151–162. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i2.370>

- Yi, M. Y., & Hwang, Y. (2003). *Predicting the use of web-based information systems : self-efficacy , enjoyment , learning goal orientation , and the technology acceptance model*. 59, 431–449. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00114-9](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00114-9)
- Yuliati, A. R. N. (2015). *Faktor pengaruh minat pengguna financial technology pada e-wallet (Survei pada pengguna ShopeePay) Aisyani*. 2504, 1–9.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2013). *Generations at work: Managing the clash of boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the workplace*. AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>



# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### SK PEMBIMBING SKRIPSI



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
Nomor : 4024 /UN40.A7/TD.06/2024

TENTANG  
PENGANGKATAN DAN PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

DEKAN FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA,

- Menimbang** :
- a. usulan Ketua Program Sarjana (S1) Program Studi Pendidikan Bisnis nomor B-315/UN40.A7.2/TD.06/2024 tanggal 24 April 2024 tentang Permohonan Penerbitan SK Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia dipandang perlu untuk menugaskan dosen pembimbing skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis;
  - b. bahwa kegiatan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa di Program Studi Pendidikan Bisnis merupakan salah satu kewajiban dosen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi;
  - c. Rencana Kerja Tahunan dan Program Kerja FPEB Tahun 2024;
  - d. bahwa sehubungan dengan butir a, b, c dan d diatas dipandang perlu untuk mengeluarkan Surat Keputusan Dekan mengenai nama-nama dosen pembimbing skripsi di Program Studi Pendidikan Bisnis serta menetapkan nama-nama mahasiswa yang dibimbingnya;
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
  2. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4496) sebagaimana telah diubah Kedua kalinya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5670);
  3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
  4. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Nomor 5509);
  5. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2015 Tentang Bentuk dan Mekanisme Pendanaan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 28 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6461);

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
8. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 03/PER/MWA UPI/2015 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 06/PER/MWA UPI/2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2014 tentang Statuta Universitas Pendidikan Indonesia;
9. Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 04 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Universitas Pendidikan Indonesia 2021-2025;
10. Peraturan Majelis Wali Amanat Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 02 Tahun 2022 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Strategis Universitas Pendidikan Indonesia;
11. Peraturan Majelis Wali Amanat Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 03 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Majelis Wali Amanat Nomor 04 Tahun 2020 tentang Rencana Strategi Universitas Pendidikan Indonesia 2021-2025;
12. Peraturan Majelis Wali Amanat Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 06 Tahun 2023 tentang Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2024;
13. Peraturan Rektor Nomor 0426/UN40/HK/2018 tentang Insentif Berbasis Kinerja bagi Tenaga Kependidikan di Lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia;
14. Peraturan Rektor Nomor 7565/UN40/HK/2019 tentang Standar Mutu Universitas Pendidikan Indonesia;
15. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 001 Tahun 2022 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Universitas Pendidikan Indonesia;
16. Peraturan Rektor Nomor 014 tahun 2022 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia;
17. Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 028 tahun 2022 tentang perubahan atas Peraturan Rektor Nomor 014 tahun 2022 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

#### MEMUTUSKAN

Menetapkan

**KESATU** : Mengangkat dosen pembimbing skripsi di tingkat Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia dalam kolom V untuk membimbing mahasiswa seperti tercantum pada kolom II Lampiran Surat Keputusan ini.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



- KEDUA : 1. Memberi kewenangan penuh Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis untuk melakukan koordinasi dengan Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis dalam kegiatan bimbingan skripsi;
2. Memberi tugas kepada Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis untuk mengawasi pelaksanaan proses kegiatan bimbingan skripsi dosen dengan para mahasiswa yang dibimbingnya;
3. Mengangkat tim dosen pembimbing skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis untuk melakukan kegiatan bimbingan skripsi paling lama 6 (enam) bulan, perpanjangan waktu bimbingan paling lambat 1x6 (enam) bulan;
- KETIGA : Surat Keputusan ini berlaku mulai ditetapkan.

Ditetapkan di : Bandung  
Pada tanggal : 25 April 2024  
DEKAN,



EENG AHMAN

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.





Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Nomor : 4024 /UN40.A7/TD.06/2024  
Tentang : Tentang Pengangkatan dan Penetapan Dosen Pembimbing  
Skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia

NO	NAMA / NIM	JUDUL SKRIPSI	DOSEN PEMBIMBING AKADEMIK	DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
I	II	III	IV	V
1.	Fauzi Nurahman / 2004034	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Studi pada Pengguna QRIS di Jawa Barat)	Drs. Girang Razati, M.Si.	1. Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M. 2. Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.
2.	Ayu Nurfadilah / 1900408	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> dan <i>Financial Attitude</i> terhadap <i>Financial Management Behavior</i> (Survei terhadap Generasi Z di Kabupaten Indramayu)	Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP	1. Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M. 2. Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.
3.	Rizqy MulyaPutra Hermawan / 2000777	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> (Survei pada Pelanggan <i>Coffee Shop</i> Lokal di Bandung)	Drs. Girang Razati, M.Si	1. Dr. Bambang Widjadjanta, MM 2. Lisnawati, S.Pd., MM
4.	Muhammad Al Ghifari Fathan / 2006437	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>E-Payment Adoption Behavior</i> yang Dimediasi oleh <i>Behavioral Intention to Use E-Payment</i>	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, M.T., M.M.	1. Dr. Imas Purnamasari, S.Pd., M.M. 2. Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M.
5.	Anisa Firdaus / 2007486	Pengaruh <i>Short Video Marketing</i> dan <i>Brand Perception</i> terhadap <i>Consumer Brand Attitude</i> (Survei <i>Viewers</i> pada Akun Tiktok <i>Wonderful Indonesia</i> )	Dr. Dita Amanah, MBA	1. Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. 2. Dr. Dita Amanah, MBA.
6.	Rischa Anindita Catury / 2002903	Pengaruh <i>Streamer Credibility</i> pada <i>Live Streaming Shopping</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Engagement</i> (Survei pada Pengguna Aplikasi Lazada di Indonesia)	Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP	1. Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos., M.M. 2. Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si.

Dokumen ini telah dibastangi secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



NO	NAMA / NIM	JUDUL SKRIPSI	DOSEN PEMBIMBING AKADEMIK	DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
I	II	III	IV	V
1.	Dewi Septi Sukmanan / 2008206	Pengaruh <i>Brand Community</i> terhadap <i>Brand Loyalty Avoket</i> Dengan <i>Brand Engagement</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Survei terhadap Pengguna Avoket yang Terlibat dalam <i>Followers Instagram</i> <i>Brand Community</i> di Indonesia)	Dr. Dita Amanah, MBA.	1. Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. 2. Dr. Dita Amanah, MBA.

Ditandatangani di Bandung  
Pada tanggal 25 April 2024  
DEKAN,



Dokumen ini telah dibastangi secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka tanda tangan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah.



## LAMPIRAN 2

### REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA



#### LAMPIRAN REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Al Ghifari Fathan  
NIM : 2006437  
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Influence* terhadap *E-Payment Adoption* yang Dimediasi *Behavioral Intention to Use E-Payment* (Survey pada Generasi *Baby Boomers* di Kota Bandung)

Dosen Pembimbing I : Dr. Inas Purnamasari, S Pd., M.M

No	Tahapan Bimbingan	Waktu Bimbingan	Tanda Tangan
1	Menyerahkan draft skripsi dari BAB I – BAB III	30 Mei 2024	
2	Mereview dan revisi BAB I – BAB III	4 Juni 2024	
3	Menyerahkan draft BAB I- BAB III dan Kuesioner	2 Juli 2024	
4	Mereview dan revisi BAB – BAB III	5 Juli 2024	
5	Mereview kuesioner	8 Juli 2024	
6	Menyebarkan angket kuesioner	23 Juli 2024	
7	Menyerahkan draft skripsi dari BAB I – BAB V	16 Agustus 2024	
8	Membahas dan review BAB I-V	19 Agustus 2024	
9	Revisi Bab II k Bab IV	20 Agustus 2024	
10	Menyerahkan revisi Bab II k IV	22 Agustus 2024	
11	Perbaikan pada Bab IV	25 Agustus 2024	
12	Acc k ttd Rekapitulasi	26 Agustus 2024	



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA



LAMPIRAN REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Al Ghifari Fathan  
NIM : 2006437  
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Influence* terhadap *E-Payment Adoption* yang Dimediasi *Behavioral Intention to Use E-Payment* (Survey pada Generasi *Baby Boomers* di Kota Bandung)

Dosen Pembimbing II : Ratu Dintha Insyani ZFS, S.Pd., M.M

No	Tahapan Bimbingan	Waktu Bimbingan	Tanda Tangan
1	Melakukan revisi dan menganalisis Judul	14 Mei 2024	
2	Menentukan objek penelitian	17 Mei 2024	
3	Mereview BAB I	22 Mei 2024	
4	Meriview dan merevisi BAB I	29 Mei 2024	
5	Menyerahkan draft bab II	30 Mei 2024	
6	Revisi BAB II	12 Juni 2024	
7	Menentukan metode penelitian yang akan digunakan	19 Juni 2024	
8	Revisi BAB III dan membuat kuesioner	27 Juni 2024	
9	Revisi pada kuesioner dan menyebar kuesioner	15 Juli 2024	
10	Revisi penulisan BAB IV	5 Agustus 2024	
11	Revisi BAB V	14 Agustus 2024	
12	Acc lembar pengesahan skripsi	16 Agustus 2024	

### LAMPIRAN 3

#### KUESIONER PENELITIAN

#### KUESIONER PENELITIAN (ANGKET) PENGARUH *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *E-PAYMENT* *ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR* YANG DIMEDIASI OLEH *BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT* (Survey pada Generasi *Baby boomers* di Kota Bandung)

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia (FPEB UPI). Saya Muhammad Al Ghifari Fathan bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Social influence* Terhadap *E-payment adoption behavior Behavior* Yang Dimediasi oleh *Behavioral intention to use e-payment* (Survey pada Generasi *Baby boomers* di Kota Bandung). Demi hasil yang representatif, maka diperlukan data sampel berupa pengisian kuesioner oleh Anda selaku pelanggan yang berniat menggunakan *e-payment*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi berbagai pihak. Oleh karena itu, saya harap Anda bersedia untuk mengisi semua pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pengalaman Anda saat ingin menggunakan *e-payment*.

