

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BERKELANJUTAN  
YANG DI MEDIASI OLEH SIKAP PENGGUNAAN PADA APLIKASI  
DOMPET DIGITAL OVO DAN DANA (STUDI KOMPARASI DI KOTA PONTIANAK)**

**M. Budi Hartono**

<sup>a</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, [budihartono@untan.ac.id](mailto:budihartono@untan.ac.id), Universitas Tanjungpura

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of the effect of the perception of the use and perception of risk to interest in using sustainability which is mediated by the attitude of use in the application of Digital Ovo Wallet and Funds with comparative studies in Pontianak City. This research is a quantitative research with a total sample of 100 respondents domiciled in the city of Pontianak and has OVO applications and funds and have used the application in payment. The sampling technique used in this study was non probability sampling by withdrawing samples by purposive sampling technique. The method used in this study is path analysis. The results of this study are there are no differences in the perception of use, risk perception, use of use and interest in using the OVO respondent group and the group of funds, and there is a significant effect between the variable perception of the use, the risk perception of the attitude of the use and significant influence Also between variables perception of use, risk perception and attitude of use of interest in using sustainable.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Continuance intention to use, e-wallet*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari persepsi kegunaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan berkelanjutan yang di mediasi oleh sikap penggunaan pada aplikasi dompet digital OVO dan Dana dengan studi komparasi di kota Pontianak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili dikota Pontianak dan memiliki aplikasi OVO dan Dana serta pernah menggunakan aplikasi tersebut dalam pembayaran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan cara penarikan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil dari penelitian ini adalah tidak ada perbedaan tanggapan persepsi Kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan antara kelompok responden OVO dengan kelompok responden Dana, dan terdapat hasil pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko terhadap sikap penggunaan dan pengaruh yang signifikan pula antara variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko dan sikap penggunaan terhadap minat menggunakan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model, Persepsi kegunaan, Persepsi risiko, Minat menggunakan berkelanjutan, Dompet digital.*

**1. PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi saat ini menyebabkan bergesernya peranan uang tunai menjadi bentuk non tunai dalam sistem pembayaran secara digital yang sifatnya lebih efektif dan efisien. Dengan penggunaan dompet digital, masyarakat akan lebih mudah melakukan transaksi pembayaran setiap saat tanpa adanya batasan tempat dan waktu.

Bank Indonesia (BI) mencatat, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp131,21 triliun pada Oktober 2022. Jumlah itu melonjak 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp98,55 triliun, dan diperkirakan akan terus meningkat pada tahun 2023 (DataIndonesia.id, 2022) Hal ini membuat banyak penyelenggara dompet digital di Indonesia memanfaatkan smartphone untuk meningkatkan pelayanan mereka melalui aplikasi dompet digital. Dompet digital merupakan layanan berbasis aplikasi yang memudahkan untuk berbagai macam bertransaksi pembayaran non tunai seperti transfer uang, pembayaran tagihan, beli pulsa dan pembayaran merchant. Fenomena yang sekarang terjadi menyebabkan masyarakat lebih senang melakukan pembelian secara praktis dan ekonomis yang tidak memakan waktu lebih lama.

Salah satu bentuk media uang digital dikalangan masyarakat umum yang biasa dikenal dengan e-wallet atau dompet digital. Seperti yang sudah di jelaskan keberaan financial technology (Fintech) dipakai dalam hal membuat barang-barang keuangan lebih mudah diakses oleh masyarakat umum. Saat ini, masyarakat Indonesia menggunakan berapam produk teknologi financial sebagai metode pembayaran, termasuk uang elektronik untuk transaksi digital.

Tren yang mempengaruhi aktivitas perusahaan adalah penggunaan dompet digital sebagai metode pembayaran digital. Orang-orang yang melakukan kegiatan yang tidak biasa semakin membutuhkan uang elektronik sebagai akibat dari penggunaan teknologi modern, perangkat lunak, internet, dan komunikasi. Orang Indonesia lebih sering menggunakan mata uang digital karena transaksi menjadi lebih sederhana dan lebih cepat.

Salah dua dari aplikasi dompet digital yaitu OVO dan Dana. Menurut snapcart pada tahun 2019, lembaga riset berbasis aplikasi yang melakukan penelitian perilaku konsumen dalam bertransaksi dengan aplikasi pembayaran digital. Berdasarkan riset yang telah dilakukan, dari 1800 responden 58%nya menggunakan OVO, sedangkan DANA hanya memiliki 6% responden. Dalam hal ini periset Snapcart Indonesia, Eko Wicaksono (2019) mengatakan bahwa pengguna menikmati pengalaman bertransaksi yang lebih praktis, cepat, aman dan tidak ribet.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Khoiriyah (2018) setiap orang yang pernah membeli barang secara online akan melakukan kembali atau berulang kali meskipun adanya risiko dalam pembelian secara online tersebut.

