

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**KAJIAN TERHADAP FAKTOR PENERIMAAN PENGGUNA
BERKAITAN PENGGUNAAN E-DOMPET
DARIPADA PERSPEKTIF WARGA UNIVERSITI
DI BANDAR DAN LUAR BANDAR**



MOHD FIRDAUS BIN RAZALI

UUM
Universiti Utara Malaysia

**SARJANA SAINS (TEKNOLOGI MAKLUMAT)
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
2023**



Awang Had Salleh
Graduate School
of Arts And Sciences

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(We, the undersigned, certify that)

MOHD FIRDAUS RAZALI

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of)

SARJANA SAINS (TEKNOLOGI MAKLUMAT)

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**"KAJIAN TERHADAP FAKTOR PENERIMAAN PENGGUNA BERKAITAN PENGGUNAAN E-DOMPET
DARIPADA PERSPEKTIF WARGA UNIVERSITI DI BANDAR DAN LUAR BANDAR"**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada : **06 Julai 2023.**

That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on:
06 July 2023.

Pengerusi Viva:
(Chairman for VIVA)

Assoc. Prof. Dr. Nor Laily Hashim

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Luar:
(External Examiner)

Ts. Dr. Ahmad Shaharudin Abdul Latif

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Dalam:
(Internal Examiner)

Assoc. Prof. Dr. Mohd Khairudin Kasiran

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia:
(Name of Supervisor/Supervisors)

Assoc. Prof. Dr. Shahrul Azmi Mohd. Yusof

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia:
(Name of Supervisor/Supervisors)

Assoc. Prof. Ts. Dr. Maslinda Mohd Nadzir

Tandatangan
(Signature)

Tarikh:

(Date) **06 July 2023**

Kebenaran Mengguna

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan pengijazahan sarjana di Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan universiti mempamerkan sebagai bahan rujukan umum. Saya juga bersetuju bahawa sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada tesis ini untuk tujuan akademik adalah dibenarkan dengan kebenaran penyelia tesis atau Dekan Awang Had Salleh Graduate School, School of Computing. Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan komersial adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada penulis. Pernyataan rujukan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia perlulah dinyatakan jika terdapat sebarang rujukan ke atas tesis ini.

Kebenaran untuk menyalin dan menggunakan tesis ijazah sarjana ini sama ada secara keseluruhan ataupun sebahagian daripadanya hendaklah dipohon melalui :



Dekan Awang Had Salleh Graduate School

UUM College of Art and Sciences

Universiti Utara Malaysia

06010 Sintok Kedah

Abstrak

Selain daripada penggunaan wang sebagai medium pembayaran, terdapat juga kaedah pembayaran lain yang diterima di Malaysia. Antaranya ialah dengan menggunakan kad debit, kad kredit dan penggunaan aplikasi e-dompot. Walaupun pembayaran tunai masih merupakan bentuk pembayaran yang paling diterima dengan meluas di Malaysia, penggunaan pembayaran tanpa tunai dan tanpa sentuh juga semakin meningkat. Walau bagaimanapun, penggunaannya masih lagi minimum, terutama bagi aspek pembayaran menggunakan e-dompot, samada di peringkat rakyat Malaysia secara amnya, atau di peringkat institusi pengajian tinggi secara khasnya. Di samping itu, belia juga lebih memilih untuk mendapatkan bantuan dalam bentuk tunai berbanding kredit e-dompot. Penyelidikan ini bertujuan untuk mengkaji kaitan antara 4 konstruk dalam UTAUT, iaitu jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna dan pengaruh sosial dengan niat untuk menggunakan e-dompot di Malaysia di bawah norma baharu. Kajian juga merangkumi dua faktor tambahan iaitu tahap keselamatan dan kebolehpercayaan untuk melanjutkan model asal UTAUT. Kaedah pensampelan mudah digunakan, dan seramai 375 individu telah diberikan soal selidik untuk dilengkapkan, tetapi hanya 275 set soalan dapat diproses, yang terdiri daripada 84 responden daripada Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) mewakili bandar, dan 191 responden daripada Universiti Utara Malaysia (UUM) mewakili luar bandar. Hasilnya dianalisis secara deskriptif. Keputusan menunjukkan bahawa penggunaan e-dompot di Malaysia dipengaruhi dengan ketara oleh jangkaan usaha, jangkaan prestasi, pengaruh sosial, kebolehpercayaan, faktor mudah guna dan faktor keselamatan mengikut turutan keutamaan bagi warga universiti di bandar dan luar bandar. Juga, tidak terdapat perbezaan signifikan bagi jangkaan prestasi, faktor mudah guna, pengaruh sosial, faktor keselamatan dan kebolehpercayaan antara warga UKM dan UUM bagi penggunaan aplikasi e-dompot, tetapi terdapat perbezaan signifikan bagi jangkaan usaha. Penyedia kemudahan dan pemilik perniagaan boleh menggunakan garis panduan yang disediakan oleh kajian ini untuk meningkatkan perkhidmatan mereka dengan lebih berkesan. Di samping itu, perniagaan yang sedia ada diharap dapat menumpukan kepada elemen yang akan meningkatkan penerimaan e-dompot. Kajian ini juga dapat membantu usahawan untuk mempelbagaikan lagi pilihan pembayaran, dan membantu pihak universiti untuk menawarkan pembayaran tanpa tunai kepada pelajar mereka dengan lebih cekap.

Kata Kunci: E-dompot, Niat menggunakan e-dompot, Hubungan/Kaitan penggunaan e-dompot, Perbezaan bandar dan luar bandar

Abstract

Apart from the use of money as a payment medium, there are also other payment methods accepted in Malaysia. Among them is to use of debit cards, credit cards, and the use of e-wallet applications. Although cash payments are still the most widely accepted form of payment in Malaysia, the use of cashless and contactless payments is also increasing. However, its use is still minimal, especially for the aspect of payment using e-wallets, either at the level of Malaysians in general, or within the level of higher education institutions in particular. In addition, youth also prefer to get help in the form of cash instead of e-wallet credit. This research aims to examine the relationship between 4 constructs from UTAUT, namely performance expectations, effort expectations, ease of use factors, and social influence with the intention to use e-wallets in Malaysia under the new norm. The study also includes two additional factors which are the level of safety and reliability to extend the original UTAUT model. A convenience sampling technique was used, and a total of 375 individuals were given questionnaires to complete, but only 275 sets of questionnaires could be processed, consisting of 84 respondents from Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) representing urban area, and 191 respondents from Universiti Utara Malaysia (UUM) representing rural area. The results were analyzed descriptively. The results were analyzed descriptively. The results show that the use of e-wallets in Malaysia is significantly influenced by effort expectations, performance expectations, social influence, reliability, ease of use factor and security factors in order of priority for urban and rural university students. Also, there is no significant difference for performance expectations, ease of use factors, social influence, security factors and reliability between UKM and UUM citizens for the use of e-wallet applications, but there is a significant difference for effort expectations. Facility providers and business owners can use the guidelines provided by this study to improve their services more effectively. In addition, existing businesses are expected to focus on elements that will increase the acceptance of e-wallets. This study can also help entrepreneurs to further diversify payment options, and help universities to offer cashless payments to their students more efficiently.

Keywords: E-wallet, Intention to use e-wallet, Relationship/Correlation of e-wallet use, Urban and rural differences

Penghargaan

Sebagai seorang usahawan dan pelajar, saya amat berminat untuk mengetahui ketersediaan pelanggan membayar menggunakan aplikasi e-dompet. Naskhah kajian ini adalah terjemahan kepada perasaan ingin tahu tersebut.

Terima kasih kepada semua pihak di dalam perjalanan saya, terutama kepada penyelia, keluarga dan *patronage*. Terima kasih.