#### PETUNJUK PENGISIAN

1. Angket ini terdiri dari empat bagian yaitu: identitas responden, pengalaman responden, tanggapan responden mengenai *Social influence*, tanggapan responden mengenai *behavioral intention to use e-payment* dan tanggapan responden mengenai *e-payment adoption behavior behavior*.
2. Setiap butir pertanyaan serta alternatif jawaban dibaca dengan teliti dan mohon dijawab tanpa ada yang terlewat.
3. Responden diharapkan tidak berpikir bagaimana sebaiknya tetapi diisi sesuai dengan pengalaman dan kenyataan yang ada.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

**Petunjuk: berilah tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan kondisi anda.**

1. Jenis Kelamin
  - Laki-laki
  - Perempuan
2. Usia: ... Tahun
3. Asal Tinggal : Kota: ... Provinsi: ...

#### II. PENGALAMAN RESPONDEN

**Petunjuk: berilah tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan kondisi anda.**

1. Apakah anda pernah menggunakan produk *e-payment* (gopay, shopeepay, ovo, Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024  
*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



- qris, m-banking, dsb) ?
- Pernah
  - Tidak Pernah
2. Apakah anda menggunakan aplikasi *whatsapp* serta media social lainnya (*Instagram, Facebook, Twitter*, dan lain sebagainya)
- Iya
  - Tidak
3. Jika pernah seberapa sering anda menggunakan *e-payment*?
- Selalu menggunakan
  - Sering
  - Jarang
  - Tidak pernah menggunakan
4. Apa alasan anda menggunakan produk *e-payment*?
- Mudah digunakan
  - Lebih banyak mendapat keuntungan dibanding metode pembayaran konvensional
  - Adanya promo menarik yang menarik
  - Direkomendasikan oleh teman, keluarga, atau orang lain
  - Mencoba metode pembayaran yang baru

### III. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP SOCIAL INFLUENCE (X1)

Konsep *social influence* merujuk pada pengaruh sosial yang memengaruhi perilaku, sikap, atau keyakinan seseorang. Dalam konteks UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), *social influence* didefinisikan sebagai "derajat di mana seseorang mempersepsikan bahwa orang penting lain percaya bahwa ia harus menggunakan sistem baru" (Marikyan & Papagiannidis, 2023a).

No.	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup	Setuju	Sangat Setuju
<i>Compliance</i>						
1.	Saya mendapatkan rekomendasi penggunaan <i>e-payment</i> oleh anggota keluarga					
2.	Ketika saya menggunakan <i>e-payment</i> saya ingin diakui oleh keluarga					
3.	Saya ingin mendapat imbalan dari keluarga karena menggunakan <i>e-payment</i>					
4.	Saya mendapatkan rekomendasi penggunaan <i>e-payment</i> oleh teman					
5.	Ketika saya menggunakan <i>e-</i>					

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup	Setuju	Sangat Setuju
	<i>payment</i> saya ingin diakui oleh teman					
6.	Saya ingin mendapat imbalan dari teman karena menggunakan <i>e-payment</i>					
<b>Identification</b>						
7.	Saya mendapat pengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> agar sama seperti keluarga					
8.	Saya mendapat pengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> agar sama seperti teman					
9.	Saya mendapat pengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> karena saran dari keluarga					
10.	Saya mendapat pengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> karena saran dari teman					
11.	Saya meniru perilaku orang lain dalam menggunakan <i>e-payment</i>					
<b>Internalization</b>						
12.	Saya terpengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> karena manfaatnya bagi diri saya					
13.	Saya terpengaruh untuk menggunakan <i>e-payment</i> karena cocok untuk diri saya					

#### IV. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT (X2)*

*Behavioral intention* mengacu pada kemauan dan upaya individu untuk melakukan perilaku tertentu di masa depan. Dalam konteks penerimaan teknologi, niat perilaku untuk menggunakan teknologi tertentu, seperti sistem pembayaran elektronik, adalah penentu utama penggunaan teknologi yang sebenarnya (Anwar *et al.*, 2024). Dalam konteks penelitian ini adalah kemauan dan upaya individu untuk melakukan perilaku pembayaran menggunakan metode *e-payment*.

No.	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup	Setuju	Sangat Setuju
<b><i>Attitude of Intention</i></b>						
14.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> untuk melakukan transaksi belanja online					
15.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> untuk membayar tagihan bulanan					
<b><i>Subjective norms</i></b>						
16.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena melihat lingkungan sekitar yang mulai mengadopsi <i>e-payment</i>					
17.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena penyedia layanan hanya menerima pembayaran menggunakan <i>e-payment</i>					
<b><i>Perceived Behavioral Control</i></b>						
18.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena merasa mampu menggunakan <i>e-payment</i> Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena merasa mampu menggunakan <i>e-payment</i>					
19.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena percaya diri dapat menggunakan <i>e-payment</i>					
20.	Saya berniat menggunakan <i>e-payment</i> karena merasa mudah untuk digunakan					

## V. PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP *E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR* (Y)

*Adoption Behavior* mengacu pada proses di mana individu dan organisasi mulai menggunakan teknologi tertentu, seperti sistem pembayaran elektronik. *E-payment adoption behavior* telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk munculnya pandemi COVID-19, yang telah mempercepat adopsi metode pembayaran digital (Mwafise & Stapleton, 2012).

No.	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup	Setuju	Sangat Setuju
<b><i>Perceived Usefulness</i></b>						
21.	Saya menggunakan <i>e-payment</i> karena tidak perlu membawa uang fisik					
22.	Saya menggunakan <i>e-payment</i> karena lebih efisien dibanding metode pembayaran konvensional					
<b><i>Perceived Ease of Use</i></b>						
23.	Saya menggunakan <i>e-payment</i> karena mudah untuk digunakan					
<b><i>Attitude of Adoption</i></b>						
24.	Saya menggunakan <i>e-payment</i> karena saya percaya pada metode pembayaran <i>e-payment</i>					
25.	Saya menggunakan <i>e-payment</i> karena aman untuk digunakan					
26.	Saya merasa puas ketika menggunakan <i>e-payment</i>					
27.	Saya merasa bahwa menggunakan <i>e-payment</i> adalah keputusan yang tepat					

## LAMPIRAN 4

## KARAKTERISTIK RESPONDEN DAN PENGALAMAN RESPONDEN

R	Jenis Kelamin	Usia	Asal Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Rata-rata Pnghasilan Per Bulan	Menggunakan Whatsapp dan Media Sosial Lainnya	Pernah Menggunakan Produk E-payment	Frekuensi Penggunaan E - Payment	Alasan Utama Menggunakan E-payment
1	Perempuan	56	Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
2	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
3	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawabarat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
4	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
5	Laki - laki	56	Kota bandung, jawa barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
6	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
7	Laki - laki	58	Kota bandung, jawa barat	S1	Wirusaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
8	Perempuan	56	Kota Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
9	Perempuan	56	Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
10	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
11	Perempuan	56	Kota Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
12	Perempuan	57	BANDUNG	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
13	Perempuan	57	Bandung	SMA/K Sederajat	Instruktur Aeribic	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
14	Perempuan	57	Bandung	SMA/K	Karyawan	> Rp.	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				Sederajat	Swasta	10.000.000				
15	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
16	Laki - laki	56	Bdg	S1	Karyawan Swasta	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
17	Perempuan	56	Bandung	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
18	Perempuan	61	Kab Bandung	Diploma	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
19	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
20	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
21	Laki - laki	56	Kota Bandung, jawa barat	Diploma	Wirasaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
22	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
23	Perempuan	57	Bandung	Diploma	Wirasaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
24	Perempuan	57	Bandung	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
25	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa barat	S1	Karyawan Swasta	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
26	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
27	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Wirasaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
28	Perempuan	56	kota Bandung, jawa barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
29	Perempuan	57	Kota Bandung, jawa barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
30	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
31	Laki - laki	56	Kota Bandung,	Diploma	Wirasaha	Rp. 7.500.000 -	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Jawa Barat			Rp. 10.000.000				
32	Perempuan	56	Bandung	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Jarang
33	Perempuan	57	Bandung	Diploma	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
34	Perempuan	57	Bandung	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
35	Perempuan	60	Bandung	SMA/K Sederajat	Wirasaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Jarang
36	Perempuan	56	Kota Bandung, jawa barat	S1	Wirasaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
37	Perempuan	66	Bandung	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Tidak tahu
38	Laki - laki	57	Bandung, Jabar	S1	Karyawan Swasta	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
39	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
40	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
41	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
42	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
43	Perempuan	65	kota. Bandung	S1	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
44	Perempuan	59	Kab.Bandung Jawa Barar	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
45	Laki - laki	57	Bandung	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
46	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
47	Laki - laki	56	Bandung	S2	Wirasaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

48	Perempuan	58	Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
49	Perempuan	60	Bandung	S2	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
50	Laki - laki	58	Bandung	Diploma	TNI dan Polri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
51	Laki - laki	59	Bandung	S2	TNI dan Polri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
52	Laki - laki	61	Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
53	Perempuan	62	Bandung	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
54	Laki - laki	64	Bandung	S2	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
55	Laki - laki	62	Bandung	SMA/K Sederajat	Wirusaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
56	Laki - laki	59	Bandung	S2	Pegawai Negeri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
57	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
58	Perempuan	59	Bandung	Diploma	Guru	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
59	Perempuan	60	Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
60	Laki - laki	58	Bandung	S2	Dosen	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
61	Perempuan	57	Bandung	Diploma	Guru Paud	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
62	Perempuan	60	Bandung	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
63	Perempuan	59	bandung	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
64	Perempuan	56	Kota bandung	S1	Ibu Rumah	< Rp.	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



			jawa barat		Tangga	5.000.000				pembayaran konvensional
65	Perempuan	62	Bandung	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
66	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
67	Perempuan	59	Bandung	S1	Guru	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
68	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
69	Perempuan	58	Bandung	S1	Wirusaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
70	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
71	Laki - laki	61	Bandung	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
72	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
73	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
74	Perempuan	59	Bandung	Diploma	Wirusaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
75	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
76	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
77	Laki - laki	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
78	Laki - laki	58	Bandung	S1	TNI dan Polri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

79	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
80	Perempuan	57	Bandung	S1	Guru SMA	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
81	Perempuan	59	Bandung	SMA/K Sederajat	Wirausaha	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
82	Perempuan	58	Kota Bandung	Diploma	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
83	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
84	Perempuan	60	Bandung	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
85	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
86	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
87	Laki - laki	59	Bandung	SMA/K Sederajat	Driver	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
88	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
89	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
90	Perempuan	58	BANDUNG	S2	Dosen	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
91	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
92	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
93	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirausaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
94	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

95	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
96	Laki - laki	60	Bandung	SMA/K Sederajat	Jualan bakso	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
97	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
98	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
99	Perempuan	59	Bandung	Diploma	SPG	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
100	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
101	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
102	Perempuan	58	Bandung	Diploma	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
103	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
104	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
105	Laki - laki	61	Bandung	SMA/K Sederajat	Ngojek	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
106	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
107	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
108	Laki - laki	60	Bandung	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
109	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
110	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

111	Perempuan	59	Bandung	SMA/K Sederajat	Jualan sembako	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
112	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
113	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
114	Laki - laki	63	Bandung	Diploma	Guru ngaji	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
115	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
116	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
117	Perempuan	60	Bandung	Diploma	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
118	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
119	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
120	Perempuan	58	Bandung	S1	Guru Tk	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
121	Laki - laki	67	Kota Bandung, Jawa Barat	S3	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
122	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
123	Perempuan	62	Bandung	SMA/K Sederajat	Penjahit	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
124	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
125	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
126	Laki - laki	60	Bandung	S2	Pegawai Negeri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
127	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
128	Perempuan	58	Bandung	S2	Dosen	> Rp.	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

						10.000.000				harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
129	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
130	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
131	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
132	Perempuan	60	Bandung	SMA/K Sederajat	Jualan Seblak	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
133	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
134	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
135	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
136	Perempuan	57	Bandung	S2	Dosen	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
137	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
138	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
139	Perempuan	59	Bandung	SMA/K Sederajat	Warung klontong	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
140	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
141	Laki - laki	61	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
142	Laki - laki	60	Bandung	S1	TNI dan Polri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
143	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
144	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
145	Laki - laki	58	Bandung	Diploma	Karyawan	< Rp.	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