Salah satu teori yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan dari suatu teknologi yaitu metode Technology Acceptance Model (TAM). TAM merupakan sebuah alat teoritis yang baik, populer, dan menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi (Handayani dan Harsono, 2016). TAM diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. Namun seiring berjalannya waktu ditambahkan persepsi risiko (perceived risk) (Oentario et.al., 2017). TAM telah digunakan secara luas di beberapa penelitian terdahulu, baik dalam pengukuran tingkat penerimaan aplikasi secara keseluruhan Joan & Sitinjak, 2019; Nurdiansyah, Dhita, & Pratita, 2019; Syahril & Rikumahu, 2019; Rahmawati & Narsa, 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, 2017 menyatakan bahwa penggunaan berkelanjutan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi resiko, sikap penggunaan juga berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi mobile payment. Persepsi kegunaan membuat konsumen merasa tertarik untuk menggunakan aplikasi pembayaran secara berkelanjutan, Hadikusuma & Jaolis, 2019, sehingga persepsi kemudahan dapat memberikan dampak terhadap minat menggunakan berkelanjutan pada aplikasi OVO dan Dana. Persepsi risiko memberikan dampak yang besar terhadap minat pengguna dalam penggunaan sistem pembayaran (Martins, Oliveira & Popovic, 2014), sehingga dapat diduga bahwa Persepsi risiko juga memberikan dampak yang sama terhadap minat penggunaan berkelanjutan dompet digital. Sikap penggunaan juga memberikan dampak terhadap minat menggunakan berkelanjutan aplikasi pembayaran Adhiputra 2015. Chang et al., (2015) menyatakan sikap penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan berkelanjutan.

Dengan kelebihan layanan dompet digital yang ditawarkan oleh OVO dan Dana, maka diharapkan pengguna dapat meningkatkan kegiatan bertransaksi dengan menggunakan OVO dan Dana yang merupakan alat pembayaran digital yang dapat mempermudah kegiatan transaksi pembayaran. Namun pada praktiknya, aplikasi OVO dan Dana belum banyak digunakan oleh sebagian masyarakat karena keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai sistem pembayaran non-tunai, sehingga kurang dapat memahami berbagai fitur yang tersedia dengan maksimal. Hal ini disebabkan karena mayoritas masyarakat di kalangan menengah kebawah lebih terbiasa melakukan transaksi pembayaran secara tradisional, yaitu pembayaran langsung dengan uang tunai.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh persepsi kegunaan persepsi risiko terhadap minat menggunakan berkelanjutan yang di mediasi oleh sikap penggunaan pada aplikasi dompet digital OVO dan Dana serta apakah ada perbedaan pendapat antara kelompok responden OVO dan kelompok responden Dana.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Technology Acceptance Model (TAM)**

TAM merupakan pengembangan teori dari Theory of Reasoned Action (TRA) oleh (Ajzen & Fishbein, 1980). Model ini pertama kali diperkenalkan oleh (F. D. Davis, 1989). TAM yang dikembangkan oleh Davis telah menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Persepsi berdasarkan kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi berdasarkan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan dua konstruk utama yang ditambahkan. TAM menjelaskan bahwa dua konstruk utama tersebut menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi (Fathema, Shannon, & Ross, 2015). TAM ini tidak hanya bisa untuk memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti dan para praktisi bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak diterima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.

TAM juga menuturkan bahwa pengaruh atau dampak variabel eksternal seperti (pelatihan, proses pengembangan, karakteristik sistem) pada penggunaan yang dimaksudkan adalah sebuah mediasi oleh kegunaan yang dapat dinikmati dan kemudahan penggunaan yang dapat dinikmati juga. Model dari Technology Acceptance Model (TAM) ini dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna layanan berbasis teknologi informasi tersebut berlandaskan pada kepercayaan (belief), sikap (attitude), keinginan (intention), serta hubungan perilaku pengguna (user behavior relationship) (Hendra & Iskandar, 2016). Sedangkan tujuan dari penggunaan model ini adalah untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna dan faktor-faktor utama dari perilaku seorang pengguna dalam menerima suatu teknologi informasi (Istiarni & Hadiprajitno, 2014).

#### **2.1.1. Persepsi Kegunaan**

Persepsi kegunaan merupakan tingkat di mana seorang pengguna akan memiliki anggapan bahwa teknologi yang digunakan mampu memberi dampak langsung bagi kinerjanya (Davis et al., 1989) yang dapat dilihat melalui peningkatan aktivitas operasional dan efektivitas kinerja pengguna dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya (Al-Fahim, Jusoh & Abideen, 2016). Kegunaan yang dirasakan menggambarkan bagaimana seseorang percaya menggunakan sistem / teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Peningkatan kinerja dapat terjadi baik pada individu maupun organisasi, tergantung pada pentingnya teknologi yang digunakan (Park, Rhoads, Hou & Lee, 2014)