Kandungan

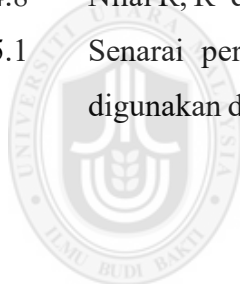
Kebenaran Mengguna	ii
Abstrak.....	iii
Abstract	iv
Penghargaan.....	v
Kandungan	vi
Senarai Jadual	ix
Senarai Rajah	x
Senarai Lampiran.....	xi
Senarai Singkatan.....	xii
BAB SATU PENGENALAN.....	1
1.1 Pengenalan.....	1
1.2 Latar Belakang Kajian.....	5
1.3 Pernyataan Masalah.....	6
1.4 Persoalan Kajian.....	13
1.5 Objektif Kajian.....	14
1.6 Signifikan Kajian.....	14
1.7 Skop Kajian	16
1.8 Definisi Operasi.....	16
1.8.1 Pengguna.....	16
1.8.2 Peruncit/Pengeluar Mesin	17
1.8.3 Aplikasi E-Dompot	17
1.8.4 Definisi Bandar dan Luar Bandar	17
1.8.5 Warga Universiti	18
BAB DUA SOROTAN KAJIAN.....	19
2.1 Pengenalan.....	19
2.2 Pengguna dan Pemilihan Medium Pembayaran	19
2.2.1 Pengguna dan Definisi Pengguna	19
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gelagat Pembelian Pengguna	19
2.2.3 Gaya Hidup	20
2.2.4 Medium Pembayaran	20
2.2.5 Aplikasi E-Dompot	21

2.2.6 Kelebihan E-Dompet.....	23
2.2.7 Isu Dan Cabaran E-Dompet Di Malaysia	29
2.2.8 Analisis Perbandingan Kaedah Pembayaran Konvensional Dengan E-Dompet.....	35
2.3 Kajian Lepas	39
2.3.1 Kajian Lepas Berkaitan Penggunaan Aplikasi Kewangan.....	39
2.3.2 Perbezaan Dengan Kajian Lepas Dan Jurang Kajian.....	54
2.4 Kerangka Teori	55
2.4.1 Model Penerimaan Teknologi (TAM)	56
2.4.2 Teori Bersepadu Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi (UTAUT)	60
2.5 Justifikasi Konstruk Pada Model UTAUT Sebagai Kerangka Konsep Kajian ..	61
2.5.1 Konstruk Jangkaan Prestasi	62
2.5.2 Konstruk Jangkaan Usaha	62
2.5.3 Konstruk Mudah Guna.....	63
2.5.4 Konstruk Pengaruh Sosial.....	63
2.5.5 Konstruk Niat Untuk Menggunakan	64
2.5.6 Penambahan Konstruk Pada Model UTAUT Sebagai Kerangka Konsep Kajian & Justifikasi.....	64
2.5.7 Konstruk Keselamatan	64
2.5.8 Konstruk Kebolehpercayaan	68
2.6 Kerangka Konsep Dan Konstruk Pengoperasian	71
2.7 Pembinaan Hipotesis Alternatif.....	71
2.8 Kesimpulan Bab Dua.....	74
BAB TIGA METODOLOGI KAJIAN	75
3.1 Pengenalan.....	75
3.2 Metodologi Kajian.....	75
3.3 Proses Kajian	75
3.4 Pemboleh ubah Kajian.....	78
3.4.1 Pemboleh ubah Tidak Bersandar	78
3.4.2 Pemboleh ubah Bersandar.....	79
3.5 Instrumen Pengukuran.....	79
3.5.1 Pembangunan Instrumen.....	80
3.5.2 Kesahan	86
3.5.3 Kajian Rintis	88

3.6	Pengumpulan Data.....	89
3.6.1	Responden Kajian	89
3.6.2	Format Soalan Soal Selidik.....	90
3.7	Analisis Data	91
3.8	Model Pengukuran Dan Model Berstruktur	93
3.8.1	Model Pengukuran	93
3.8.2	Model Berstruktur	94
3.9	Kesimpulan Bab Tiga	95
BAB EMPAT DAPATAN KAJIAN		96
4.1	Pengenalan.....	96
4.2	Kajian Akhir	96
4.2.1	Penyediaan Data.....	96
4.2.2	Analisis Data	98
4.2.3	Saringan Data	99
4.2.4	Statistik Demografi Responden	101
4.2.5	Pengalaman Penggunaan E-Dompet	109
4.2.6	Statistik Pemboleh Ubah Demografi.....	114
4.3	Model Pengukuran.....	114
4.3.1	Ketekalan Dalaman	114
4.3.2	Ujian-T Berpasangan (<i>Paired T-Test</i>).....	115
4.3.3	Regresi Linear	119
4.4	Hasil Keputusan Hipotesis	121
4.5	Kesimpulan Bab Empat.....	124
BAB LIMA PERBINCANGAN DAN RUMUSAN.....		125
5.1	Pengenalan.....	125
5.2	Perbincangan Hasil Kajian	125
5.3	Sumbangan Secara Teori.....	137
5.4	Sumbangan Secara Praktikal	138
5.5	Limitasi dan Cadangan Lanjutan Kajian	139
5.6	Rumusan Kajian	140
RUJUKAN.....		142

Senarai Jadual

Jadual 2.1	Ringkasan kajian penyelidik lepas	39
Jadual 3.1	Sumber dan skala ukuran konstruk	81
Jadual 3.2	Saiz sampel berdasarkan saiz populasi	89
Jadual 3.3	Taburan demografi	90
Jadual 3.4	Komponen model pengukuran	93
Jadual 4.1	Pengekoden data	99
Jadual 4.2	Statistik demografi responden	101
Jadual 4.3	Tempoh penggunaan e-dompet	109
Jadual 4.4	Statistik pemboleh ubah demografi	114
Jadual 4.5	Ringkasan pemprosesan kes	115
Jadual 4.6	Statistik kebolehppercayaan	115
Jadual 4.7	Rumusan Ujian-T Berpasangan	116
Jadual 4.8	Nilai R, R ² dan ANOVA untuk Regresi Linear.....	120
Jadual 5.1	Senarai persoalan kajian, objektif kajian, kaedah pengukuran yang digunakan dan dapatan kajian	136



Universiti Utara Malaysia

Senarai Rajah

Rajah 1.1:	Senarai kaedah pembayaran di Malaysia 2022	2
Rajah 2.1:	Model Penerimaan Teknologi	57
Rajah 2.2:	Model UTAUT	60
Rajah 2.3:	Model penyelidikan	71
Rajah 2.4:	Kerangka konsep dan hipotesis	73
Rajah 3.1:	Proses kajian	76
Rajah 4.1:	Pecahan soal selidik bagi warga UUM dan UKM	102
Rajah 4.2:	Pecahan soal selidik mewakili responden lelaki dan responden perempuan	103
Rajah 4.3:	Peratusan umur mengikut kategori	105
Rajah 4.4:	Pecahan pekerjaan bagi setiap responden	106
Rajah 4.5:	Pecahan tahap pendidikan bagi setiap responden	107
Rajah 4.6:	Tempoh penggunaan aplikasi e-dompet oleh 271 orang responden	110
Rajah 4.7:	Nilai pengaruh setiap pemboleh ubah kepada niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet	123
Rajah 5.1:	Kerangka Teori Penyelidikan	127

Senarai Lampiran

Lampiran A	Borang soal selidik	161
Lampiran B	Ketekalan Dalaman Setiap Ukuran	170
Lampiran C	Statistik Item-Jumlah	171
Lampiran D	Dapatan Ujian Regresi Linear	173



Senarai Singkatan

ATU	Attitude Toward Use
ANOVA	Analysis of Variance
BIU	Behavioral Intention To Use
BNM	Bank Negara Malaysia
CVS	Comprehensive Payment System
EE	Effort Expectation
FAQ	Frequently Asked Questions
FC	Facilitating Condition
IKIM	Institut Kefahaman Islam Malaysia
IKS	Industri Kecil Sederhana
IoT	Internet of things
IU	Intention to Use
MAE	Maybank E-Wallet
OTP	One-Time Password
PEU	Perceived Ease Of Use
PIN	Personal Identification Number
PKP	Perintah Kawalan Pergerakan
PLS	Partial Least Square
POS	Point Of Sales
PU	Perceived Usefulness
S	Safety
SI	Social Influence
SOP	Standard Operating Procedure
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
T	Trust
TAM	Technology Acceptance Model
TNG	Touch 'n Go eWallet
UKM	Universiti Kebangsaan Malaysia
UTAUT	Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology
UUM	Universiti Utara Malaysia
VIF	Variation Inflation Factors