					Swasta	5.000.000				oleh waktu
146	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
147	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
148	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
149	Perempuan	60	Bandung	SMA/K Sederajat	Wirasaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
150	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
151	Laki - laki	65	Bandung	SMA/K Sederajat	Driver	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
152	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
153	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
154	Perempuan	60	Bandung	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
155	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
156	Laki - laki	58	Bandung	S2	Dosen Kimia	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
157	Perempuan	63	Bandung	Diploma	Penjahit	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
158	Laki - laki	63	Bandung	SMA/K Sederajat	Kuli Bangunan	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
159	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
160	Perempuan	58	Bandung	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
161	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

162	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
163	Laki - laki	60	Bandung	SMA/K Sederajat	Ojek	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
164	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
165	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S2	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
166	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
167	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
168	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
169	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
170	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
171	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
172	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
173	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
174	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
175	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
176	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
177	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
178	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
179	Laki - laki	60	Kota Bandung,	S1	Karyawan	Rp. 5.000.000 -	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Jawa Barat		Swasta	Rp. 7.500.000				pembayaran konvensional
180	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
181	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
182	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
183	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
184	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
185	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
186	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
187	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
188	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
189	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
190	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
191	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
192	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
193	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
194	Perempuan	67	Kota Bandung,	S1	Karyawan	Rp. 5.000.000 -	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



			Jawa Barat		Swasta	Rp. 7.500.000				
195	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
196	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
197	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
198	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
199	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
200	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
201	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
202	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
203	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
204	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
205	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
206	Perempuan	67	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
207	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
208	Perempuan	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirasaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
209	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
210	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

										produk <i>e-payment</i>
211	Laki - laki	60	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
212	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
213	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
214	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
215	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
216	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
217	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
218	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
219	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
220	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
221	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mudah digunakan
222	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
223	Perempuan	60	Bandung	S1	Karyawan Swasta	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
224	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
225	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
226	Laki - laki	58	Kota Bandung,	S1	Karyawan	Rp. 5.000.000 -	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Jawa Barat		Swasta	Rp. 7.500.000				harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
227	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Layanan tidak terbatas oleh waktu
228	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
229	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
230	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
231	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
232	Perempuan	56	Kota Bandung Jawa Barat	S1	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
233	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
234	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Jarang	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
235	Laki - laki	57	Kota Bandung, Jawa Barat	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
236	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
237	Laki - laki	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Transaksi lebih cepat
238	Perempuan	57	Bandung	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Mudah digunakan
239	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
240	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
241	Perempuan	57	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
242	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Mudah digunakan
243	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

										produk <i>e-payment</i>
244	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Layanan tidak terbatas oleh waktu
245	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Transaksi lebih cepat
246	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
247	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Layanan tidak terbatas oleh waktu
248	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
249	Perempuan	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Layanan tidak terbatas oleh waktu
250	Laki - laki	59	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
251	Perempuan	58	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.500.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Transaksi lebih cepat
252	Laki - laki	58	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Layanan tidak terbatas oleh waktu
253	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	S1	Wirusaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
254	Perempuan	63	BANDUNG	Diploma	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Mudah digunakan
255	Perempuan	57	Kota Cimahi, Jawa Barat	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mudah digunakan
256	Perempuan	56	Kota Bandung, Jawa Barat	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Sering	Tercatat dalam mutasi rekening sehingga memudahkan pencatatan keuangan bulanan
257	Perempuan	57	Ciwidey	SMA/K Sederajat	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Mudah digunakan
258	Laki - laki	58	Dago Jawa barat	Diploma	TNI dan Polri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

259	Laki - laki	56	Lembang	Diploma	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
260	Perempuan	58	Braga	Diploma	Pegawai Negeri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Transaksi lebih cepat
261	Perempuan	57	Cibaduyut	S1	TNI dan Polri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
262	Perempuan	57	Bandung	S1	Wirausaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
263	Perempuan	58	Ciwidey	S1	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>
264	Perempuan	58	Cihampelas	S1	Pegawai Negeri	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Adanya promo menarik yang ditawarkan dari produk <i>e-payment</i>
265	Perempuan	57	Braga	Diploma	Wirausaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
266	Laki - laki	58	Padalarangan	Diploma	Karyawan Swasta	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Transaksi lebih cepat
267	Perempuan	59	Braga	S2	TNI dan Polri	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Sering	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
268	Laki - laki	60	Kota bandung	SMA/K Sederajat	Wirausaha	> Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Lebih fleksibel dibanding pembayaran konvensional
269	Laki - laki	57	Lembang	SMA/K Sederajat	Wirausaha	Rp. 7.500.000 - Rp. 10.000.000	Iya	Pernah	Selalu menggunakan	Transaksi lebih cepat
270	Perempuan	58	Cipatat	Diploma	Karyawan Swasta	< Rp. 5.000.000	Iya	Pernah	Jarang	Mendapatkan potongan harga jika transaksi dengan <i>e-payment</i>

## LAMPIRAN 5

**KODING VARIABEL SOCIAL INFLUENCE, BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT, DAN E-PAYMENT  
ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR**

**KODING VARIABEL SOCIAL INFLUENCE**

R	Compliance						Jumlah	Identification					Jumlah	Internalization		Jumlah
	1	2	3	4	5	6		7	8	9	10	11		12	13	
1	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	5	5	24	5	5	10
2	5	4	4	4	5	4	26	5	4	5	4	4	22	5	5	10
3	4	2	4	3	4	2	19	2	4	3	4	2	15	3	3	6
4	3	4	2	3	3	3	18	4	4	3	3	3	17	4	3	7
5	5	4	5	4	4	3	25	5	4	4	4	4	21	4	4	8
6	4	3	4	4	3	3	21	4	4	4	3	4	19	3	4	7
7	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	10
8	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	6
9	4	3	3	3	4	3	20	3	4	2	3	4	16	3	4	7
10	5	5	5	5	3	3	26	3	5	5	5	5	23	5	5	10
11	3	5	4	3	2	4	21	3	3	3	4	3	16	2	5	7
12	5	5	4	4	4	5	27	5	4	4	4	4	21	5	5	10
13	4	5	4	4	4	4	25	4	3	3	4	4	18	4	4	8
14	4	4	3	3	4	3	21	5	3	4	4	4	20	4	3	7
15	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	8
16	4	5	4	5	4	4	26	5	4	5	4	4	22	5	4	9

17	3	4	3	4	4	3	21	4	3	4	3	3	17	4	3	7
18	4	2	4	3	3	2	18	2	5	4	2	2	15	4	3	7
19	5	3	5	3	4	4	24	4	4	3	5	4	20	4	4	8
20	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	4	3	17	3	4	7
21	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	4	3	16	3	3	6
22	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	4	4	23	5	5	10
23	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	20	4	5	9
24	4	4	4	4	3	3	22	3	4	3	4	4	18	4	3	7
25	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	25	5	5	10
26	3	3	3	5	3	4	21	3	4	3	4	4	18	5	3	8
27	3	5	5	5	5	4	27	5	4	5	4	4	22	4	4	8
28	5	3	5	4	4	3	24	3	2	5	5	5	20	4	4	8
29	4	4	4	3	4	4	23	5	4	3	3	4	19	4	3	7
30	4	4	5	2	2	2	19	2	2	4	3	4	15	3	3	6
31	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	24	5	5	10
32	3	3	5	4	3	3	21	3	2	3	4	5	17	4	3	7
33	5	3	4	4	2	2	20	3	3	4	3	4	17	4	4	8
34	5	5	3	3	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	8
35	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	4	4	23	5	4	9
36	4	5	3	5	5	4	26	4	4	5	5	5	23	4	5	9
37	4	4	3	3	3	4	21	4	3	3	3	3	16	3	4	7
38	4	3	4	3	3	4	21	3	4	3	4	4	18	3	4	7
39	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	10

40	5	5	4	4	3	5	26	4	5	4	5	5	23	4	5	9
41	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	8
42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	8
43	5	4	5	2	3	3	22	4	4	3	4	4	19	3	4	7
44	4	3	5	4	4	4	24	4	5	4	5	3	21	3	5	8
45	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	5	5	23	4	4	8
46	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	10
47	4	4	4	3	3	4	22	3	4	4	5	3	19	4	3	7
48	5	4	5	5	5	5	29	3	5	5	5	5	23	5	5	10
49	5	5	4	4	4	5	27	3	5	5	4	4	21	5	5	10
50	5	5	4	4	5	5	28	3	4	4	5	5	21	4	5	9
51	5	5	5	5	5	3	28	5	5	4	5	5	24	5	3	8
52	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	5	5	24	4	5	9
53	4	5	5	5	5	3	27	5	5	4	5	5	24	5	5	10
54	5	5	4	4	3	5	26	5	5	4	3	3	20	5	5	10
55	4	5	5	5	2	5	26	5	4	5	5	5	24	4	4	8
56	4	5	5	5	3	5	27	5	5	4	5	5	24	5	4	9
57	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	3	3	19	5	5	10
58	4	4	5	5	3	5	26	5	4	4	5	5	23	5	5	10
59	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	4	4	21	3	5	8
60	5	5	4	4	4	5	27	4	4	4	5	5	22	4	4	8
61	5	5	5	5	4	3	27	4	4	5	4	4	21	4	5	9
62	5	4	5	5	5	4	28	3	5	5	5	5	23	4	4	8



63	5	5	3	3	5	5	26	5	5	5	4	4	23	4	4	8
64	4	3	3	3	4	3	20	4	3	3	4	2	16	3	3	6
65	3	5	3	4	5	5	25	5	4	4	5	5	23	5	4	9
66	5	4	5	5	4	3	26	5	3	5	5	5	23	4	5	9
67	5	5	4	4	3	5	26	3	5	5	4	4	21	4	3	7
68	5	3	5	5	4	5	27	5	4	4	3	3	19	4	4	8
69	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	23	5	4	9
70	5	4	5	3	4	5	26	4	5	5	3	4	21	4	5	9
71	5	4	5	5	5	3	27	5	5	5	5	5	25	4	5	9
72	5	4	5	5	4	4	27	5	5	3	4	4	21	4	5	9
73	5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	4	22	3	5	8
74	5	4	4	4	3	4	24	4	5	4	5	5	23	5	4	9
75	5	4	5	5	4	5	28	3	4	5	5	5	22	4	5	9
76	5	4	5	3	4	5	26	4	5	5	4	4	22	3	4	7
77	5	4	3	3	5	4	24	5	3	4	5	5	22	4	5	9
78	5	3	5	4	3	5	25	4	4	5	5	5	23	4	5	9
79	5	4	5	5	3	4	26	4	5	5	3	3	20	5	4	9
80	5	4	5	5	3	4	26	4	5	4	4	4	21	3	5	8
81	4	5	5	5	3	5	27	5	5	4	5	5	24	5	5	10
82	4	4	3	3	3	2	19	3	3	4	3	3	16	3	3	6
83	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	21	5	5	10
84	4	5	5	5	4	4	27	4	5	4	3	3	19	4	4	8
85	5	4	5	5	4	3	26	4	5	4	5	5	23	4	5	9