#### **2.1.2. Persepsi Risiko**

Persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang akan dihadapi oleh seseorang pada saat membuat suatu keputusan (Berteau, 2011). Menurut (Qalati et al., 2021) mendefinisikan persepsi risiko sebagai penilaian atau persepsi pelanggan atas konsekuensi atau dampak negatif atau hasil yang meragukan setelah membeli produk atau jasa atau melakukan transaksi. Jika dikaitkan dengan penggunaan suatu sistem atau teknologi, maka persepsi risiko dapat dijelaskan sebagai risiko keamanan atau risiko privasi mengenai data dan informasi pribadi pengguna dapat diperoleh dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Amaro & Duarte, 2015; Cham et al., 2016). Persepsi risiko yang lebih tinggi akan berdampak pada menurunnya sikap pengguna terhadap suatu teknologi dan begitu pula sebaliknya, sehingga persepsi risiko akan berdampak negatif terhadap sikap pengguna teknologi (Martins et al., 2014). Davis (1989) dalam Juhri dan Kusuma Dewi (2017) menjelaskan bahwa sikap penggunaan adalah sikap terhadap penggunaan, dimana akan ada evaluasi terhadap teknologi tersebut dan mengkaitkan teknologi tersebut terhadap pekerjaannya. Davis (1989) dalam Juhri dan Kusuma Dewi (2017) menjelaskan bahwa tingkatan seberapa kuat keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

#### **2.1.3. Minat Menggunakan Berkelanjutan**

Minat menggunakan berkelanjutan menurut Cindy Monica dan Vita Briliana (2019) adalah niat seseorang untuk terus melakukan penggunaan aplikasi teknologi. Menurut Bhattacharjee dalam Tekaqneha dan Rodhiah (2020) menjelaskan bahwa Minat menggunakan berkelanjutan adalah penggunaan berkelanjutan sistem informasi oleh pengadopsi, dimana keputusan kelanjutan mengikuti keputusan penerimaan awal. Konsumen yang puas akan memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk membeli kembali produk atau layanan di masa depan. Tetapi ketika kinerja jatuh di bawah harapan pra-pembelian, konfirmasi positif terjadi dan

memberikan kontribusi kepada konsumen yang tidak puas. Konsumen yang tidak puas akan menghindari menggunakan produk atau layanan lagi di masa depan.

## 2.2. Tinjauan Pustaka

Persaingan yang terjadi dalam layanan online saat ini semakin marak. Konsumen dihadapkan pada keleluasaan untuk menentukan pilihan penggunaan aplikasi dompet digital dengan berbagai macam fitur dan keuntungan yang ditawarkan oleh pihak aplikasi. Masing-masing penyedia jasa layanan aplikasi dompet digital berusaha untuk dapat memberikan penawaran yang terbaik bagi konsumennya dengan menawarkan beberapa fitur unggulan, promosi dan benefit dalam melakukan transaksi. Beberapa faktor yang dapat dirasakan konsumen dompet digital dapat berupa persepsi kegunaan, persepsi risiko sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan.

Adapun hipotesis untuk tanggapan tentang perbedaan antara kelompok responden konsumen ovo dengan kelompok responden konsumen dana adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat perbedaan tanggapan persepsi kegunaan antara kelompok responden konsumen OVO dengan kelompok responden konsumen Dana.

H2: Terdapat perbedaan tanggapan persepsi risiko antara kelompok responden konsumen OVO dengan kelompok responden konsumen Dana.

H3: Terdapat perbedaan tanggapan sikap terhadap penggunaan antara kelompok responden konsumen OVO dengan kelompok responden konsumen Dana.

H4: Terdapat perbedaan tanggapan minat menggunakan berkelanjutan antara kelompok responden konsumen OVO dengan kelompok responden konsumen Dana.

Penelitian yang dilakukan (Adhiputra, 2015; Joan & Sitinjak, 2019) ditemukan hasil adanya pengaruh hubungan yang signifikan terhadap sikap penggunaan sistem informasi. Sikap penggunaan didasari oleh manfaat yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi pembayaran dan penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Sayekti & Putarta, 2016). Semakin besar dampak positif yang dirasakan oleh pengguna dari penggunaan suatu teknologi maka akan meningkatkan Persepsi kegunaan, sehingga berpengaruh positif terhadap sikap pengguna akan suatu sistem atau teknologi. Hipotesis dalam penelitian adalah berikut ini:

H5a: Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan oleh kelompok responden konsumen OVO.

H5b: Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan oleh kelompok responden konsumen Dana.

Hasil penelitian tentang persepsi risiko sebelumnya dilakukan oleh penelitian (Rahayu, 2017) ditemukan hasil adanya hubungan yang signifikan variabel persepsi risiko yang dirasakan terhadap sikap penggunaan sistem informasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Juniwati (2014) persepsi resiko memiliki pengaruh negative terhadap sikap penggunaan konsumen dalam menggunakan aplikasi pembayaran. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah berikut ini:

H6a: Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan oleh kelompok responden konsumen OVO.