BAB SATU

Pengenalan

1.1 Pengenalan

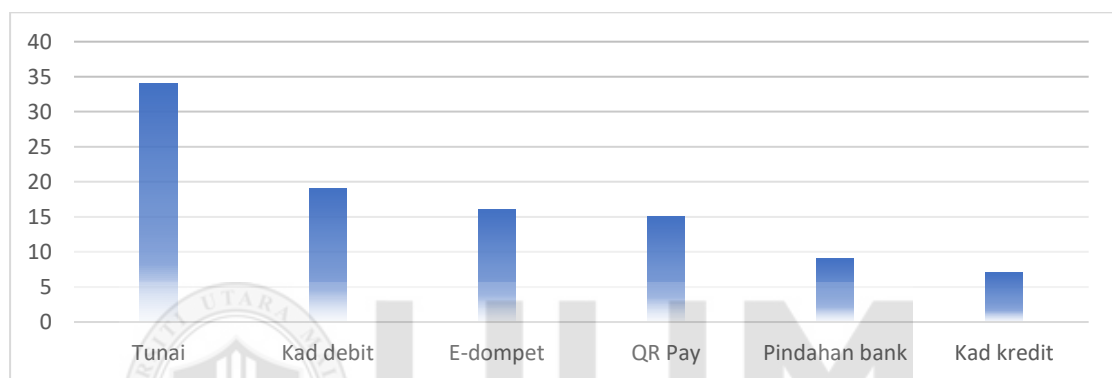
Menerusi laporan The Edge Markets yang diterbitkan oleh The Edge Markets, mereka menjangkakan bahawa industri peruncitan di Malaysia sedang berkembang positif dengan kadar 3.4% sepanjang suku kedua 2021, berbanding pada kadar 3.09% pada tempoh yang sama pada 2020 (Murugiah, 2021). Ini kerana jumlah perbelanjaan pengguna sudah semakin meningkat di samping perusahaan peruncitan sedang berusaha untuk pulih dari kesan PKP sepanjang 2020 dan 2021.

Manakala dalam fasa pemulihan daripada pandemik COVID-19, rakyat diingatkan untuk sentiasa mematuhi SOP yang telah ditetapkan. Antara SOP yang telah ditetapkan untuk sektor peruncitan adalah kebersihan premis, pengurusan pelanggan, saringan kesihatan, penggunaan cecair pembersih tangan, pemakaian pelitup muka, penjarakan dan patuhan serta pengaplikasian transaksi tanpa sentuhan di mana pelanggan adalah amat digalakkan untuk memilih dan melakukan pembayaran secara elektronik, sama ada dengan penggunaan kad, perbankan dalam talian atau penggunaan aplikasi e-dompot.

Menurut kamus Cambridge, e-dompot ditakrifkan sebagai kaedah menyimpan wang digital pengguna dan maklumat beli-belah dalam talian (Cambridge Dictionary, 2022b). Manakala berdasarkan The Economic Times (n.d.), e-dompot ialah sejenis akaun prabayar di mana pengguna boleh menyimpan wang mereka untuk sebarang transaksi dalam talian. E-dompot dilindungi dengan kata laluan. Dengan bantuan e-dompot, seseorang boleh membuat pembayaran untuk barangan runcit, pembelian

dalam talian dan tiket penerbangan.

Menurut The Malaysian Reserve, pandemik COVID-19 mendorong lebih daripada 80% pertumbuhan penggunaan e-dompet” (Birruntha, 2021). Selanjutnya, merujuk kepada Rajah 1.1, sehingga 2022, penggunaan e-dompet sebagai medium pembayaran berada di tempat ke3, dan semakin meningkat. (Oppotus, 2023).



Rajah 1.1. Senarai kaedah pembayaran di Malaysia 2022

E-dompet mempunyai dua komponen, perisian dan maklumat. Komponen perisian menyimpan maklumat peribadi dan menyediakan keselamatan dan penyulitan (*encryption*) data. Komponen maklumat ialah pangkalan data butiran yang disediakan oleh pengguna yang merangkumi nama, alamat penghantaran, kaedah pembayaran, jumlah yang perlu dibayar, butiran kad kredit atau debit, dan sebagainya.

Dengan menggunakan aplikasi e-dompet, pengguna boleh melaksanakan transaksi pembelian dengan mudah dan cepat dengan teknologi komunikasi medan dekat NFC (*near-field communication*) (Kagan, 2021). Seperti aplikasi lain yang boleh di muat turun dan dipasang ke dalam telefon pintar, e-dompet juga boleh dipasang di dalam telefon pintar.

Di dalam dunia IoT kini, aplikasi telefon pintar termasuk e-dompet sedang berkembang pesat dengan pelbagai kegunaan yang memudahkan pengguna. Terdapat tujuh laman penyedia aplikasi utama yang menawarkan aplikasi e-dompet iaitu Google Play Store, Apple App Store, Samsung Galaxy Apps, LG SmartWorld, Huawei App Store, Sony Apps dan Amazon Appstore.

Aplikasi telefon pintar yang ditawarkan secara asasnya dibina untuk melakukan tugas tertentu. Merujuk kepada portal support.google.com, aplikasi ini boleh dikelaskan berdasarkan fungsi dan kategori. Semakin banyak aplikasi telefon pintar yang dibina dan diperkenalkan untuk kegunaan harian, sama ada secara berdiri-sendiri (*standalone*) atau digunakan secara sinergi dengan sistem dan aplikasi lain. (Choose a category and tags for your app or game - Play Console Help, n.d.).

Di antara kesemua 33 kategori utama aplikasi, terdapat sebuah kategori untuk aplikasi berasaskan kewangan, di mana aplikasi tersebut direka khusus untuk memudahkan pengguna menguruskan kaedah perbankan, kewangan, insurans dan pembayaran. Di bawah sub-kategori pembayaran, terdapat banyak aplikasi e-dompet dibina khusus untuk melaksanakan transaksi pembayaran di mana-mana kaunter yang menerima kaedah pembayaran e-dompet. Aplikasi ini dibina secara bersinergi dan menyokong kaunter dan terminal pembayaran di setiap pusat beli-belah, kedai serbaneka dan juga mesin jualan layan diri.

Integrasi aplikasi telefon pintar dan kaunter pembayaran seharusnya lebih memudahkan pengguna, kerana menurut Madan & Dubey (2012), walaupun sesebuah organisasi melaburkan sejumlah dana yang besar untuk membina sesebuah aplikasi dan perisian

baru, tetapi jika faktor kualiti dan mesra pengguna diabaikan, ia akan mengakibatkan kegagalan aplikasi di pasaran. Antara kelebihan lain aplikasi e-dompet adalah kemampuan aplikasi tersebut untuk melaksanakan proses transaksi pembayaran, atau menghantar dan terima wang dalam beberapa saat. Selain itu, pengguna juga memiliki kawalan ke atas perbelanjaan dan mudah untuk menjejak perbelanjaan, selain memberikan perlindungan dan keselamatan terhadap wang yang di simpan di dalam aplikasi. Kelebihan lain adalah operator e-dompet sering memberikan berbagai imbuhan seperti pulangan tunai (*cashback*), diskaun dan poin jika pengguna kerap menggunakan aplikasi mereka.

Kebolegunaan adalah tunjang utama yang diukur secara meluas untuk menentukan kejayaan aplikasi mudah alih (Nayebi et al., 2012). Ia menyumbang kepada kesinambungan penggunaan aplikasi mudah alih, mendapat ulasan dan seterusnya menjana populariti di kalangan pengguna.

Untuk tujuan kajian ini, penyelidik menekankan kepada aspek penerimaan sistem, dengan sub-karakter iaitu aspek prestasi, usaha, pemudahcara, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan. Kelebihan telefon pintar yang bersaiz poket dan kemampuannya berintegrasi dengan sistem kompleks lain adalah antara ciri yang membezakan telefon pintar berbanding penggunaan komputer dan telefon biasa (*features phone*). Pengguna menjangkakan aplikasi mudah alih itu mestilah mesra pengguna, mudah dipelajari, mempunyai prestasi yang baik dalam melaksanakan tugas yang diperlukan dalam persekitaran yang berbeza dari peranti tradisional (Baharuddin et al., 2013).