86	5	4	5	4	3	5	26	4	5	3	4	4	20	5	5	10
87	4	4	5	5	4	4	26	5	4	3	5	5	22	5	3	8
88	5	4	5	5	3	5	27	4	5	4	5	5	23	5	5	10
89	5	4	4	4	5	3	25	4	5	4	4	4	21	3	5	8
90	5	5	4	4	4	4	26	4	5	3	5	5	22	4	5	9
91	5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	5	4	22	4	5	9
92	5	4	3	3	5	4	24	5	4	5	4	4	22	5	4	9
93	5	4	5	5	4	3	26	4	5	4	4	4	21	4	5	9
94	5	5	4	4	4	3	25	4	4	5	4	4	21	5	4	9
95	5	4	5	3	5	4	26	4	5	4	4	4	21	4	5	9
96	5	4	5	3	4	5	26	4	4	5	4	4	21	4	5	9
97	5	3	5	5	5	3	26	5	4	4	5	5	23	5	4	9
98	5	4	5	5	4	3	26	4	5	4	5	5	23	5	5	10
99	5	4	4	4	5	4	26	5	4	5	3	3	20	5	5	10
100	5	4	3	3	4	5	24	5	4	5	4	4	22	3	5	8
101	5	4	5	5	4	3	26	4	4	5	3	3	19	4	5	9
102	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	4	9
103	5	4	5	5	4	3	26	4	5	4	4	4	21	4	5	9
104	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	4	4	22	3	5	8
105	5	4	5	3	4	5	26	5	3	5	5	5	23	5	4	9
106	5	4	3	3	4	5	24	4	4	5	3	3	19	5	5	10
107	5	4	5	5	4	5	28	4	5	3	4	4	20	5	4	9
108	4	5	4	4	5	4	26	3	5	5	5	5	23	4	5	9

109	5	4	5	5	4	3	26	5	4	5	4	4	22	5	5	10
110	5	4	4	4	3	5	25	4	4	5	3	3	19	4	4	8
111	5	5	4	4	3	5	26	4	4	5	4	4	21	5	5	10
112	5	4	5	4	5	3	26	5	4	5	4	4	22	3	5	8
113	5	4	5	5	5	4	28	3	5	4	5	5	22	4	5	9
114	4	5	5	5	5	4	28	4	4	5	4	4	21	4	5	9
115	5	4	5	5	4	5	28	4	3	4	5	5	21	5	5	10
116	5	4	5	5	3	5	27	3	5	4	4	4	20	5	3	8
117	4	5	5	5	4	3	26	5	3	5	4	4	21	5	4	9
118	5	4	4	4	3	4	24	3	5	4	4	4	20	4	4	8
119	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	23	4	5	9
120	5	4	4	4	5	3	25	5	5	4	5	4	23	5	4	9
121	5	4	5	3	4	5	26	4	5	3	5	5	22	5	4	9
122	5	3	5	5	5	4	27	5	4	5	4	4	22	3	5	8
123	5	5	3	3	5	5	26	5	4	4	5	5	23	5	5	10
124	5	4	5	5	3	5	27	4	5	4	5	5	23	5	5	10
125	5	3	5	3	5	4	25	4	5	4	4	4	21	4	5	9
126	4	5	4	4	5	5	27	5	4	4	4	4	21	4	4	8
127	5	4	5	5	5	4	28	5	4	5	4	4	22	5	5	10
128	4	5	5	5	4	5	28	3	5	4	5	5	22	3	5	8
129	4	5	3	3	5	4	24	5	4	3	5	5	22	5	4	9
130	4	5	4	4	3	4	24	4	5	5	4	4	22	5	4	9
131	5	4	5	5	5	3	27	4	5	4	4	4	21	5	5	10

132	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	5	5	22	4	4	8
133	5	4	5	5	4	4	27	4	4	5	4	4	21	4	4	8
134	5	4	5	5	3	4	26	4	5	5	4	4	22	4	5	9
135	5	4	5	5	3	5	27	4	5	4	5	5	23	4	5	9
136	5	5	4	4	5	3	26	3	4	5	4	4	20	4	5	9
137	5	4	5	5	3	4	26	5	5	4	4	4	22	4	4	8
138	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	4	4	21	4	5	9
139	4	5	4	4	3	5	25	4	4	5	4	4	21	5	5	10
140	5	4	5	5	3	5	27	4	5	4	4	4	21	4	5	9
141	5	5	4	4	3	4	25	5	4	5	4	4	22	5	5	10
142	5	4	4	4	3	4	24	4	3	4	4	4	19	4	4	8
143	5	4	5	5	3	5	27	4	5	5	4	4	22	4	5	9
144	5	4	5	3	3	5	25	4	5	4	4	4	21	5	5	10
145	5	5	4	4	5	3	26	5	3	3	5	5	21	4	4	8
146	5	4	5	5	4	3	26	4	5	4	5	5	23	5	4	9
147	5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	4	4	21	5	5	10
148	5	4	5	5	4	3	26	4	5	5	4	4	22	5	5	10
149	4	4	5	5	5	4	27	4	5	4	4	4	21	4	5	9
150	5	4	5	5	3	4	26	5	5	4	4	4	22	4	5	9
151	5	4	5	5	3	5	27	5	5	4	5	5	24	5	4	9
152	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	5	24	3	5	8
153	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	5	5	24	4	5	9
154	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	4	4	22	4	5	9

155	5	3	5	5	5	4	27	5	4	5	3	3	20	5	4	9
156	4	5	5	5	4	5	28	4	3	5	5	5	22	4	4	8
157	4	5	3	3	4	4	23	5	4	3	4	4	20	4	4	8
158	5	4	5	5	3	5	27	5	4	4	5	5	23	4	3	7
159	5	4	3	3	5	4	24	4	5	4	3	3	19	5	5	10
160	4	4	5	5	5	5	28	3	5	5	5	5	23	5	4	9
161	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	5	5	23	4	4	8
162	5	4	5	5	4	5	28	4	5	3	4	4	20	5	4	9
163	5	3	5	5	4	4	26	4	5	4	4	4	21	5	4	9
164	5	4	5	3	5	4	26	4	4	5	4	4	21	4	5	9
165	4	5	4	4	3	4	24	5	4	4	5	5	23	5	5	10
166	5	4	5	3	5	4	26	4	3	5	4	4	20	4	5	9
167	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	5	24	5	5	10
168	5	5	5	5	4	4	28	5	3	4	5	5	22	4	5	9
169	5	4	5	3	4	5	26	4	5	5	4	4	22	4	4	8
170	5	4	4	4	5	3	25	4	5	4	4	4	21	4	4	8
171	5	4	4	4	5	3	25	4	5	4	5	5	23	5	5	10
172	5	4	5	4	4	4	26	5	3	5	3	4	20	4	5	9
173	4	4	5	5	4	5	27	3	5	4	4	4	20	5	5	10
174	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	4	4	21	3	5	8
175	5	5	4	4	3	4	25	5	4	5	4	4	22	5	4	9
176	5	4	5	5	5	3	27	4	5	4	5	5	23	4	5	9
177	5	4	5	5	5	3	27	4	5	4	5	5	23	5	5	10

178	5	4	5	3	5	4	26	4	5	4	5	5	23	4	5	9
179	5	4	4	4	5	3	25	4	5	4	4	5	22	4	5	9
180	4	4	5	5	5	3	26	4	5	4	5	5	23	5	4	9
181	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	3	3	20	5	5	10
182	5	5	4	4	3	4	25	4	5	4	4	4	21	5	5	10
183	5	5	3	3	5	4	25	5	4	4	4	4	21	5	4	9
184	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	4	4	22	4	5	9
185	5	4	5	3	3	5	25	4	4	5	4	4	21	3	5	8
186	5	4	4	4	3	4	24	4	4	5	4	4	21	4	4	8
187	5	5	4	4	5	4	27	3	5	4	5	5	22	4	5	9
188	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	4	21	4	5	9
189	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	4	4	21	5	5	10
190	5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	24	4	5	9
191	5	3	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	22	4	5	9
192	5	5	4	4	5	4	27	5	4	5	5	5	24	4	5	9
193	5	4	5	5	5	4	28	5	3	5	5	5	23	4	4	8
194	5	4	5	5	4	3	26	4	4	4	5	5	22	4	5	9
195	5	5	4	4	5	5	28	4	5	4	4	4	21	4	5	9
196	5	4	3	3	5	4	24	5	4	5	4	4	22	5	5	10
197	5	4	4	3	5	4	25	5	5	4	5	5	24	5	5	10
198	5	4	4	4	4	5	26	3	5	5	4	4	21	5	5	10
199	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	4	4	22	5	5	10
200	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	3	3	19	4	4	8

201	5	4	5	5	5	3	27	4	5	5	5	5	24	4	5	9
202	5	4	4	4	5	4	26	3	5	5	5	5	23	4	5	9
203	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	21	5	5	10
204	5	3	5	5	4	5	27	4	5	4	4	4	21	5	5	10
205	5	4	3	3	4	5	24	4	4	5	4	4	21	4	5	9
206	5	5	4	4	4	4	26	3	5	4	4	4	20	4	5	9
207	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	4	4	21	5	5	10
208	5	5	4	4	4	5	27	4	5	4	4	4	21	4	5	9
209	5	4	4	4	4	5	26	4	5	4	5	5	23	4	5	9
210	5	5	4	4	4	4	26	3	4	5	5	5	22	4	5	9
211	5	4	4	4	5	3	25	4	4	5	5	5	23	5	5	10
212	5	4	5	5	3	4	26	5	4	5	4	4	22	4	5	9
213	5	4	5	3	4	5	26	4	4	5	4	4	21	3	5	8
214	4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	5	5	24	4	5	9
215	5	4	3	3	4	5	24	4	5	4	5	5	23	4	5	9
216	4	4	5	5	4	3	25	5	4	4	5	5	23	4	5	9
217	5	5	4	4	5	4	27	5	4	5	5	5	24	4	5	9
218	5	4	5	4	3	4	25	4	5	4	4	4	21	4	5	9
219	5	4	4	4	4	5	26	4	5	5	4	4	22	4	5	9
220	5	4	4	4	4	4	25	5	5	4	4	5	23	4	5	9
221	5	4	5	5	5	4	28	5	3	5	4	4	21	4	4	8
222	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	4	4	21	5	5	10
223	5	5	3	4	4	5	26	4	5	4	5	5	23	4	4	8

224	5	4	4	4	3	4	24	4	4	3	5	5	21	4	5	9
225	5	3	5	5	5	3	26	5	3	3	4	5	20	4	4	8
226	5	5	3	3	4	5	25	5	4	4	5	3	21	3	5	8
227	5	4	5	3	4	5	26	5	4	5	4	4	22	5	5	10
228	5	4	3	3	5	4	24	4	4	4	5	5	22	5	5	10
229	4	5	4	4	5	5	27	4	4	4	3	3	18	5	5	10
230	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	22	4	5	9
231	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	4	4	22	4	5	9
232	4	5	4	4	4	3	24	4	4	4	5	3	20	4	4	8
233	5	4	4	4	5	3	25	4	4	4	5	4	21	4	5	9
234	5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	4	4	22	5	5	10
235	5	4	5	5	5	3	27	4	5	4	5	5	23	4	5	9
236	5	4	4	4	5	4	26	3	5	4	4	4	20	4	5	9
237	5	3	5	3	4	5	25	4	5	5	4	3	21	5	4	9
238	5	5	4	4	3	4	25	3	3	5	5	5	21	4	4	8
239	5	4	5	5	3	5	27	4	5	4	4	4	21	5	5	10
240	5	4	5	5	3	4	26	5	4	5	5	5	24	4	5	9
241	5	4	5	5	5	3	27	4	5	4	5	5	23	4	5	9
242	5	4	5	5	3	4	26	5	4	4	5	5	23	4	5	9
243	4	5	4	5	5	4	27	5	4	4	5	5	23	4	5	9
244	5	4	5	5	3	5	27	4	4	5	4	4	21	4	5	9
245	5	4	5	5	4	3	26	4	4	4	5	4	21	4	5	9
246	5	5	4	4	3	5	26	4	5	4	4	3	20	4	4	8