H6b: Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan oleh kelompok responden konsumen Dana.

Hasil penelitian TAM yang dilakukan oleh (Kassim, Normalini Md., Ramayah, 2015) menunjukkan pengaruh kegunaan yang dirasakan konsumen memiliki terhadap minat penggunaan. persepsi kegunaan konsumen mampu memimbulkan niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran secara berkelanjutan (Nurdiansyah, Dhita, & Pratita, 2019). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah berikut ini.

H7a : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen OVO.

H7b : Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen Dana.

Beberapa studi tentang adopsi aplikasi pembayaran sebelumnya telah dilakukan di India (Izzo et al. 2022; Karim et al. 2022). Persepsi pelanggan tentang risiko memengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan aplikasi pembayaran digital (Hodula 2023). Menurut penelitian sebelumnya, risiko dianggap sebagai faktor terpenting yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi pembayaran (Dzandu et al. 2022). Pengaruh yang diberikan oleh persepsi risiko sangat mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan dengan kata lain semakin kecil resiko yang dirasakan oleh konsumen maka semakin besar peluang konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan dan begitupula sebaliknya Hipotesis dalam penelitian adalah berikut ini.

H8a: Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen OVO.

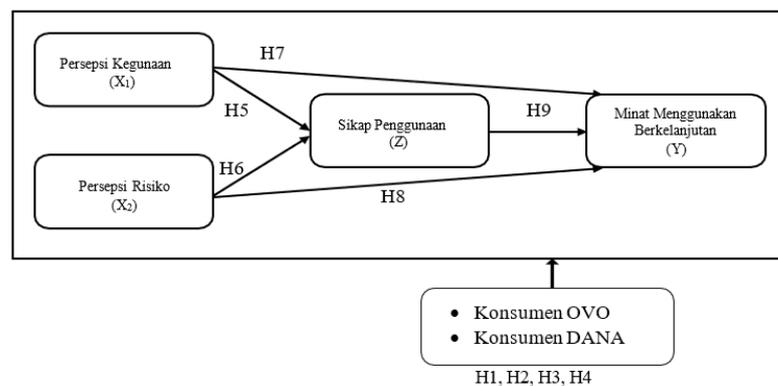
H8b: Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen Dana.

Hasil penelitian tentang aspek sikap terhadap penggunaan oleh (Nyoman, Linda, Ayu, & Giantari, 2016) menunjukkan hasil bahwa sikap merupakan hal dasar yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi pembayaran secara online. Semakin baik manfaat yang dirasakan oleh konsumen mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi pembayaran secara berkelanjutan Hipotesis yang diajukan penelitian adalah berikut ini.

H9a : Sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen OVO.

H9b : Sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan berkelanjutan oleh kelompok responden konsumen Dana.

Berdasarkan uraian hubungan antar variabel dan rumusan hipotesis yang telah dipaparkan, maka dapat disampaikan gambar kerangka penelitian konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna aplikasi OVO dan Dana yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti karena selalu berubah. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden yang ditentukan dengan pendekatan slovin karena pendekatan slovin dinilai mudah dan praktis dalam penggunaannya. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan Google Form. Kuesioner dibagikan kepada responden secara online dan disertai pertanyaan dilengkapi dengan tujuh alternatif jawaban dengan skala likert (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = agak tidak setuju, 4 = netral, 5 = agak setuju, 6 = setuju, 7 = sangat setuju). Untuk pengukuran persepsi kegunaan menggunakan enam indikator yang diadaptasi oleh Hasan et al

(2021), yaitu : i). Manfaat kinerja, ii). Pemanfaatan peluang, iii). Kemudahan akses informasi, iv). Manfaat keseluruhan yang dirasakan. Persepsi resiko di ukur dengan tiga indicator yang diadaptasi oleh Liau Xio dalam Yusnidar, Samsir, & Restuti (2014) yaitu: i). Financial risk, ii). Performance risk, iii). Time and convenience risk. Sikap penggunaan akan diukur menggunakan tiga indicator yang diadaptasi oleh Davis et al. (1989) dan Chuang et al. (2016) yaitu: i). Sikap menyenangkan, ii). Berpikir positif, iii). Penggunaan bijak. Minat menggunakan berkelanjutan diukur dengan empat indicator yang di adaptasi oleh Akiyama et al., (2021) yaitu: i). Minat preferensial, ii). Minat transaksional, iii). Minat referensial, iv). Minat eksploratif. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis jalur yang diolah menggunakan software SPSS 26 for Windows dalam melakukan serangkaian pengujian data.