1.2 Latar Belakang Kajian

Kewujudan bank fizikal tidak diperlukan untuk bank digital beroperasi. Perkhidmatan yang disediakan adalah sebahagian daripada platform digital bersepadu yang lengkap. Pelanggan boleh menggunakan aplikasi perbankan mudah alih untuk memulakan perkhidmatan perbankan hujung-ke-hujung, tanpa cawangan dan lancar. Pelanggan boleh menguruskan kewangan mereka pada bila-bila masa yang sesuai untuk mereka dan menjimatkan banyak masa. Setakat ini, bank biasa memberikan pentadbiran kewangan berasaskan web, yang terdiri daripada mendigitalkan projek dan pentadbiran sedia ada yang diberikan oleh entiti dan boleh diakses melalui web, dan kini, mereka mengimplementasi satu kaedah lain yang kian berkembang, aplikasi telefon pintar.

Memandangkan bilangan pengguna telefon pintar, rangkaian data dan bilangan aplikasi internet mudah alih terus meningkat pada kadar yang pesat, pembayaran elektronik (e-pembayaran) semakin mendapat perhatian global. Semakin ramai menggunakan e-dompet untuk transaksi harian mereka. Kaedah mengurus niaga atau membayar barangan dan perkhidmatan yang menggunakan medium elektronik telah mula menjadi kebiasaan.

Pelanggan boleh melihat sejarah dan maklumat transaksi pembayaran dan nombor akaun bank pada kad elektronik mereka, yang merupakan tambahan kepada kad tanpa sentuh (Ray, 2021). Menurut Yang et al. (2021), penerimaan penggunaan e-dompet dikaitkan dengan mata wang digital dengan menggunakan perbankan internet, kad debit atau kredit, dan beberapa platform pembayaran lain untuk meningkatkan titik jualan pada bila-bila masa dan di mana-mana sahaja. Selain itu, e-dompet memudahkan transaksi pembelian dan penjualan melalui penggunaan aplikasi telefon pintar, yang

membolehkan seseorang menyelesaikan aktiviti membeli-belah dalam talian dengan pantas dan tanpa kerumitan.

Di sebalik faedah ini, e-dompet mampu juga menimbulkan risiko keselamatan, di mana peranti pengguna boleh di ceroboh dan boleh menyebabkan perbelanjaan melulu.

Terakhir, Jayaseelan (2019) pula menyatakan implementasi e-dompet ke dalam kehidupan seharian adalah satu langkah penting ke arah matlamat Malaysia untuk menjadi masyarakat tanpa tunai. Syahrudin, Ketua Pegawai Eksekutif TNG Digital, menyatakan dalam ucapan yang disampaikan pada hari kedua persidangan Minggu MyFintech 2019 bahawa Malaysia mempunyai lebih banyak penyedia e-dompet daripada China, yang merupakan ekonomi kedua terbesar di dunia. (Kana, 2019). Dan untuk menyumbang kepada ekonomi yang mapan, pengguna, tidak kira di mana mereka berada, juga diharap untuk kerap berbelanja agar dapat meningkatkan ekonomi negara, tidak kira kaedah perbelanjaan dan medium pembayaran (Bernama, 2020b).

Terdapat laporan pula menyatakan bahawa terdapat perbezaan perbelanjaan antara kawasan, bandar dan luar bandar (Mohamad, 2020). Lokaliti pengguna juga menyumbang kepada penggunaan aplikasi e-dompet. Tujuan kajian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Malaysia dalam penggunaan e-dompet di kalangan warga UKM dan UUM.

1.3 Pernyataan Masalah

Majoriti universiti dan kolej di Malaysia telah mula mengintegrasikan penggunaan

bayaran tanpa tunai dalam setiap urusan di universiti dan kolej mereka. Ini termasuk juga situasi di UKM dan UUM. Para pelajar dan warga universiti diminta untuk menggunakan aplikasi e-dompet ketika berurusan di kaunter.

Selari dengan inisiatif itu, kerajaan telah memperkenalkan program eBelia Rahmah di mana kerajaan akan mengkreditkan RM 200 terus ke dalam aplikasi e-dompet pilihan penerima. Tetapi terdapat berbagai isu berkaitan program eBelia Rahmah ini. Antaranya adalah terdapat pelajar yang bertindak menukar kredit tersebut ke dalam bentuk wang tunai atau pindahan bank. Pada 1 Julai 2023, Berita Harian Online menyiarkan artikel bertajuk “Padah cuba tukar kredit eBeliaRahmah kepada tunai.” (Bernama, 2023). Seorang penuntut sebuah universiti awam menjadi seorang mangsa sindiket penukaran kredit eBelia Rahmah RM200 kepada wang tunai, apabila tidak menerima wang tunai seperti dijanjikan.

Di samping isu berkaitan program eBelia Rahmah, terdapat pengguna mulai beralih kepada penggunaan aplikasi e-dompet. Wang tunai sedikit sukar untuk di bawa ke mana-mana, terutama jika pengguna mempunyai banyak duit kecil atau syiling, dan penggunaan wang tunai juga boleh menyebabkan individu terlebih berbelanja. Menerusi artikel di dalam akhbar digital Harian Metro yang disiarkan pada 18 Julai 2020, bertajuk 'Berbelanjalah Untuk Malaysia', Perdana Menteri menyeru pengguna untuk berbelanja untuk menggerakkan ekonomi negara (Bernama, 2020b). Untuk mencapai matlamat ini, peniaga digalakkan untuk memudahkan proses pembayaran, termasuk menyediakan medium pembayaran yang pelbagai.

Di dalam dunia peruncitan dan ekonomi terbuka, alternatif pembayaran elektronik

semakin meningkat penggunaannya. Perluasan capaian internet di hampir semua tempat di Malaysia telah membantu peningkatan proses pendigitalan medium pembayaran. Kini pengguna diberi pilihan untuk membayar menggunakan wang tunai, kad, matawang kripto dan e-dompet.

Organisasi yang terlibat secara aktif di dalam pengumpulan data pengguna mungkin mendapat manfaat daripada konsep pembayaran menggunakan aplikasi e-dompet. Perniagaan akan mendapat pemahaman yang lebih baik berkaitan gelagat pembelian pelanggan, serta boleh memasarkan produk mereka dengan lebih berkesan dan menyesuaikan pengalaman pembelian. Walau bagaimanapun, satu kebimbangan ialah privasi pengguna mungkin terancam (Karim et al., 2020).

Sementara itu di India, Undale et al. (2020) menegaskan bahawa semasa perintah kawalan pergerakan di India, penggunaan e-dompet telah meningkat sebanyak 44%. Bagaimanapun, peningkatan penggunaan transaksi digital menyumbang kepada peningkatan 86% dalam serangan jenayah siber. Di Malaysia pula, sebelum pandemik COVID-19, industri e-dompet Malaysia bersedia untuk pengembangan yang ketara, sebahagiannya disebabkan oleh demografi wilayah yang menggalakkan dan pelbagai dasar kerajaan untuk mempopularkan komuniti tanpa tunai.

Di satu aspek kategori pengguna, penggunaan e-dompet telah digunakan secara meluas hampir di mana sahaja. Menaiki kereta api, menggunakan taksi, pembayaran di kedai makan dan hampir di mana sahaja, pengguna sudah mampu mengadaptasi penggunaan aplikasi e-dompet untuk sebarang pembayaran.

Tetapi di sisi lain pula, penggunaan e-dompet secara meluas masih lagi kurang memberangsangkan. Kerajaan pernah memperkenalkan program e-Pemula dan e-Belia untuk menggalakkan penggunaan e-dompet di kalangan warga universiti. (Norazam, 2022). Pada Jun 2023, Kerajaan Madani pula mengagihkan RM 200 melalui program e-Tunai Belia Rahmah. Walau kerajaan telah menjalankan pelbagai inisiatif dan memberikan pelbagai insentif untuk menggalakkan penggunaan e-dompet seperti pemberian kredit e-dompet kepada rakyat, masih ramai rakyat Malaysia yang ragu-ragu dan tidak dapat mengoptimumkan penggunaan e-dompet dalam urusan jual beli dan kehidupan seharian. Tetapi pengguna dan peruncit masih kurang menggunakan e-dompet secara kerap dalam urusan transaksi pembayaran, disebabkan berbagai faktor.