247	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	4	4	21	5	5	10
248	5	4	5	3	4	5	26	4	5	3	4	4	20	4	5	9
249	5	4	5	5	5	4	28	5	4	5	5	5	24	5	5	10
250	5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	5	4	22	4	5	9
251	5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	3	3	20	5	4	9
252	5	4	5	5	3	4	26	4	3	4	5	5	21	4	5	9
253	5	4	3	5	4	4	25	5	5	4	4	3	21	5	5	10
254	4	3	3	3	3	4	20	4	2	3	3	3	15	3	3	6
255	4	4	4	4	5	4	25	5	5	4	3	5	22	5	4	9
256	4	3	4	4	5	4	24	4	4	4	4	4	20	5	5	10
257	4	4	3	4	5	4	24	4	5	4	3	5	21	3	5	8
258	5	5	4	4	4	5	27	5	5	4	4	4	22	4	4	8
259	4	3	5	5	4	5	26	4	4	4	5	5	22	4	4	8
260	4	4	3	3	5	5	24	4	3	5	4	4	20	4	4	8
261	5	4	4	4	3	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	8
262	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	3	3	21	4	5	9
263	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	6
264	5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	5	5	24	5	5	10
265	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	5	5	22	5	4	9
266	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	25	5	4	9
267	4	5	5	5	5	4	28	4	5	4	5	5	23	5	5	10
268	5	4	5	5	3	4	26	5	4	5	4	4	22	4	5	9
269	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	5	24	5	5	10

270	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	5	5	23	4	4	8
-----	---	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----	---	---	---

**KODING VARIABEL *BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT***

R	<i>Attitude of Intention</i>		Jumlah	<i>Subjective Norms</i>		Jumlah	<i>Perceived Behavioral Control</i>			Jumlah
	1	2		3	4		4	5	6	
1	5	5	10	5	3	8	5	5	5	15
2	5	5	10	5	4	9	5	3	4	12
3	2	4	6	3	3	6	3	3	4	10
4	3	2	5	3	3	6	2	4	3	9
5	4	4	8	4	4	8	4	4	5	13
6	3	4	7	3	4	7	4	4	3	11
7	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
8	3	3	6	3	3	6	3	3	3	9
9	4	3	7	4	3	7	4	3	4	11
10	5	5	10	4	5	9	5	5	5	15
11	4	3	7	3	4	7	4	3	3	10
12	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
13	4	5	9	4	4	8	4	5	5	14
14	3	4	7	3	3	6	4	4	3	11
15	4	4	8	4	4	8	5	4	4	13
16	5	4	9	4	4	8	3	4	5	12
17	3	3	6	3	3	6	3	3	4	10
18	3	3	6	3	3	6	3	3	4	10

19	4	4	8	5	3	8	5	4	3	12
20	3	3	6	3	3	6	3	3	4	10
21	3	3	6	3	3	6	3	4	3	10
22	5	4	9	5	5	10	5	5	5	15
23	5	3	8	5	4	9	5	5	4	14
24	4	3	7	4	3	7	4	4	3	11
25	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
26	4	4	8	5	3	8	4	4	5	13
27	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
28	3	5	8	3	5	8	4	4	4	12
29	3	4	7	4	4	8	4	4	4	12
30	3	3	6	3	3	6	3	4	3	10
31	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
32	4	3	7	3	4	7	4	3	4	11
33	4	4	8	5	3	8	3	4	4	11
34	4	4	8	3	5	8	4	4	5	13
35	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
36	4	5	9	5	4	9	4	5	5	14
37	4	2	6	3	4	7	4	4	3	11
38	4	3	7	4	3	7	4	3	3	10
39	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
40	5	4	9	4	5	9	5	5	5	15
41	4	4	8	4	4	8	4	5	4	13

42	5	5	10	5	4	9	5	4	5	14
43	4	3	7	4	2	6	3	4	4	11
44	4	4	8	5	4	9	4	4	5	13
45	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
46	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
47	4	3	7	3	4	7	3	4	4	11
48	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
49	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
50	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
51	4	5	9	5	5	10	5	4	5	14
52	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
53	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
54	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
55	5	3	8	5	4	9	5	5	4	14
56	4	5	9	5	5	10	4	5	5	14
57	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
58	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
59	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
60	5	4	9	5	4	9	4	3	5	12
61	4	5	9	4	4	8	3	5	5	13
62	5	5	10	4	5	9	5	4	5	14
63	4	4	8	5	4	9	5	5	5	15
64	3	3	6	3	4	7	4	2	3	9

65	4	5	9	5	4	9	4	5	5	14
66	5	4	9	4	5	9	5	5	4	14
67	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
68	5	5	10	5	4	9	4	5	5	14
69	5	5	10	4	5	9	5	5	5	15
70	4	4	8	4	5	9	4	5	4	13
71	5	5	10	3	5	8	5	5	5	15
72	4	4	8	4	5	9	5	5	5	15
73	5	4	9	5	5	10	5	5	4	14
74	4	4	8	5	5	10	5	4	5	14
75	5	3	8	5	4	9	4	5	5	14
76	4	5	9	4	5	9	3	4	5	12
77	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14
78	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
79	4	5	9	4	5	9	5	5	5	15
80	4	4	8	4	5	9	5	5	4	14
81	4	5	9	5	5	10	5	5	5	15
82	3	3	6	3	3	6	3	3	4	10
83	4	5	9	5	3	8	5	4	4	13
84	4	5	9	4	4	8	4	3	5	12
85	5	4	9	4	5	9	5	5	4	14
86	5	3	8	5	4	9	5	4	5	14
87	5	4	9	4	4	8	5	4	5	14

88	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
89	5	3	8	5	4	9	5	4	4	13
90	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14
91	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
92	4	5	9	4	4	8	5	3	4	12
93	3	5	8	4	5	9	5	4	5	14
94	4	4	8	4	4	8	3	4	5	12
95	4	5	9	4	4	8	4	5	4	13
96	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
97	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
98	5	5	10	4	4	8	5	4	5	14
99	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
100	4	5	9	5	4	9	5	5	4	14
101	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
102	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
103	4	5	9	5	5	10	5	5	4	14
104	3	5	8	4	5	9	5	5	5	15
105	5	4	9	5	5	10	4	5	5	14
106	5	3	8	5	4	9	5	3	4	12
107	5	5	10	5	4	9	5	5	5	15
108	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
109	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
110	5	4	9	4	5	9	4	5	4	13

111	4	4	8	5	4	9	4	5	5	14
112	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14
113	5	4	9	3	5	8	4	5	5	14
114	3	5	8	4	5	9	4	5	5	14
115	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14
116	4	4	8	4	5	9	5	5	4	14
117	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
118	5	3	8	3	5	8	5	4	4	13
119	4	5	9	5	4	9	5	5	4	14
120	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
121	4	5	9	4	5	9	4	5	5	14
122	4	4	8	4	4	8	3	4	5	12
123	3	5	8	5	5	10	5	5	4	14
124	5	4	9	5	4	9	5	5	5	15
125	5	4	9	4	4	8	5	4	4	13
126	4	5	9	4	4	8	5	4	5	14
127	5	4	9	5	5	10	5	5	5	15
128	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
129	4	4	8	4	4	8	4	4	4	12
130	5	4	9	4	4	8	4	4	5	13
131	4	5	9	4	4	8	5	5	5	15
132	4	4	8	4	4	8	4	5	4	13
133	4	5	9	5	4	9	5	4	5	14

134	4	5	9	4	5	9	5	5	5	15
135	4	5	9	4	5	9	4	5	5	14
136	5	5	10	4	5	9	5	5	4	14
137	5	4	9	4	4	8	3	4	5	12
138	4	5	9	4	5	9	4	5	4	13
139	4	4	8	4	4	8	5	4	4	13
140	4	5	9	4	5	9	4	5	5	14
141	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
142	4	5	9	5	4	9	4	3	5	12
143	4	5	9	4	5	9	4	5	4	13
144	4	5	9	4	4	8	3	5	5	13
145	4	5	9	4	5	9	5	4	4	13
146	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
147	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
148	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
149	4	5	9	4	5	9	4	4	5	13
150	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
151	5	5	10	4	5	9	5	4	5	14
152	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
153	5	5	10	5	3	8	5	5	5	15
154	4	5	9	5	5	10	4	5	5	14
155	5	3	8	4	4	8	4	5	4	13
156	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14



157	4	5	9	5	5	10	5	5	5	15
158	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
159	4	4	8	5	4	9	4	4	5	13
160	4	5	9	5	3	8	5	5	5	15
161	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
162	5	3	8	5	4	9	4	5	5	14
163	3	5	8	4	4	8	3	5	5	13
164	5	4	9	5	5	10	4	5	5	14
165	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
166	4	4	8	5	4	9	3	5	5	13
167	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
168	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
169	4	5	9	3	5	8	4	5	4	13
170	3	5	8	4	5	9	5	4	5	14
171	4	4	8	3	5	8	4	5	4	13
172	3	5	8	4	4	8	5	3	4	12
173	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
174	5	4	9	4	5	9	5	3	5	13
175	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
176	4	4	8	5	5	10	5	4	5	14
177	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14
178	5	5	10	4	5	9	5	4	5	14
179	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14

180	5	3	8	5	4	9	4	5	5	14
181	5	5	10	4	5	9	5	5	5	15
182	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
183	4	4	8	4	5	9	4	4	4	12
184	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
185	4	4	8	4	4	8	3	5	5	13
186	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
187	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
188	4	5	9	5	4	9	3	5	5	13
189	4	5	9	5	5	10	5	5	4	14
190	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
191	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
192	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
193	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
194	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
195	5	5	10	3	5	8	5	3	5	13
196	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
197	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
198	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
199	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
200	4	4	8	4	4	8	5	4	4	13
201	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
202	5	5	10	5	4	9	4	5	5	14

203	4	5	9	4	5	9	5	5	4	14
204	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
205	3	5	8	4	5	9	5	3	4	12
206	4	5	9	5	4	9	3	4	4	11
207	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
208	5	4	9	5	4	9	5	3	4	12
209	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
210	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
211	5	4	9	5	4	9	4	5	4	13
212	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
213	5	4	9	4	5	9	5	5	4	14
214	5	3	8	5	4	9	5	5	5	15
215	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
216	5	4	9	4	3	7	4	5	5	14
217	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
218	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
219	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
220	5	4	9	5	4	9	4	5	5	14
221	4	5	9	5	4	9	4	5	5	14
222	5	5	10	5	4	9	5	4	5	14
223	3	5	8	4	5	9	5	3	4	12
224	5	5	10	5	4	9	4	5	5	14
225	4	4	8	4	4	8	5	3	4	12