Data penelitian akan digunakan terlebih dahulu untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Data penelitian akan dikatakan valid apabila nilai r-hitung dari masing-masing item kuesioner lebih tinggi daripada nilai r-tabel dan nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05 dan data penelitian akan dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach’s Alpha masing-masing variabel lebih tinggi dari 0,600. Selain itu, akan dilakukan uji t-independen untuk menilai pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen, apabila nilai signifikansinya lebih rendah atau sama dengan 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis diterima dan begitu pula sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Kemudian dilakukan juga uji t test independent untuk menguji perbedaan tanggapan responden. Selain itu juga akan dilakukan uji jalur (path analysis) untuk menilai peran mediasi yang diberikan oleh variabel mediasi dalam hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Model dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$\text{Persamaan Regresi Tahap I : } Z = Pz_{x1}X1 + Pz_{x2}X2 + e1$$

$$\text{Persamaan Regresi Tahap II : } Y = Py_{x2}X1 + Py_{x2}X2 + Py_{z}Z + e2$$

Keterangan:

X1 : variabel Persepsi Kegunaan (X1)

X2 : variabel Persepsi Risiko (X2)

Z : variabel Sikap Terhadap Penggunaan (Z)

Y : variabel Minat Menggunakan Berkelanjutan (Y)

Pz<sub>x1</sub>X1 : koefisien regresi variabel X1 terhadap Z

Pz<sub>x2</sub>X2 : koefisien regresi variabel X2 terhadap Z

Py<sub>x2</sub>X1: koefisien regresi variabel X1 terhadap Y

Py<sub>x2</sub>X2: koefisien regresi variabel X2 terhadap Y

Py<sub>z</sub>Z : koefisien regresi variabel Z terhadap Y

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Karakteristik Responden

Pada setiap gambar harus diberikan keterangan di bawah gambar. Keterangan pada tabel diberikan di atas tabel. Keterangan dituliskan dengan huruf kecil kecuali pada karakter pertama pada tiap kalimat. Seluruh gambar harus diberi penomoran secara berurutan. Gambar diletakkan di tengah halaman (*center aligned*), sedangkan tabel diawali di pinggir kiri (*left aligned*) halaman.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Profil	Deskripsi	OVO		Dana	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Usia	18 tahun – 25 tahun	48	48%	53	53%
	26 tahun – 35 tahun	43	43%	38	38%
	36 tahun – 45 tahun	7	7%	7	7%
	46 tahun – 50 tahun	1	1%	2	2%
	50 tahun keatas	1	1%	0	0%
Jenis Kelamin	Laki – laki	63	63%	54	54%
	Perempuan	37	37%	46	46%
Pendidikan	SD	0	0%	0	0%
	SMP	1	1%	2	2%

	SMA	34	34%	45	45%
	D1/D2/D3/D4	14	14%	15	15%
	Sarjana (S1)	48	48%	35	35%
	Pasca Sarjana (S2/S3)	3	3%	3	3%
<b>Status</b>	Pelajar	0	0%	1	1%
	Mahasiswa	25	25%	41	41%
	PNS	6	6%	8	8%
	Polri/TNI	0	0%	2	2%
	BUMN	2	2%	2	2%
	Karyawan swasta	49	49%	34	34%
	Wirasaha	8	8%	5	5%
	Lainnya	10	10%	7	7%
<b>Alasan Menggunakan Aplikasi</b>	Praktis	78	37,68%	71	38,80%
	Aman	43	20,77%	41	22,40%
<b>Aplikasi</b>	Banyak fitur nya	33	15,94%	35	19,13%
	Hemat waktu	53	25,60%	36	19,67%

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa responden OVO dan Dana di dominasi oleh responden dengan rentang usia 18 tahun – 25 tahun. Hal ini bisa disebabkan karena mayoritas usia dibawah 25 tahun merupakan pelajar atau mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan yang biasanya identik dengan sebutan kaum milenial. Kaum milenial ini erat kaitannya dengan cepatnya beradaptasi dengan teknologi termasuk dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai. Kemudian OVO di dominasi oleh laki-laki dengan jumlah 63 orang atau 63% dari jumlah keseluruhan responden OVO. Sedangkan responden Dana di dominasi oleh laki-laki dengan jumlah 54 atau 54% dari jumlah keseluruhan responden Dana. Kedua kelompok responden di dominasi oleh jenis kelamin laki-laki. Hal ini bisa disebabkan karena laki-laki cenderung suka mencoba hal-hal baru seperti halnya mencoba aplikasi OVO dan Dana sebagai sarana pembayaran digital.

Berdasarkan Pendidikan terakhir responden OVO di dominasi oleh sarjana (s1) sebesar 48 responden atau 48% sedangkan responden Dana di dominasi oleh SMA yaitu sebanyak 45 responden atau 45%. Hal ini bisa disebabkan karena mayoritas responden yang merupakan masih berstatus sebagai pelajar, mahasiswa dan baru lulus kuliah atau fresh graduate serta karyawan swasta. Selain itu responden OVO di dominasi oleh karyawan swasta sebesar 49 responden atau 49% dan responden Dana di dominasi oleh mahasiswa sebesar 41 responden atau 41%. Alasan responden menggunakan aplikasi OVO adalah aplikasi dinilai praktis dengan jumlah 78 responden sedangkan aplikasi Dana adalah praktis dengan jumlah 71 responden. Dari hasil tanggapan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa responden aplikasi dompet digital OVO dan Dana memiliki keunggulan dalam hal praktis dalam penggunaan aplikasi.