Antara sebab mengapa warga universiti kurang berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet adalah kerana taraf keselamatan. Ahmad et al. (2010) menyatakan bahawa kerana pesatnya evolusi teknologi, pengguna menjadi lebih prihatin terhadap masalah kebolehpercayaan dan taraf keselamatan dan ini menyumbang kepada penolakan mereka untuk mendedahkan maklumat kewangan mereka (iaitu kad debit atau kredit) melalui laman internet dan e-dagang. Pengguna kerap mempersoalkan tahap keselamatan wang mereka sama ada di dalam e-dompet atau akaun bank yang dipautkan kepada akaun bank. Ini selari dengan banyak kenyataan yang dikeluarkan di dalam media sosial berkenaan isu ini. Dan perkara ini telah mendapat perhatian pihak operator e-dompet dengan menafikan e-dompet mereka mudah digodam seperti diterbitkan oleh akhbar Sinar Harian melalui artikel “TNGD Nafi TNG eWallet Punca Akaun Bank Pengguna Digodam” (Hairom, 2020).

Di sebalik seruan kerajaan untuk menggalakkan premis menerima pembayaran tanpa

tunai, terdapat juga peniaga yang masih tidak beradaptasi dan berevolusi dengan mekanisme pembayaran tersebut. Menerusi artikel yang diterbitkan oleh Utusan Malaysia, peniaga masih tidak bersedia menerima pembayaran melalui aplikasi e-dompet (Sudarji, 2021). Menurut laporan dari Berita Harian, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna akan membantu aspirasi Kerajaan dalam menggalakkan dan memperluaskan penggunaan aplikasi e-dompet di luar bandar dalam menggalakkan transaksi tanpa tunai di kawasan terbabit (Zolkiply, 2021). Ini bermaksud kadar penggunaan e-dompet di kawasan luar bandar masih rendah. Kurangnya premis yang menerima e-dompet juga menjadi persoalan. Kebanyakan pengguna tidak tahu di mana premis atau mesin yang boleh menerima e-dompet, melainkan mereka menampal pelekat operator e-dompet di premis atau mesin jualan mereka. Ini adalah seperti dilaporkan oleh Utusan Malaysia melalui artikel bertajuk "Peniaga IKS Guna E-Wallet Masih Rendah" (Ismail, 2021).

Selain itu, aspek teknikal juga perlu dipertimbangkan. Menerusi artikel yang disiarkan di mywilayah.com, penulis menyatakan bahawa terdapat keperluan untuk meningkatkan capaian internet dan peralatan telefon pintar kerana transaksi pembayaran tidak dapat dilakukan sekiranya tiada internet atau capaian tidak kuat (Admin, 2019). Manakala portal dalam talian Malaysiakini.com menyatakan bahawa isu capaian internet yang tidak stabil, rendah atau tiada liputan langsung juga mempengaruhi kadar penggunaan e-dompet (Bernama, 2020b).

Di kalangan pengguna, terdapat juga pengguna yang kurang bersedia menggunakan kemudahan pembayaran menggunakan aplikasi e-dompet kerana bagi mereka, aplikasi tersebut sukar digunakan. Menerusi artikel di surat khabar yang disiarkan, antara

golongan rentan yang juga mengalami masalah untuk menggunakan e-dompet adalah warga emas. Melalui artikel “Salah tekan e-wallet, bayar RM1,234.56 untuk sesikat pisang bernilai RM7.30”, akhbar Berita Harian melaporkan bahawa seorang individu telah tersalah memasukkan amaun untuk pembayaran produk yang dibelinya, menyebabkan beliau mengalami kerugian dan trauma (Razali, 2021). Satu rencana yang diterbitkan oleh surat khabar Utusan pula menyatakan bahawa faktor usia menyebabkan sebahagian pengguna menerima penggunaan e-dompet, manakala sebahagian tidak (Arof, 2021).

Selain isu dan permasalahan yang timbul seperti dibincangkan di atas, terdapat satu lagi faktor yang boleh mempengaruhi pengguna untuk menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi e-dompet, iaitu faktor pengaruh sosial. Sekali lagi, Yang et al. (2021) memberikan bukti untuk ini, menegaskan bahawa rakan, saudara, ahli keluarga, rakan sekerja, jiran, dan atasan pengguna mempengaruhi penerimaan dan penggunaan wang mudah alih mereka, dan pengaruh sosial yang terbukti mempunyai kesan positif dan langsung yang ketara terhadap niat mereka untuk teruskan menggunakan wang mudah alih.

Wujud beberapa halangan dan kekangan yang merencatkan penggunaan e-dompet di kalangan rakyat Malaysia, terutamanya di kalangan remaja dan para pelajar kolej dan universiti seperti dinyatakan di atas. Oleh itu, penyelidikan ini bertujuan untuk mengkaji tahap penerimaan pengguna terutamanya para pelajar dari institusi pengajian tinggi terhadap penggunaan aplikasi e-dompet untuk tujuan transaksi jual beli di sektor peruncitan di kolej dan universiti mereka khususnya, dan di sektor peruncitan di seluruh Malaysia secara amnya, sama ada dari aspek prestasi, usaha yang diperlukan, adakah

aplikasi e-dompet ini memudahkan, adakah pengguna perlu pengaruh luar atau sosial sekitar untuk menggunakan dan adakah mereka mengambil kira aspek keselamatan dan kebolehpercayaan sebelum menggunakan aplikasi e-dompet.

Kombinasi faktor-faktor yang dinyatakan di atas banyak mempengaruhi penggunaan aplikasi e-dompet di kalangan pengguna secara umum, dan belia secara khasnya. Penelitian berkenaan faktor-faktor yang mendorong pengguna untuk menggunakan pakai aplikasi e-dompet, dan sejauh manakah faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet perlu dilakukan.

Dan seperti diketahui umum, penggunaan aplikasi e-dompet amat meluas di gunakan di bandar, sama ada untuk membayar tol, membeli air minuman dan makanan, membayar petak letak kenderaan dan lain-lain. Tetapi, seperti dilaporkan menerusi akhbar Utusan Malaysia keluaran 24 Februari 2023 bertajuk “Ramai peniaga luar bandar tidak percaya e-wallet”, (Mulup, 2023), Pengarah KPDN Melaka menyatakan bahawa majoriti peniaga di kawasan luar bandar masih tidak percaya bahawa perkhidmatan e-dompet boleh menggantikan tunai semasa berurusan. Pengguna e-dompet pula tentu tidak akan dapat menggunakan aplikasi e-dompet mereka kerana kekurangan peniaga yang mahu menerima transaksi ini. Ini juga menimbulkan persoalan sama ada adakah terdapat perbezaan antara penggunaan aplikasi e-dompet di kawasan bandar dan luar bandar?

Melihat kepada tahap penggunaan e-dompet sekarang, kajian ini adalah wajar untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kadar penerimaan pengguna terhadap

penggunaan e-dompet.

Kajian ini bertujuan untuk menjelaskan isu yang timbul di kalangan pengguna yang pernah menggunakan aplikasi e-dompet di kalangan belia, mengambilkira berbagai jenis bantuan dan insentif yang diberikan oleh kerajaan Malaysia melalui e-dompet adalah banyak tertumpu kepada golongan belia.

1.4 Persoalan Kajian

Persoalan penyelidikan ini adalah merujuk kepada objektif penyelidikan, dan bertujuan untuk merungkaikan persoalan berikut berasaskan pernyataan masalah;

1. Apakah faktor utama yang mendorong pengguna untuk mengguna pakai e-dompet?
2. Sejauh manakah faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet?
3. Adakah terdapat sebarang perbezaan dalam penggunaan e-dompet berdasarkan kriteria lokaliti pengguna?