226	4	5	9	3	5	8	5	4	3	12
227	5	4	9	5	5	10	4	5	5	14
228	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
229	5	4	9	4	5	9	3	4	5	12
230	4	4	8	4	4	8	5	3	5	13
231	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
232	3	5	8	4	4	8	5	3	4	12
233	4	5	9	5	4	9	3	4	5	12
234	5	5	10	4	5	9	5	4	5	14
235	5	5	10	4	5	9	4	5	5	14
236	4	5	9	5	4	9	4	5	5	14
237	4	5	9	4	5	9	4	5	5	14
238	4	4	8	4	5	9	4	4	5	13
239	5	5	10	4	4	8	3	5	5	13
240	4	4	8	4	5	9	5	4	5	14
241	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
242	5	4	9	5	5	10	5	4	5	14
243	5	5	10	5	4	9	5	5	4	14
244	5	4	9	4	4	8	5	3	5	13
245	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
246	4	5	9	4	5	9	5	4	4	13
247	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
248	4	5	9	4	5	9	4	5	5	14

249	5	4	9	5	5	10	5	5	5	15
250	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
251	4	4	8	4	4	8	4	4	5	13
252	5	4	9	4	5	9	5	4	5	14
253	5	5	10	4	4	8	4	5	4	13
254	3	3	6	2	4	6	4	3	3	10
255	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
256	4	5	9	5	4	9	5	4	4	13
257	5	4	9	4	5	9	4	5	5	14
258	5	4	9	4	5	9	5	5	4	14
259	4	5	9	4	5	9	5	4	5	14
260	4	4	8	5	4	9	5	4	5	14
261	4	4	8	4	4	8	4	4	5	13
262	5	3	8	4	4	8	5	4	5	14
263	3	3	6	3	3	6	3	3	3	9
264	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
265	5	4	9	5	4	9	5	5	4	14
266	5	4	9	5	5	10	4	5	5	14
267	5	4	9	5	5	10	5	5	5	15
268	5	4	9	5	4	9	5	4	5	14
269	5	5	10	5	5	10	5	5	5	15
270	4	4	8	4	4	8	3	4	5	12

**KODING VARIABEL E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR**

R	Perceived Usefulness		Jumlah	Perceived Ease of Use		Jumlah	Attitude of Adoption				Jumlah
	1	2		3	4		5	6	7		
1	5	5	10	5	5	5	4	5	5	19	
2	4	4	8	5	5	5	5	4	5	19	
3	3	2	5	3	3	3	3	3	4	13	
4	3	3	6	3	3	3	4	3	3	13	
5	4	4	8	4	4	4	4	5	5	18	
6	4	3	7	4	4	4	4	3	4	15	
7	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20	
8	3	3	6	3	3	2	2	4	4	12	
9	3	3	6	3	3	4	3	3	4	14	
10	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19	
11	3	4	7	3	3	4	4	4	3	15	
12	4	5	9	5	5	5	5	4	4	18	
13	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19	
14	4	3	7	3	3	4	3	3	4	14	
15	4	4	8	4	4	4	5	4	5	18	
16	4	5	9	4	4	4	4	5	5	18	
17	4	3	7	4	4	3	5	4	4	16	
18	3	3	6	3	3	3	3	3	3	12	
19	4	4	8	4	4	5	5	4	4	18	
20	4	3	7	3	3	4	3	4	4	15	

21	3	3	6	3	3	3	4	3	4	14
22	4	5	9	5	5	5	4	5	5	19
23	4	5	9	4	4	4	3	4	5	16
24	4	4	8	5	5	4	4	4	5	17
25	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
26	3	3	6	3	3	3	3	5	4	15
27	5	5	10	4	4	3	5	4	5	17
28	4	4	8	4	4	4	5	5	3	17
29	4	3	7	4	4	5	4	4	3	16
30	3	3	6	3	3	3	3	3	3	12
31	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
32	3	4	7	3	3	4	3	4	4	15
33	3	4	7	4	4	3	3	4	4	14
34	4	4	8	4	4	4	5	5	4	18
35	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
36	4	5	9	4	4	5	5	5	4	19
37	4	3	7	4	4	4	3	4	4	15
38	3	4	7	4	4	4	3	4	4	15
39	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
40	4	5	9	5	5	5	5	4	4	18
41	4	4	8	4	4	4	4	4	4	16
42	5	4	9	4	4	4	5	5	4	18
43	3	4	7	4	4	4	5	4	4	17

44	4	4	8	4	4	4	5	3	5	17
45	4	5	9	5	5	5	5	4	4	18
46	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
47	3	4	7	3	3	3	4	4	4	15
48	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
49	5	4	9	5	5	5	4	5	5	19
50	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
51	5	4	9	5	5	5	5	5	5	20
52	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
53	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
54	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
55	5	4	9	5	5	5	4	4	5	18
56	5	5	10	5	5	5	4	5	5	19
57	4	5	9	4	4	4	5	5	4	18
58	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
59	5	4	9	5	5	5	4	4	5	18
60	5	4	9	4	4	4	4	4	5	17
61	5	4	9	4	4	4	3	5	5	17
62	5	5	10	4	4	4	4	5	5	18
63	5	3	8	4	4	4	5	5	5	19
64	3	3	6	3	3	3	3	4	3	13
65	5	4	9	5	5	5	5	5	5	20
66	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18



67	5	4	9	4	4	4	5	4	4	17
68	4	4	8	4	4	4	4	4	5	17
69	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
70	4	5	9	4	4	5	5	5	4	19
71	5	5	10	5	5	5	4	5	5	19
72	4	5	9	5	5	5	5	3	4	17
73	5	4	9	4	4	4	5	4	4	17
74	4	3	7	5	5	5	5	4	4	18
75	3	5	8	5	5	5	5	5	4	19
76	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
77	5	4	9	4	4	3	5	4	5	17
78	5	4	9	4	4	4	5	5	4	18
79	4	5	9	4	4	4	3	5	5	17
80	5	4	9	4	4	4	5	5	4	18
81	5	5	10	5	5	5	5	4	5	19
82	3	4	7	4	4	3	4	3	4	14
83	4	5	9	5	5	5	4	3	5	17
84	4	5	9	4	4	4	3	4	5	16
85	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
86	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18
87	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
88	5	5	10	5	5	5	4	5	5	19
89	5	4	9	4	4	4	5	3	4	16

90	4	4	8	5	5	5	4	5	4	18
91	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18
92	3	5	8	4	4	4	4	4	5	17
93	5	4	9	5	5	5	5	5	5	20
94	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
95	4	4	8	4	4	4	3	5	5	17
96	4	5	9	5	5	5	4	5	5	19
97	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18
98	4	4	8	5	5	5	5	4	5	19
99	5	3	8	4	4	4	5	4	5	18
100	5	3	8	4	4	4	4	5	5	18
101	5	4	9	4	4	5	5	4	5	19
102	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
103	5	5	10	4	4	4	3	4	5	16
104	5	4	9	5	5	5	4	4	5	18
105	5	5	10	4	4	5	5	5	4	19
106	5	3	8	4	4	4	5	3	5	17
107	4	5	9	4	4	4	5	5	4	18
108	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
109	5	5	10	4	4	4	4	5	5	18
110	3	5	8	4	4	4	4	4	5	17
111	3	5	8	4	4	4	5	5	5	19
112	5	4	9	4	4	5	4	5	5	19

113	5	5	10	4	4	4	4	5	5	18
114	5	5	10	5	5	5	3	4	4	16
115	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18
116	5	4	9	4	4	3	5	4	5	17
117	4	5	9	4	4	5	5	5	5	20
118	4	4	8	4	4	4	5	5	4	18
119	4	5	9	5	5	5	5	4	5	19
120	4	5	9	5	5	5	4	4	5	18
121	4	5	9	5	5	5	5	5	5	20
122	4	4	8	5	5	5	5	5	3	18
123	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
124	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
125	5	5	10	4	4	4	4	4	5	17
126	4	4	8	4	4	4	4	5	5	18
127	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
128	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
129	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
130	5	4	9	4	4	3	5	4	5	17
131	4	5	9	5	5	5	4	4	4	17
132	4	5	9	4	4	5	5	4	4	18
133	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
134	5	4	9	5	5	5	5	4	4	18
135	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19

136	4	5	9	4	4	4	5	5	4	18
137	4	5	9	4	4	3	5	4	5	17
138	4	5	9	4	4	4	5	4	5	18
139	4	5	9	4	4	4	5	4	4	17
140	5	3	8	5	5	5	5	4	4	18
141	4	5	9	5	5	5	5	5	4	19
142	3	5	8	4	4	4	4	5	4	17
143	4	5	9	5	5	5	5	5	5	20
144	4	4	8	5	5	5	4	4	5	18
145	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
146	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
147	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
148	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
149	5	3	8	4	4	4	5	5	5	19
150	4	5	9	5	5	5	3	5	4	17
151	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
152	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
153	5	5	10	5	5	5	4	5	5	19
154	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
155	4	5	9	5	5	5	4	3	4	16
156	5	3	8	4	4	4	5	5	5	19
157	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
158	5	4	9	5	5	5	4	5	5	19

159	4	5	9	4	4	4	5	5	5	19
160	5	5	10	5	5	5	4	4	5	18
161	5	4	9	5	5	4	5	5	5	19
162	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
163	5	3	8	4	4	4	4	5	5	18
164	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
165	5	4	9	4	4	4	3	5	5	17
166	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
167	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
168	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
169	4	4	8	4	4	4	5	5	5	19
170	5	4	9	4	4	4	4	3	5	16
171	4	5	9	5	5	5	5	5	5	20
172	4	5	9	4	4	4	5	5	5	19
173	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
174	4	5	9	5	5	5	4	4	4	17
175	5	5	10	4	4	4	4	4	4	16
176	4	4	8	4	4	4	5	4	5	18
177	5	4	9	5	5	4	5	5	5	19
178	5	4	9	5	5	5	5	5	5	20
179	4	5	9	5	5	5	4	5	5	19
180	5	4	9	5	5	5	3	4	5	17
181	5	5	10	4	4	3	5	5	5	18

182	3	5	8	4	4	4	5	4	5	18
183	4	4	8	5	5	4	5	5	4	18
184	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
185	4	5	9	4	4	4	5	5	5	19
186	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
187	4	5	9	4	4	4	5	4	5	18
188	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
189	4	5	9	5	5	5	4	5	5	19
190	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
191	5	5	10	5	5	4	5	5	5	19
192	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
193	5	4	9	5	5	4	5	5	5	19
194	5	4	9	5	5	5	4	5	4	18
195	5	4	9	5	5	5	3	4	5	17
196	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
197	4	5	9	5	5	5	5	5	5	20
198	4	4	8	4	4	4	5	5	4	18
199	4	5	9	5	5	5	3	5	4	17
200	4	5	9	4	4	4	5	4	3	16
201	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
202	4	5	9	5	5	5	4	4	5	18
203	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
204	5	5	10	4	4	4	5	4	5	18

205	4	5	9	4	4	4	5	3	4	16
206	5	3	8	4	4	4	4	5	5	18
207	5	5	10	5	5	5	5	4	5	19
208	4	5	9	4	4	4	4	5	5	18
209	4	5	9	5	5	5	5	4	4	18
210	5	5	10	5	5	5	4	4	5	18
211	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
212	5	5	10	4	4	3	4	5	5	17
213	5	5	10	4	4	5	5	5	5	20
214	4	4	8	4	4	4	4	5	5	18
215	5	3	8	4	4	4	5	4	5	18
216	4	5	9	4	4	4	5	5	4	18
217	5	5	10	5	5	5	4	4	5	18
218	5	5	10	5	5	4	5	5	5	19
219	5	4	9	5	5	5	4	4	4	17
220	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
221	4	5	9	5	5	5	5	3	4	17
222	4	5	9	5	5	5	5	5	5	20
223	4	4	8	4	4	4	5	5	4	18
224	5	5	10	5	5	5	5	4	5	19
225	5	4	9	4	4	4	5	5	5	19
226	5	4	9	4	4	4	4	3	5	16
227	5	5	10	4	4	5	4	5	5	19