#### 4.2 Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Item	r-Hitung OVO	r-Hitung Dana	r-Tabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Kegunaan	Item 1	0,758	0,697	0,163	0,000	Valid
	Item 2	0,824	0,758	0,163	0,000	Valid
	Item 3	0,732	0,846	0,163	0,000	Valid
	Item 4	0,617	0,643	0,163	0,000	Valid
	Item 5	0,721	0,664	0,163	0,000	Valid
	Item 6	0,542	0,676	0,163	0,000	Valid
Persepsi Risiko	Item 7	0,700	0,671	0,163	0,000	Valid
	Item 8	0,823	0,784	0,163	0,000	Valid
	Item 9	0,824	0,441	0,163	0,000	Valid
	Item 10	0,850	0,685	0,163	0,000	Valid
	Item 11	0,780	0,699	0,163	0,000	Valid
Sikap	Item 12	0,793	0,776	0,163	0,000	Valid

penggunaan	Item 13	0,864	0,858	0,163	0,000	Valid
	Item 14	0,586	0,747	0,163	0,000	Valid
	Item 15	0,784	0,693	0,163	0,000	Valid
Minat menggunakan berkelanjutan	Item 16	0,867	0,721	0,163	0,000	Valid
	Item 17	0,789	0,857	0,163	0,000	Valid
	Item 18	0,725	0,832	0,163	0,000	Valid
	Item 19	0,767	0,795	0,163	0,000	Valid

Berdasarkan data pada Tabel 2, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan dalam penelitian ini memiliki item total correlation > 0,197 dan nilai sig <0,05. Dengan demikian, setiap pertanyaan atau pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dapat digunakan seluruhnya dan dapat dianalisis lebih lanjut.

### 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable Penelitian	Alpha cronbach's OVO	Alpha cronbach's Dana	Standard	Keterangan
Persepsi kegunaan	0,789	0,803	0,60	Reliabel
Persepsi risiko	0,856	0,682	0,60	Reliabel
Sikap penggunaan	0,748	0,765	0,60	Reliabel
Minat menggunakan berkelanjutan	0,785	0,810	0,60	Reliabel

Berdasarkan pada tabel 3, diketahui bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan dalam penelitian ini memiliki nilai Alpha lebih besar dari 0,60. Data ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini bisa di katakan reliabel dengan katalain, data dapat dianalisis lebih lanjut.

### 4.4 Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Asymp.sig.(2-tailed) OVO	Asymp.sig.(2-tailed) Dana	Standard	Keterangan
Persamaan tahap I	0,200	0,065	0,05	Normal
Persamaan tahap II	0,200	0,122	0,05	Normal

Berdasarkan pada tabel 4 dapat dilihat nilai Asymp.sig (2-tailed) pada persamaan tahap I dan II pada sampel responden OVO dan Dana memiliki nilai >0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual pada persamaan I dan II berdistribusi normal.

### 4.5 Hasil Uji Linieritas

Hasil uji liniertitas pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig. OVO	Sig. Dana	Standard	Keterangan
Persepsi kegunaan □ Sikap penggunaan	0,000	0,000	0,05	Linier
Persepsi risiko □ Sikap penggunaan	0,014	0,007	0,05	Linier
Persepsi kegunaan □ Minat menggunakan berkelanjutan	0,000	0,000	0,05	Linier
Persepsi risiko □ Minat menggunakan berkelanjutan	0,001	0,000	0,05	Linier
Sikap penggunaan □ Minat menggunakan berkelanjutan	0,000	0,000	0,05	Linier

Berdasarkan data pada tabel 5 dapat dilihat bahwa semua variabel yang diuji memiliki nilai signifikansi linierity kurang dari  $< 0,05$  sehingga dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa semua variable memiliki hubungan yang linier.

#### 4.6 Hasil Uji Beda dengan Metode T-Test Independent

Hasil uji Beda dengan Metode T-Test Independent pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Beda dengan Metode T-Test Independent

Variabel	Kelompok	Jumlah Item	Mean	Std. Deviation	t	Sig.	Hasil
Persepsi Kegunaan	OVO	6	5,73	0,670	0,363	0,724	Tidak terdapat perbedaan
	Dana	6	5,58	0,789			
Persepsi Risiko	OVO	5	3,28	0,265	-0,014	0,989	Tidak terdapat perbedaan
	Dana	5	3,29	0,742			
Sikap Penggunaan	OVO	4	5,64	0,683	0,024	0,982	Tidak terdapat perbedaan
	Dana	4	5,63	0,487			
Minat Menggunakan Berkelanjutan	OVO	4	5,68	0,662	0,161	0,877	Tidak terdapat perbedaan
	Dana	4	5,62	0,169			