Setiap persoalan yang akan dirungkaikan adalah terhad kepada pengguna di UKM mewakili kawasan bandar dan UUM mewakili luar bandar kerana kerajaan melihat terdapat keperluan untuk menggalakkan penggunaan e-dompet di institusi pengajian tinggi telah melaksanakan berbagai inisiatif penjimatan kewangan dan mewujudkan ekosistem kewangan yang lebih baik kepada siswa dan pengurusan universiti melalui inisiatif *cashless campus* untuk mendidik para pelajar untuk menggunakan aplikasi e-dompet dengan lebih meluas, di mana sahaja. Tetapi inisiatif ini masih kurang menerima sambutan menggalakkan daripada pihak pelajar.

1.5 Objektif Kajian

Berdasarkan kepada pernyataan masalah yang telah dinyatakan, kemudian timbul pula persoalan kajian, dan seterusnya pembinaan objektif kajian. Penyelidikan ini memberi tumpuan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi e-dompot di dua buah lokasi berbeza, kajian di kalangan warga UKM, kampus Bangi dan KL, dan warga UUM kampus Sintok. Oleh yang demikian, dalam penyelidikan ini, objektif kajian adalah:

1. Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan pakai aplikasi e-dompot.
2. Untuk menyelidik faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompot.
3. Untuk meninjau jika terdapat perbezaan dalam penggunaan e-dompot berdasarkan kriteria lokaliti pengguna.

1.6 Signifikan Kajian

Kesan daripada pandemik COVID-19, penggunaan aplikasi e-dompot semakin meningkat di seluruh dunia, termasuk di Malaysia, tetapi dengan beberapa kekangan. Oleh itu, pihak yang berminat untuk melancarkan perkhidmatan e-dompot baharu, atau sedang mengintai peluang untuk meluaskan penggunaan aplikasi e-dompot sedia ada malah usahawan yang menerima pembayaran melalui aplikasi e-dompot berserta pihak pengurusan kolej dan universiti boleh mendapat manfaat daripada penyelidikan ini. Mereka boleh menggunakan maklumat yang disediakan di dalam kajian ini tentang e-dompot untuk mengetahui aspek penerimaan dan penggunaan, daya saing dan prospek masa depan.

Dapatan kajian juga boleh membantu pemilik perniagaan yang merancang untuk menawarkan perkhidmatan e-dompet memahami faktor terpenting yang mempengaruhi penggunaan e-dompet, seperti aspek teknikal, kelajuan, kemudahan, keselamatan dan pengaruh sosial. Oleh itu, usahawan boleh menggunakan elemen ini untuk meningkatkan e-dompet mereka dan, sebagai hasil akhir, meningkatkan kepercayaan dan penerimaan pelanggan.

Selain itu, kajian ini akan membantu institusi kewangan dan syarikat pembangunan perisian mengenal pasti isu yang dihadapi oleh pelanggan apabila menggunakan e-dompet. Jika objektif mereka adalah untuk memperkenalkan e-dompet di Malaysia dalam masa terdekat, institusi kewangan dan syarikat pembangunan perisian boleh mendapat manfaat daripada penemuan kajian ini dengan memahami dan mengenal pasti sebarang jurang yang wujud untuk penambahbaikan.

Kerajaan Malaysia telah menghabiskan sejumlah dana yang besar untuk menggalakkan penggunaan e-dompet dikalangan belia melalui pemberian kredit secara terus ke dalam aplikasi e-dompet masing-masing. Dapatan dari penyelidikan ini diharap dapat merencanakan lagi penggunaan e-dompet di kalangan remaja dan para pelajar..

Sisi lainnya, kajian ini diharap dapat mengenal pasti keperluan pembangunan model penerimaan kepada para peruncit berkenaan tahap penerimaan pengguna terhadap penggunaan e-dompet, dan menyatakan sebarang halangan dan rintangan terhadap penggunaan e-dompet.

Seterusnya, kajian ini diharap akan menyumbang terhadap penerokaan elemen baharu

dalam bidang peningkatan penggunaan e-dompet di dalam kehidupan seharian. Elemen yang akan dikenal pasti ini akan dapat membantu untuk merancang penambahbaikan dalam aspek tersebut.

1.7 Skop Kajian

Berdasarkan tajuk kajian ini; kajian terhadap faktor penerimaan pengguna berkaitan penggunaan e-dompet daripada perspektif warga universiti di bandar dan luar bandar, skop kajian ini adalah untuk memahami faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet, tertumpu dan terhad kepada kalangan warga UKM dan UUM yang mewakili 2 lokaliti berbeza, UKM yang akan mewakili lokaliti bandar dan UUM yang akan mewakili lokaliti luar bandar dan pernah menggunakan aplikasi e-dompet.

1.8 Definisi Operasi

1.8.1 Pengguna

Merujuk kepada kamus Cambridge, pengguna ditakrifkan seseorang yang membeli barangan atau perkhidmatan untuk kegunaan mereka sendiri (Cambridge Dictionary. (2022a). Manakala menurut Comănescu (2018), seseorang pengguna adalah individu yang terdedah kepada pembelian produk atau perkhidmatan material yang berbeza, mempunyai konotasi baharu dalam paradigma pemasaran global pada masa kini, dengan mudah bergerak dari luar talian ke peringkat pengguna dalam talian.

Pengguna di dalam kajian ini ditakrifkan sebagai individu yang menggunakan aplikasi telefon pintar untuk membeli sebarang barang keperluan menggunakan e-dompet.

1.8.2 Peruncit/Pengeluar Mesin

Merujuk kepada kamus Cambridge dalam talian, peruncit didefinisikan sebagai individu, kedai atau perniagaan yang menjual barang kepada orang ramai (Cambridge Dictionary, 2022c). Manakala definisi peruncit menurut Amit & Kameshvari (2012) adalah individu, ejen, agensi, syarikat atau organisasi yang menghantar produk atau perkhidmatan kepada pengguna akhir, termasuk juga menyediakan produk bersekali dengan perkhidmatan untuk pelanggan yang memerlukannya.

Peruncit di dalam kajian ini adalah individu atau entiti perniagaan yang menerima medium pembayaran e-dompet sebagai transaksi jualan produk mereka. Pengeluar mesin adalah seperti pembina/vendor mesin jualan layan diri dan mesin *autopay*.

1.8.3 Aplikasi E-Dompet

E-dompet ialah aplikasi transaksi kewangan yang dipasang pada peranti telefon pintar. Ia menyimpan maklumat pembayaran dan kata laluan dengan selamat. Aplikasi ini membolehkan pengguna membayar menggunakan telefon pintar ketika berbelanja, dan mereka tidak perlu membawa wang tunai atau kad ke mana-mana.

1.8.4 Definisi Bandar dan Luar Bandar

Menurut Jabatan Perancangan Bandar dan Desa, (PLANMalaysia. 2019); bandar ditafsirkan sebagai;

- i. Kawasan yang diwartakan serta kawasan tepu bina yang bersempadan dengannya, gabungan kedua-dua kawasan ini mempunyai penduduk 10,000 atau lebih; atau
- ii. Kawasan pembangunan khusus yang terletak melebihi 5km dari kawasan yang

- diwartakan atau tepu bina yang mana sekurang-kurangnya mempunyai penduduk 10,000 orang, dan sekurang-kurangnya 60% penduduknya yang berumur 15 tahun dan ke atas dan terlibat dalam aktiviti bukan pertanian; atau
- iii. Pusat Pentadbiran Daerah (walaupun penduduk kurang daripada 10,000 orang)

Manakala luar bandar pula didefinisikan sebagai; kawasan selain daripada kawasan bandar. Ia merupakan penempatan yang meliputi semua jenis kampung dan penempatan kecil yang kurang daripada 10,000 orang penduduk dan bercirikan kawasan pertanian serta kawasan sumber alam semula jadi. Faktor-faktor yang ditekankan dalam mendefinisikan kawasan desa adalah berikut;

- i. Saiz bilangan penduduk
- ii. Kepadatan penduduk
- iii. Tahap urbanisasi
- iv. Tahap kemudahan masyarakat dan kualiti hidup (contoh jalan yang berturap, bekalan elektrik, bekalan air dan lain-lain)

1.8.5 Warga Universiti

Warga universiti ditafsirkan sebagai sesiapa sahaja yang berada di dalam universiti tersebut, sama ada pelajar atau kakitangan. Dan di dalam konteks kajian ini adalah warga UKM dan UUM sahaja.