228	5	4	9	4	4	4	3	5	5	17
229	4	4	8	4	4	5	5	4	4	18
230	5	4	9	4	4	5	5	4	5	19
231	4	5	9	5	5	5	5	4	4	18
232	4	4	8	4	4	4	5	4	4	17
233	4	4	8	4	4	4	4	5	4	17
234	4	5	9	5	5	5	5	5	4	19
235	5	5	10	5	5	5	4	4	4	17
236	5	4	9	4	4	4	5	5	4	18
237	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
238	5	4	9	4	4	4	4	5	5	18
239	4	5	9	4	4	4	4	5	5	18
240	5	4	9	5	5	4	5	5	5	19
241	5	4	9	5	5	5	5	4	5	19
242	5	4	9	5	5	5	4	4	5	18
243	5	4	9	5	5	5	5	5	5	20
244	4	5	9	5	5	5	4	4	4	17
245	5	4	9	4	4	4	5	4	5	18
246	4	4	8	5	5	5	4	4	3	16
247	5	5	10	5	5	5	5	5	4	19
248	4	5	9	5	5	5	5	3	4	17
249	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
250	4	5	9	5	5	5	4	4	5	18



251	4	5	9	4	4	4	5	4	4	17
252	5	5	10	4	4	4	3	4	5	16
253	5	5	10	4	4	4	3	4	5	16
254	3	3	6	3	3	3	4	4	3	14
255	4	5	9	5	5	5	4	5	4	18
256	5	3	8	4	4	4	5	4	4	17
257	4	5	9	4	4	4	5	4	5	18
258	4	4	8	4	4	5	4	5	4	18
259	5	5	10	4	4	4	5	5	4	18
260	4	5	9	4	4	4	5	5	4	18
261	4	4	8	4	4	4	5	5	4	18
262	5	3	8	4	4	4	5	4	5	18
263	3	3	6	3	3	3	3	3	3	12
264	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
265	5	4	9	4	4	4	4	5	5	18
266	5	5	10	4	4	4	5	5	5	19
267	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
268	4	5	9	4	4	4	5	4	5	18
269	5	5	10	5	5	5	5	5	5	20
270	5	3	8	4	4	4	4	5	5	18

**LAMPIRAN 6**  
**KODING UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL SOCIAL**  
**INFLUENCE, BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT, DAN E-**  
**PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR**  
**SOCIAL INFLUENCE (X1)**

R	COMPLIANCE						IDENTIFICATION					INTERNALIZATI ON		Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	60
2	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	58
3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	60
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	59
5	2	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	43
6	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	57
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	64
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
9	4	5	3	3	3	2	4	3	3	3	4	5	4	46
10	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	62
11	2	4	1	1	5	5	5	2	3	3	3	5	5	44
12	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	59
13	1	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	3	2	5	4	3	3	3	4	3	4	4	46
15	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	52
16	5	4	5	5	4	5	5	5	1	1	4	5	5	54
17	3	4	2	2	2	4	5	1	2	3	3	4	3	38
18	4	2	2	2	2	1	4	2	4	2	3	4	4	36
19	2	4	1	3	5	4	5	4	2	4	4	5	5	48
20	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	43
21	1	1	1	4	5	4	2	2	1	1	1	1	1	25
22	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	59
23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	54
24	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	46
25	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
26	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	46
27	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	57
28	5	5	1	5	4	5	4	3	5	5	3	5	5	55
29	4	4	3	3	4	1	1	1	2	3	3	5	4	38
30	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	40
rhitung	0,616	0,619	0,768	0,734	0,392	0,613	0,661	0,842	0,787	0,747	0,818	0,655	0,739	
rtabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	

V/T	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--

**BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT (X2)**

R	ATTITUDE OF INTENTION		SUBJECTIVE NORMS		PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL			Total
	14	15	16	17	18	19	20	
1	5	4	4	4	5	5	5	32
2	5	4	5	4	4	5	4	31
3	5	5	3	5	5	5	5	33
4	5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	3	5	4	4	4	5	29
6	3	4	4	5	4	4	3	27
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	5	5	4	5	4	5	5	33
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	4	3	4	4	4	5	28
12	5	4	5	5	5	5	5	34
13	5	4	3	4	3	4	5	28
14	5	4	4	3	4	5	5	30
15	4	5	5	4	5	4	5	32
16	5	5	5	4	5	5	5	34
17	4	4	3	4	3	3	4	25
18	4	4	2	2	3	3	4	22
19	5	5	4	5	5	4	5	33
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	4	4	4	4	5	5	31
23	5	4	4	4	4	4	4	29
24	4	3	3	4	4	4	4	26
25	5	5	4	5	5	5	5	34
26	4	4	3	4	5	4	4	28
27	5	4	4	5	3	4	5	30
28	5	4	5	5	5	5	5	34
29	5	4	4	3	4	4	5	29
30	4	4	4	3	4	4	4	27
rhitung	0,745	0,704	0,684	0,619	0,792	0,862	0,732	
rtabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
V/T	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	

**E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR (Y)**

R	PERCEIVED USEFULNESS		PERCEIVED EASE OF USE	ATTITUDE OF INTENTION				Total
	21	22	23	24	25	26	27	
1	4	5	5	4	4	5	5	32
2	5	4	5	4	5	5	4	32
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	2	4	5	4	30
5	4	5	5	3	3	4	4	28
6	4	3	4	4	2	2	3	22
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	5	5	4	4	4	4	30
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	4	4	4	4	4	4	29
14	5	4	5	5	5	4	5	33
15	4	5	4	5	4	4	4	30
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	3	4	4	4	4	4	3	26
18	3	4	4	3	3	4	3	24
19	5	3	4	3	4	4	3	26
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	5	5	3	3	1	3	25
22	5	5	5	4	5	5	5	34
23	5	5	5	4	4	4	4	31
24	2	4	4	3	4	4	4	25
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	4	4	5	4	4	4	30
27	3	4	3	3	4	5	4	26
28	3	5	5	5	5	5	5	33
29	4	4	4	4	3	4	4	27
30	4	4	4	4	4	4	4	28
rhitung	0,619	0,735	0,758	0,717	0,883	0,725	0,916	
rtabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
V/T	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	

**LAMPIRAN 8**  
**HASIL UJI SPSS AMOS**

**Assessment of normality (Group number 1)**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
AA	3,000	5,000	-1,375	-9,226	2,486	8,338
PEU	3,000	5,000	-,306	-2,050	-,685	-2,297
PU	2,500	5,000	-1,114	-7,474	1,448	4,857
PBC	3,000	5,000	-1,421	-9,534	1,729	5,800
SN	3,000	5,000	-1,218	-8,169	1,830	6,139
AI	2,500	5,000	-1,171	-7,853	1,816	6,090
IN	3,000	5,000	-,727	-4,879	,303	1,015
ID	3,000	5,000	-1,002	-6,724	1,400	4,697
CO	3,000	5,000	-1,238	-8,307	2,193	7,357
Multivariate					2,665	1,556

**Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)**

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
195	26,185	,002	,402
1	22,030	,009	,687
2	22,030	,009	,423
3	22,030	,009	,215
259	21,768	,010	,122
161	20,886	,013	,148
267	20,265	,016	,156
266	20,210	,017	,085
200	19,185	,024	,193
24	18,988	,025	,150
258	18,685	,028	,140
222	18,534	,029	,105

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
247	18,083	,034	,139
65	17,845	,037	,131
28	17,439	,042	,173
270	17,180	,046	,182
202	17,074	,048	,148
204	16,973	,049	,119
162	16,938	,050	,082
80	16,703	,054	,091
269	16,160	,064	,200
268	16,070	,065	,171
260	15,811	,071	,210
261	15,630	,075	,222
170	15,612	,075	,170
79	15,320	,083	,233
221	15,296	,083	,184
159	15,249	,084	,150
25	14,995	,091	,201
246	14,781	,097	,246
137	14,620	,102	,269
176	14,612	,102	,212
34	14,488	,106	,218
74	14,458	,107	,180
108	14,429	,108	,146
141	14,350	,110	,135
212	14,284	,113	,121
262	14,260	,113	,096
187	14,243	,114	,073

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
129	14,219	,115	,056
228	14,211	,115	,040
167	13,800	,130	,121
133	13,795	,130	,091
56	13,786	,130	,068
32	13,772	,131	,051
78	13,766	,131	,037
81	13,744	,132	,028
82	13,707	,133	,022
249	13,278	,150	,092
105	13,081	,159	,137
36	12,986	,163	,145
209	12,951	,165	,127
255	12,865	,169	,131
248	12,831	,170	,114
194	12,709	,176	,135
94	12,647	,179	,130
264	12,238	,200	,350
143	12,197	,202	,329
126	12,099	,208	,355
263	11,849	,222	,519
254	11,819	,224	,489
214	11,689	,231	,551
164	11,635	,235	,545
198	11,630	,235	,491
196	11,625	,235	,439
224	11,598	,237	,409

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
265	11,581	,238	,370
121	11,542	,240	,352
226	11,515	,242	,324
27	11,452	,246	,328
73	11,420	,248	,306
217	11,315	,255	,348
37	11,238	,260	,367
38	11,238	,260	,317
152	11,238	,260	,270
172	11,237	,260	,227
189	11,220	,261	,200
201	11,166	,264	,200
44	10,956	,279	,327
157	10,778	,291	,450
178	10,646	,301	,534
136	10,605	,304	,524
144	10,605	,304	,471
203	10,574	,306	,451
151	10,384	,320	,599
21	10,312	,326	,624
4	10,269	,329	,618
57	10,162	,338	,678
35	10,130	,340	,662
210	10,052	,346	,694
256	9,760	,370	,884
257	9,760	,370	,857
43	9,756	,371	,830

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
146	9,556	,388	,919
175	9,295	,410	,979
165	9,207	,418	,985
174	9,195	,419	,981
116	9,194	,420	,975
154	9,074	,431	,986
145	8,950	,442	,993

### Sample Moments (Group number 1)

### Sample Covariances (Group number 1)

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	,158								
PEU	,144	,349							
PU	,133	,150	,244						
PBC	,151	,180	,173	,195					
SN	,144	,172	,181	,160	,208				
AI	,156	,188	,173	,160	,153	,228			
IN	,136	,161	,157	,157	,155	,152	,241		
ID	,135	,159	,159	,151	,149	,154	,116	,165	
CO	,124	,151	,140	,137	,137	,148	,113	,107	,138

Condition number = 335,742

Eigenvalues

1,431 ,163 ,106 ,074 ,056 ,044 ,037 ,011 ,004

Determinant of sample covariance matrix = ,000

### Sample Correlations (Group number 1)

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	1,000								

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
PEU	,613	1,000							
PU	,676	,516	1,000						
PBC	,858	,690	,795	1,000					
SN	,795	,637	,802	,796	1,000				
AI	,825	,668	,734	,759	,701	1,000			
IN	,696	,557	,648	,726	,691	,648	1,000		
ID	,834	,663	,794	,845	,805	,797	,581	1,000	
CO	,843	,687	,765	,837	,807	,836	,619	,713	1,000