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi antara kelompok responden OVO dan kelompok responden Dana pada variable persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian uji beda dengan metode t-test independent dengan hasil yang memiliki nilai diatas  $>0,05$ , serta memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi pada persepsi resiko dan nilai rata-rata yang tinggi pada persepsi kegunaan, sikap penggunaan dan minat menggunakan berkelanjutan. Dengan demikian hasil pengujian melalui t test independent terhadap dua sampel kelompok responden OVO dan kelompok resdponden Dana tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis H1, H2, H3, dan H4 ditolak. Hal ini bisa disebabkan karena aplikasi pembayaran digital OVO dan Dana memiliki fungsi dan fitur yang sama, seperti pengisian saldo yang bisa diisi secara langsung melalui mobile banking, dan bisa melalukan pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, tagihan air dan tagihan internet.

#### 4.7 Hasil Hipotesis

Hasil Hipotesis pada setiap variabel persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap penggunaan dan minat pada tabel 7

Tabel.7. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian untuk masing-masing hipotesis dapat dilihat pada table 7. Persepsi kegunaan memiliki

Variabel		OVO			Dana		
Independen	Dependen	Beta Std.	Sig.	Hasil	Beta Std.	Sig.	Hasil
PK	SP	0.709	0.000	Diterima	0.761	0.000	Diterima
PR	SP	-0.142	0.041	Diterima	-0.146	0.021	Diterima
PK	MMB	0.201	0.049	Diterima	0.261	0.035	Diterima
PR	MMB	-0.174	0.017	Diterima	-0.224	0.005	Diterima
SP	MMB	0.516	0.000	Diterima	0.357	0.005	Diterima

pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan dompet digital OVO ( $\beta$ : 0.709, Sig.  $> 0,000$ ) dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan dompet digital Dana ( $\beta$ :

0.761, Sig. > 0,000), persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan dompet digital OVO ( $\beta$ : -0.142, Sig. > 0,041) begitu juga pada dompet digital Dana ( $\beta$ : -0,146, Sig. > 0,021). Lebih lanjut persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap menggunakan berkelanjutan dompet digital OVO ( $\beta$ : 0.201, Sig. > 0,049) dan Dana ( $\beta$ : 0.261, Sig. > 0,035), persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan berkelanjutan dompet digital OVO ( $\beta$ : -0,174, Sig. > 0,017) dan Dana ( $\beta$ : -0,224, Sig. > 0,005). Sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan berkelanjutan dompet digital OVO ( $\beta$ : 0,516, Sig. > 0,000) dan Dana ( $\beta$ : 0.357, Sig. > 0,005)

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi risiko mampu mempengaruhi sikap konsumen, dan persepsi kegunaan, persepsi risiko dan sikap penggunaan juga terbukti mampu mempengaruhi minat menggunakan dompet digital OVO dan Dana secara berkelanjutan. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah sikap penggunaan mampu menjadi mediasi persepsi kegunaan dan persepsi risiko pada minat menggunakan berkelanjutan dengan hasil nilai yang lebih tinggi dari dampak langsung yang diberikan oleh masing-masing variable. Selain itu hasil dari uji beda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tanggapan antara kelompok responden OVO dan Dana, nilai yang dihasilkan dalam uji beda menunjukkan selisih yang sangat sedikit antara kedua kelompok responden. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa sikap penggunaan mampu dipengaruhi secara langsung oleh persepsi kegunaan dan persepsi risiko, begitu pula dengan minat menggunakan berkelanjutan yang mampu di pengaruhi secara langsung oleh persepsi kegunaan, persepsi risiko dan sikap penggunaan.

### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran bagi perusahaan adalah melakukan pengecekan secara berkala dan memperbaiki sistem secara cepat apabila ditemukan kekurangan atau kesalahan dalam system aplikasi dan jaringan, hal ini akan membuat konsumen merasa lebih aman apabila aplikasi yang digunakan selalu stabil dan aman. Kemudian OVO dan Dana juga perlu melakukan inovasi tentang fitur dan design dari aplikasi seperti memberikan tampilan yang simple namun menarik agar konsumen merasa nyaman dan betah saat menggunakan aplikasi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan perkembangan dalam model TAM melalui hasil yang telah dijelaskan sebelumnya. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam dan kurangnya pengetahuan responden tentang penggunaan aplikasi dompet digital sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai variable maupun objek dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2(1), 52–63.
- [2] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [3] Akiyama, M. J., Muller, A., Huang, O., Lizcano, J., Nyakowa, M., Riback, L., and Kurth, A. (2021). Hepatitis C-related knowledge, attitudes and perceived risk behaviours among people who inject drugs in Kenya: A qualitative study. *Global Public Health*, 3(2), 1–13.
- [4] Al-Fahim, N. H., Jusoh, W. J. W., & Abideen, A. (2016). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking Services Among Small and Medium Enterprises in Yemen. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 3(9), 432-330.
- [5] Amaro, S., & Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46, 64–79.