BAB DUA

SOROTAN KAJIAN

2.1 Pengenalan

Kemajuan industri peruncitan memungkinkan teknologi diguna pakai secara meluas. Samada dalam kaedah pengurusan pesanan, pengurusan inventori, pemasaran dan pembayaran. Antara kaedah pembayaran yang diterima pakai adalah seperti penerimaan wang tunai, kad kredit dan kad debit serta melalui aplikasi e-dompet. Medium pembayaran yang pelbagai ini adalah bagi memudahkan pengguna untuk untuk membayar di kaunter pembayaran.

2.2 Pengguna dan Pemilihan Medium Pembayaran

2.2.1 Pengguna dan Definisi Pengguna

Banyak kajian telah dilakukan bertujuan untuk mengkaji tingkah laku, corak perbelanjaan, serta minat, perhatian dan fokus pengguna, kerana aspek-aspek seperti ini bakal memudahkan pengguna ketika berbelanja di samping merencanakan aktiviti jual beli. Oleh itu, pengguna ditakrifkan sebagai seseorang yang membeli barangan dan perkhidmatan untuk kegunaan peribadi. Terdapat pelbagai jenis pengguna di Malaysia yang mengikuti beberapa jenis gaya hidup.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gelagat Pembelian Pengguna

Tingkah laku membeli pengguna adalah hasil daripada gabungan keperluan dan kehendak mereka untuk membeli dan memenuhi keperluan dan kehendak tersebut. Wiedmann et al. (2007) mengklasifikasikannya kepada faktor dalaman dan luaran. Winer (2009) membahagikannya kepada faktor sosial, peribadi dan psikologi. Hoyer et

al. (2012) pula menerangkan empat kategori: faktor situasi, peribadi, sosial dan budaya. Kesemua faktor yang disebut banyak mempengaruhi gaya hidup pengguna pula.

2.2.3 Gaya Hidup

Gaya hidup pengguna Malaysia telah berkembang seiring dengan peningkatan taraf hidup dan tahap pendidikan. Pengguna mula mengikuti perkembangan teknologi semasa yang semakin canggih dan bersifat kosmopolitan dalam membeli produk dan perkhidmatan. Pengguna juga sudah mula menekankan aspek kebersihan dan kesihatan dengan mengurangkan sentuhan tidak perlu di rak pameran, kaunter juruwang dan wang tunai itu sendiri untuk mengelakkan penyebaran dan jangkitan virus COVID-19. Untuk pembelian produk di mesin jualan layan diri dan *autopay*, pengguna memilih untuk menggunakan kaedah pembayaran tanpa sentuh (BusinessToday, 2020). Situasi semasa banyak mempengaruhi mekanisme dan medium pembayaran, terutama penggunaan aplikasi e-dompet dalam industri peruncitan negara, malahan seluruh dunia.

2.2.4 Medium Pembayaran

Di Malaysia, kaedah pembayaran untuk sebarang aktiviti jual beli adalah menggunakan medium wang tunai, kad (debit atau kredit) dan e-dompet. Sudah tentu, kaedah pembayaran yang paling popular adalah penggunaan wang tunai kerana ia diterima di mana-mana. Kaedah kedua paling meluas digunakan adalah penggunaan kad, tidak kira kad debit atau kad kredit, kerana hampir semua orang memiliki akaun bank dan seterusnya kad bank (kad debit), juga diterima hampir di mana-mana premis perniagaan. Dan terakhir, medium yang semakin mendapat tempat untuk memudahkan pembayaran kerana sebab utama, ia dipasang bersekali di dalam telefon pintar sebagai

aplikasi, iaitu aplikasi e-dompet. Pengguna hampir tidak pernah berenggang dengan telefon pintar mereka, pasti di bawa ke mana-mana, dan sekali gus menjadikan aplikasi e-dompet adalah medium pembayaran yang mobil, mudah di bawa ke mana-mana.

2.2.5 Aplikasi E-Dompet

E-dompet ialah aplikasi transaksi kewangan yang dipasang pada peranti telefon pintar. Ia menyimpan maklumat pembayaran dan kata laluan dengan selamat. Aplikasi ini membolehkan pengguna membayar menggunakan telefon pintar ketika berbelanja, dan mereka tidak perlu membawa wang tunai atau kad ke mana-mana.

Aplikasi e-dompet telah digunakan secara meluas di Malaysia kerana pengguna mulai mementingkan 3 faedah yang boleh mereka dapati daripada penggunaan e-dompet, iaitu manfaat, keberkesanan dan kemudahan (Ming-Yen Teoh et al., 2013).

Mekanisme pembayaran banyak dipengaruhi oleh integrasi antara perkakasan, analisis data, kecerdasan buatan dan pengkomputeran awan. Perubahan besar dalam tingkah laku pembelian berlaku di negara-negara membangun, didorong oleh peningkatan urbanisasi dan bilangan kelas pertengahan yang semakin meningkat.

E-dompet sangat berkaitan dengan aplikasi teknologi sistem pembayaran yang mengubah ciri dompet fizikal kepada persekitaran digital, dengan membenarkan pengguna melakukan transaksi elektronik mereka menggunakan pelbagai jenis kaedah pembayaran termasuk kad debit, kad kredit, kad kesetiaan dan akaun bank (Chauhan & Shingari, 2017).

Penyepaduan antara sistem e-dompet dan beberapa akaun bank, atau kad debit dan kredit, bukan sahaja memberikan kemudahan kepada pengguna, tetapi juga meningkatkan keselamatan, kelajuan, kemudahan penggunaan dan menjimatkan masa (Singh & Rana, 2017). Mereka juga menyatakan bahawa pengguna boleh melakukan pembayaran mereka tanpa meleret kad debit dan kredit mereka yang dikaitkan dengan ciri mobiliti yang lancar dalam e-dompet. E-dompet juga merupakan sebahagian daripada teknologi baru yang sedang berkembang dalam beberapa tahun kebelakangan ini. Pasaran pengguna di Malaysia masih beralih perlahan-lahan sebagai pasaran baru dan masih dalam pembangunan.

Terdapat beberapa aplikasi e-dompet seperti GrabPay, Boost, Lazada Wallet, PayPal, Touch n Go eWallet dan beberapa lagi. AliPay adalah e-dompet pertama yang diperkenalkan di Malaysia. Wei & Tsu (2018) di dalam artikel mereka bertajuk “Transforming Mobile Phones into E-Wallets in Malaysia” yang tersiar di dalam BNM Quarterly Bulletin Second Quarter 2018, menyatakan bahawa pembayaran mudah alih akan menjadi gelombang transformatif seterusnya dalam pembayaran di Malaysia. Dan untuk mempercepat pengurangan penggunaan wang tunai, pembayaran mudah alih dijangka memainkan peranan yang penting.

Aplikasi dompet digital menggunakan beberapa kaedah pembayaran untuk berintegrasi dengan terminal atau *scanner*. Antaranya adalah menggunakan kod *quick response* (QR), pembayaran di dalam aplikasi (*in-app payments*), pembayaran dalam talian (*online payments*), *magnetic secure transmission* (MST), *near field communication* (NFC) dan kod bar (*barcode*).

Memandangkan kadar penggunaan telefon mudah alih yang tinggi di Malaysia, ia menjadi alat untuk melakukan dan menerima pembayaran tanpa kos infrastruktur tambahan. Sebagai contoh, penggunaan aplikasi e-dompet boleh menghapuskan keperluan untuk terminal POS. Dan ini memberi beberapa kelebihan apabila menggunakan aplikasi e-dompet.