Condition number = 267,545

Eigenvalues

6,863 ,520 ,464 ,346 ,283 ,258 ,187 ,055 ,026

**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
BI	<--- SI	1,469	,064	23,008	***	par_8
EA	<--- SI	,466	,042	11,107	***	par_7
EA	<--- BI	,679	,040	16,830	***	par_9
CO	<--- SI	1,000				
ID	<--- SI	1,096	,055	19,981	***	par_1
IN	<--- SI	1,098	,071	15,457	***	par_2
AI	<--- BI	1,000				
SN	<--- BI	,943	,046	20,450	***	par_3
PBC	<--- BI	,950	,043	22,039	***	par_4
PU	<--- EA	1,000				
PEU	<--- EA	1,016	,071	14,251	***	par_5
AA	<--- EA	,852	,046	18,427	***	par_6

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	Estimate
BI <--- SI	1,119
EA <--- SI	,370
EA <--- BI	,706
CO <--- SI	,846
ID <--- SI	,848
IN <--- SI	,703
AI <--- BI	,865
SN <--- BI	,852
PBC <--- BI	,887
PU <--- EA	,803
PEU <--- EA	,682
AA <--- EA	,849

**Variances: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SI	,099	,011	8,748	***	par_10
e10	-,043	,004	-11,963	***	par_11
e11	-,034	,003	-11,071	***	par_12
e1	,039	,003	13,300	***	par_13
e2	,046	,003	13,451	***	par_14
e3	,122	,009	13,581	***	par_15
e4	,057	,004	13,418	***	par_16
e5	,057	,004	12,932	***	par_17
e6	,041	,003	12,391	***	par_18
e7	,087	,007	13,210	***	par_19
e8	,186	,014	13,229	***	par_20
e9	,044	,003	12,655	***	par_21

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
BI	1,251
EA	1,219
AA	,721
PEU	,465
PU	,644
PBC	,787
SN	,726
AI	,748
IN	,494
ID	,720
CO	,716

**Implied (for all variables) Covariances (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA	AA	PE U	PU	PB C	SN	AI	IN	ID	CO
SI	,09 9											
BI	,14 5	,17 0										
EA	,14 4	,18 3	,15 7									
AA	,12 3	,15 6	,13 4	,15 8								
PE U	,14 7	,18 6	,16 0	,13 6	,349							
PU	,14 4	,18 3	,15 7	,13 4	,160	,24 4						
PB C	,13 8	,16 2	,17 4	,14 8	,177	,17 4	,195					

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	SI	BI	EA	AA	PE U	PU	PB C	SN	AI	IN	ID	CO
SN	,13 7	,16 1	,17 3	,14 7	,175	,17 3	,152	,20 8				
AI	,14 5	,17 0	,18 3	,15 6	,186	,18 3	,162	,16 1	,22 8			
IN	,10 8	,15 9	,15 9	,13 5	,161	,15 9	,151	,15 0	,15 9	,24 1		
ID	,10 8	,15 9	,15 8	,13 5	,161	,15 8	,151	,15 0	,15 9	,11 9	,16 5	
CO	,09 9	,14 5	,14 4	,12 3	,147	,14 4	,138	,13 7	,14 5	,10 8	,10 8	,13 8

**Implied (for all variables) Correlations (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA	AA	PE U	PU	PB C	SN	AI	IN	ID	CO
SI	1,00 0											
BI	1,11 9	1,00 0										
EA	1,15 9	1,12 0	1,00 0									
AA	,985	,951	,849	1,00 0								
PE U	,791	,764	,682	,579	1,00 0							
PU	,931	,899	,803	,682	,548	1,00 0						
PB C	,993	,887	,993	,844	,678	,797	1,00 0					
SN	,953	,852	,954	,810	,651	,766	,756	1,00 0				
AI	,968	,865	,968	,823	,661	,777	,768	,737	1,00 0			

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	SI	BI	EA	AA	PE U	PU	PB C	SN	AI	IN	ID	CO
IN	,703	,786	,815	,692	,556	,654	,697	,670	,680	1,00 0		
ID	,848	,949	,984	,836	,671	,790	,842	,809	,821	,596	1,00 0	
CO	,846	,946	,981	,833	,669	,787	,840	,806	,819	,594	,718	1,00 0

**Implied Covariances (Group number 1 - Default model)**

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	,158								
PEU	,136	,349							
PU	,134	,160	,244						
PBC	,148	,177	,174	,195					
SN	,147	,175	,173	,152	,208				
AI	,156	,186	,183	,162	,161	,228			
IN	,135	,161	,159	,151	,150	,159	,241		
ID	,135	,161	,158	,151	,150	,159	,119	,165	
CO	,123	,147	,144	,138	,137	,145	,108	,108	,138

**Implied Correlations (Group number 1 - Default model)**

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	1,000								
PEU	,579	1,000							
PU	,682	,548	1,000						
PBC	,844	,678	,797	1,000					
SN	,810	,651	,766	,756	1,000				
AI	,823	,661	,777	,768	,737	1,000			
IN	,692	,556	,654	,697	,670	,680	1,000		

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
ID	,836	,671	,790	,842	,809	,821	,596	1,000	
CO	,833	,669	,787	,840	,806	,819	,594	,718	1,000

**Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	,000								
PEU	,008	,000							
PU	-,001	-,009	,000						
PBC	,002	,003	-,001	,000					
SN	-,003	-,004	,008	,008	,000				
AI	,000	,002	-,010	-,002	-,008	,000			
IN	,001	,000	-,002	,006	,005	-,007	,000		
ID	,000	-,002	,001	,000	-,001	-,005	-,003	,000	
CO	,001	,004	-,004	,000	,000	,003	,005	-,001	,000

**Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
AA	,000								
PEU	,481	,000							
PU	-,080	-,456	,000						
PBC	,178	,173	-,030	,000					
SN	-,194	-,196	,470	,514	,000				
AI	,028	,101	-,558	-,113	-,476	,000			
IN	,061	,021	-,090	,387	,286	-,433	,000		
ID	-,016	-,103	,060	,030	-,051	-,303	-,209	,000	
CO	,124	,240	-,285	-,032	,008	,219	,353	-,061	,000

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)**

	AA	PEU	PU	PBC	SN	AI	IN	ID	CO
SI	1,775	,500	1,059	1,291	,932	,984	-1,012	-2,671	-2,866
BI	,350	,099	,209	-,982	-,709	-,749	,508	1,339	1,437
EA	-2,586	-,729	-1,543	,415	,300	,316	,827	2,182	2,341

**Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	1,469	,000	,000
EA	1,464	,679	,000
AA	1,247	,578	,852
PEU	1,487	,689	1,016
PU	1,464	,679	1,000
PBC	1,395	,950	,000
SN	1,386	,943	,000
AI	1,469	1,000	,000
IN	1,098	,000	,000
ID	1,096	,000	,000
CO	1,000	,000	,000

**Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	1,119	,000	,000
EA	1,159	,706	,000
AA	,985	,600	,849
PEU	,791	,482	,682
PU	,931	,567	,803
PBC	,993	,887	,000
SN	,953	,852	,000

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



	SI	BI	EA
AI	,968	,865	,000
IN	,703	,000	,000
ID	,848	,000	,000
CO	,846	,000	,000

**Direct Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	1,469	,000	,000
EA	,466	,679	,000
AA	,000	,000	,852
PEU	,000	,000	1,016
PU	,000	,000	1,000
PBC	,000	,950	,000
SN	,000	,943	,000
AI	,000	1,000	,000
IN	1,098	,000	,000
ID	1,096	,000	,000
CO	1,000	,000	,000

**Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	1,119	,000	,000
EA	,370	,706	,000
AA	,000	,000	,849
PEU	,000	,000	,682
PU	,000	,000	,803
PBC	,000	,887	,000

	SI	BI	EA
SN	,000	,852	,000
AI	,000	,865	,000
IN	,703	,000	,000
ID	,848	,000	,000
CO	,846	,000	,000

**Indirect Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	,000	,000	,000
EA	,997	,000	,000
AA	1,247	,578	,000
PEU	1,487	,689	,000
PU	1,464	,679	,000
PBC	1,395	,000	,000
SN	1,386	,000	,000
AI	1,469	,000	,000
IN	,000	,000	,000
ID	,000	,000	,000
CO	,000	,000	,000

**Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)**

	SI	BI	EA
BI	,000	,000	,000
EA	,790	,000	,000
AA	,985	,600	,000
PEU	,791	,482	,000
PU	,931	,567	,000

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	SI	BI	EA
PBC	,993	,000	,000
SN	,953	,000	,000
AI	,968	,000	,000
IN	,000	,000	,000
ID	,000	,000	,000
CO	,000	,000	,000

### Model Fit Summary

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	21	34,440	24	,077	1,435
Saturated model	45	,000	0		
Independence model	9	3072,830	36	,000	85,356

#### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,004	,971	,946	,518
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,136	,188	-,015	,150

#### Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,989	,983	,997	,995	,997
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

#### Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,667	,659	,664

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,040	,000	,068	,684
Independence model	,560	,543	,577	,000

**KONSTRUK EKSOGEN SOCIAL INFLUENCE****Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	4	,743	2	,690	,372
Saturated model	6	,000	0		
Independence model	3	339,195	3	,000	113,065

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,005	,998	,995	,333
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,079	,549	,099	,275

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,998	,997	1,004	1,006	1,000
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,667	,665	,667
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,000	,000	,090	,822
Independence model	,645	,588	,704	,000

**KONSTRUK EKSOGEN BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT****Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	4	1,030	2	,598	,515
Saturated model	6	,000	0		
Independence model	3	517,274	3	,000	172,425

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,005	,998	,993	,333
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,111	,469	-,063	,234

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,998	,997	1,002	1,003	1,000
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

**PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,667	,665	,667
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,000	,000	,099	,760
Independence model	,798	,741	,857	,000

**KONSTRUK ENDOGEN E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR BEHAVIOR****Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	4	1,599	2	,450	,799
Saturated model	6	,000	0		
Independence model	3	299,337	3	,000	99,779

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,010	,996	,988	,332
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,101	,577	,154	,289

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,995	,992	1,001	1,002	1,000
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Muhammad Al Ghifari Fathan, 2024

*PENGARUH SOCIAL INFLUENCE TERHADAP E-PAYMENT ADOPTION BEHAVIOR YANG DIMEDIASI OLEH BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-PAYMENT*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,667	,663	,667
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,000	,000	,113	,648
Independence model	,606	,549	,665	,000

**LAMPIRAN 9**  
***CURRICULUM VITAE***



**IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Muhammad Al Ghifari Fathan  
 Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 10 Januari 2002  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Kewarganegaraan : Indonesia  
 Alamat : Jl. Wulan No. 14 RT/RW 04/05, Kelurahan Kebon Gedang,  
 Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat, 40274  
 No. Telepon : 085171512370  
 Alamat E-Mail : alghifari@upi.edu

**IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Rudy Gunadi  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta  
 Alamat : Jl. Wulan No. 14 RT/RW 04/05, Kelurahan Kebon Gedang,  
 Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat, 40274  
 Nama Ibu : Siti Umayyah  
 Pekerjaan : Kayawan Swasta  
 Alamat : Jl. Wulan No. 14 RT/RW 04/05, Kelurahan Kebon Gedang,  
 Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat, 40274

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

2008 – 2014 : SD Islam Mutiara Hati  
 2014 – 2017 : SMPN 20 Kota Bandung  
 2017 – 2020 : SMAN 20 Kota Bandung  
 2020 – 2024 : S1 – Universitas Pendidikan Indonesia