- [6] Berteau, P. E. (2011). Perceived Risk and Online Shopping Behaviour - A Marketing Perspective. *SSRN Electronic Journal*.
- [7] Cham, T. H., Lim, Y. M., Cheng, B. L., & Lee, T. H. (2016). An Empirical Study on the Determinants of Knowledge Management Systems Success - Evidence from the Banking Industry of Malaysia. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46(1), 2–20.
- [8] Chang, Chia Chin, Hung, SW, Cheng, MJ, & Wu, CY (2015). Exploring the intention to continue using social networking sites: The case of Facebook. *Technological Forecasting and Social Change*, 95, 48–56. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.03.012>
- [9] Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15.
- [10] Davis, D. F. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results (Doctoral dissertation). *Massachusetts Institute of Technology*, Cambridge, Massachusetts, United States.
- [11] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- [12] Dzandu, Michael D., Charles Hanu, and Hayford Amegbe. 2022. Gamification of mobile money payment for generating customer value in emerging economies: The social impact theory perspective. *Technological Forecasting and Social Change* 185: 122049.
- [13] Elkaseh, A. M., Wong, K. W., & Fung, C. C. (2016). Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness of Social Media for e-Learning in Libyan Higher Education: A Structural Equation Modeling Analysis. *International Journal of Information and Education Technology*, 6(3), 192–199.
- [14] Fathema, N., Shannon, D., & Ross, M. (2015). Expanding The Technology Acceptance Model (TAM) to Examine Faculty Use of Learning Management Systems (LMSs) In Higher Education Institutions. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 11(2), 210–232.
- [15] Fuad, S., Sangen, M., & Albushari, S. A. (2018). Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Perceived Risk Untuk Mengidentifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online di Kalimantan. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 6(3).
- [16] Hadikusuma, S., & Jaolis, F. (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom. *Agora*, 7(2), 287242.
- [17] Handayani, W. P. P., & Harsono, M. (2016). Aplikasi technology acceptance model (TAM) pada komputerisasi kegiatan pertanahan. *Jurnal Economia*, 12(1), 13-22. DOI: <https://doi.org/10.21831/economia.v12i1.8415>
- [18] Hasan, Rashedul, Muhammad Ashfaq, and Lingli Shao. 2021. Evaluating Drivers of Fintech Adoption in the Netherlands. *Global Business Review*.
- [19] Hendra, J., & Iskandar, A. (2016). Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo. *Jurnal Ecobuss*, 4(1), 40–48.
- [20] Hodula, Martin. 2023. Fintech credit, big tech credit and income inequality. *Finance Research Letters* 51: 103387
- [21] Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). INTERNET BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL ( Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia ). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10.
- [22] Izzo, Filomena, Viktoriia Tomnyuk, and Rosaria Lombardo. 2022. 4.0 digital transition and human capital: Evidence from the Italian Fintech market. *International Journal of Manpower* 434: 910–25.

- [23] Juhri, K., & Kusuma Dewi, C. (2017). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis*, 36-51.
- [24] Juniwati. (2014). Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. *European Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 27, 218-228.
- [25] Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- [26] Kassim, Normalini Md., Ramayah, T. (2015). Perceived Risk Factors Influence on Intention to Continue Using Internet Banking among Malaysians. *Global Business Review*, 16(3), 393–414.
- [27] Karim, Sitara, Farah Naz, Muhammad Abubakr Naeem, and Samuel A. Vigne. 2022. Is FinTech providing effective solutions to Small and Medium Enterprises SMEs in ASEAN countries? *Economic Analysis and Policy* 75: 335–44.
- [28] Khoiriyah, k., & Arifin. (2018, Juli). Pengaruh Trust Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Muhammadiyah Pringsewu). *Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 9, 64-76.
- [29] Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- [30] Martono Samuel, (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK) 2021*, Vol. 10, No. 3, 246-262. DOI : <http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v10i3.45827>
- [31] Monica, Cindy dan Vita Briliana. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention Pengguna Go-Food di Jakarta. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM* ISSN 2622-6421 Volume 9, Nomor 02, Oktober 2019.
- [32] Nurdiansyah, E., Dhita, A. N., & Pratita, D. (2019). Analisis pemanfaatan jurnal elektronik oleh mahasiswa menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 6(2), 175–182. <https://doi.org/10.21831/hsjpi.v6i2.27515>
- [33] Nyoman, N., Linda, S., Ayu, I. G., & Giantari, K. (2016). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Menggunakan Internet Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1513–1541.
- [34] Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intentionto Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26-31.
- [35] Park, N., Rhoads, M., Hou, J., & Lee, K. M. (2014). Understanding the acceptance of teleconferencing systems among employees: An extension of the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior*, 39, 118–127.