2.2.6 Kelebihan E-Dompet

Kebanyakan kajian terdahulu menekankan bahawa e-dompet hadir dengan banyak kelebihan, seperti kegunaan, kemudahan, promosi dan keselamatan (Meikeng, 2019). Merujuk kepada Rathore (2016), kegunaan, kemudahan dan kesetiaan jenama juga merupakan faktor utama yang memainkan peranan penting dalam penerimaan pelanggan terhadap e-dompet.

Melalui pembacaan daripada kajian lepas, didapati bahawa penyelidikan mengenai e-dompet telah dilakukan secara meluas dan global. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh pengguna e-dompet dalam melaksanakan keputusan untuk memilih e-dompet sebagai kaedah pembayaran dalam transaksi elektronik mereka. Trivedi (2016) mengkaji tentang penerimaan e-dompet dengan meneliti faktor yang mempengaruhi generasi-Y di India dengan menggunakan lima konstruk yang diadaptasi daripada TAM. Manakala Taheam et al. (2016) pula membina kesimpulan bahawa kebolehkawalan (*controlability*) dan keselamatan, keperluan untuk peningkatan prestasi, pengaruh masyarakat dan kegunaan sebagai faktor dalam menjelaskan motivasi masyarakat di Punjab dalam menggunakan e-dompet.

Faktor pengaruh dan kegunaan masyarakat didapati mempengaruhi orang ramai

terhadap penggunaan e-dompet seperti pemberian diskaun, kemudahan dan pulangan tunai. Punwatkar & Verghese (2018) mencipta kesimpulan bahawa penyelidikan mereka telah dilakukan hanya untuk menganalisis beberapa faktor penyesuaian e-dompet, dan disyorkan untuk penyelidikan lain untuk menambah lebih banyak faktor dalam model penyelidikan masa hadapan.

Walaupun kebolehgunaan, dalam banyak kajian telah dinyatakan sebagai salah satu faktor penting dalam penggunaan e-dompet, kajian menunjukkan bahawa ia tidak mempunyai kesan ke atas penggunaan e-dompet. Faktor keselamatan didapati sebagai faktor penggunaan terbesar, diikuti oleh maklumat teknikal.

Lai & Ahmad (2015) menerangkan bahawa e-dompet menyediakan cara yang mudah dan cepat untuk melakukan transaksi dalam talian biasa. Merujuk kepada The Edge Markets (The Edge Malaysia, 2021), terdapat 5 penyedia atau operator e-dompet utama di Malaysia. Mereka adalah Touch N Go eWallet, GrabPay, MAE, Boost dan BigPay. Jenama e-dompet tersebut membenarkan pengguna untuk membuat pembayaran atau memindahkan wang apabila membeli makanan dan minuman, membeli barang keperluan harian, melakukan transaksi di CVS, ketika memesan makanan, pembayaran bil utiliti, pembayaran cas pengangkutan, membeli petrol, menambah nilai kredit telefon, bermain permainan digital, membayar tiket wayang, memesan hotel dan juga tiket penerbangan.

Merujuk kepada laman web alliedwallet.com, e-dompet membenarkan pengguna meletakkan jumlah wang tunai tertentu secara terus pada telefon mereka untuk berbelanja dalam talian dan dalam kedai (alliedwallet, 2017). Kelebihan e-dompet

menyebabkan ramai pakar teknologi melihat pembayaran digital sebagai lebih selamat dan lebih cekap daripada pembayaran fizikal iaitu penggunaan wang tunai atau penggunaan kad debit.

Laman web tersebut juga menyenaraikan beberapa kelebihan penggunaan e-dompet berbanding wang tunai dan kad debit. Antaranya ialah aspek pertama iaitu keselamatan, diikuti oleh kata laluan yang selamat, ia bertindak sebagai proksi, akauntabiliti, mampu melaksanakan transaksi dengan segera dan terakhir, faktor risiko yang terhad.

Dari aspek keselamatan, penyedia pembayaran e-dompet banyak menggunakan teknologi enkripsi moden untuk meningkatkan keselamatan dompet mudah alih. Hampir setiap peranti pengkomputeran daripada telefon pintar ke desktop hingga tablet menggunakan beberapa tahap enkripsi untuk memastikan maklumat pengguna selamat. Sistem melakukan ini dengan menukar data biasa atau teks biasa menjadi kumpulan aksara rawak atau teks sifir yang hanya boleh dibaca oleh mereka yang mempunyai kunci khas. Majoriti syarikat menggunakan teknologi enkripsi data 128-bit untuk melindungi data mereka.

Keselamatan dalam setiap transaksi adalah keutamaan tertinggi setiap organisasi. Taraf keselamatan yang tinggi juga meningkatkan keyakinan pelanggan dalam berurusan. Tahap keselamatan urus niaga dianggap sebagai isu utama dan teras untuk membangunkan sebarang platform e-dagang (Udo, 2001). Fang et al. (2014), menyatakan bahawa pelanggan mahu maklumat dan identiti peribadi mereka disimpan sulit kerana mereka takut maklumat mereka disalahgunakan untuk penipuan dalam talian.

Kepercayaan (*trust*) adalah salah satu ciri penting yang perlu dipertimbangkan ketika melakukan transaksi. Kepercayaan antara pelanggan dan vendor adalah amat diperlukan dalam sesebuah transaksi automatik, terutama kepada pembayaran mesin jualan layan diri. Menurut Fang lagi, kekurangan kepercayaan sering disebut sebagai sebab utama pengguna tidak membeli dari penjual dalam talian. Manakala Shaw (2014) pula menyebut bahawa pengguna tidak dilindungi sepenuhnya daripada penjual yang tidak jujur kerana mereka mungkin mempunyai agenda tersembunyi untuk mendapatkan maklumat pengguna seperti nombor kad kredit.

Populariti e-dompet pula boleh meningkatkan bilangan transaksi urus niaga perniagaan. Banyak penyelidikan telah menunjukkan bahawa aplikasi e-dompet adalah selamat dan terkawal dalam sebarang transaksi medium mereka sendiri (Basu & Muylle, 2011; Eslami & Talebi, 2011; Ruiz-Martinez et al., 2012).

Antara kelebihan lain adalah kata laluan yang dilindungi. Beberapa tahun kebelakangan ini telah menyaksikan perubahan dramatik dalam kaedah dan rasional penggunaan telefon pintar. Peranti mudah alih pintar menghubungkan orang ramai ke rangkaian perniagaan dan rangkaian sosial mereka kepada akaun bank, insurans, pangkalan data pusat kesihatan dan juga sistem pengendalian rumah dan kenderaan. Penghubungan ini adalah nadi untuk aktiviti seharian pengguna. Untuk menutupi atau menghalang akses tanpa kebenaran, telefon pintar menggunakan pelbagai langkah keselamatan mudah alih. Ini termasuk kata laluan alfanumerik yang kompleks serta protokol biometrik, seperti cap jari, pengaktifan suara dan pengecaman wajah.

Seterusnya, e-dompet juga mampu bertindak sebagai proksi. Tidak seperti kad kredit,

perkhidmatan e-dompot yang selamat akan membantu menyembunyikan maklumat perbankan dan peribadi pengguna. E-dompot hanya dapat mengakses amaun wang yang dimiliki oleh pengguna. Ini bermakna apabila transaksi dibuat, e-dompot tidak dapat mengakses maklumat perbankan pengguna dan tidak akan mampu mengelog metadata yang boleh ditangkap oleh pihak ketiga. Dengan bertindak sebagai proksi, e-dompot menyediakan keselamatan dompet mudah alih yang lebih baik dengan menghalang pihak ketiga daripada mengakses maklumat yang boleh digunakan untuk melakukan penipuan atau kecurian identiti.

Prinsip akauntabiliti juga memberi kelebihan terhadap penggunaan e-dompot, di mana e-dompot yang selamat membolehkan pengguna berupaya menjejak sejarah semua transaksi yang mereka lakukan. Tidak seperti urus niaga tunai, setiap transaksi e-dagang dilog dan dicap (*stamp*) tarikh dan masa, dan boleh dilihat pada bila-bila masa dan di mana-mana sahaja.

Di dalam melakukan sebarang perkara, pengguna akan memilih sesuatu yang dapat membantu mereka melaksanakan sesuatu dengan segera, termasuk pembayaran segera. E-dompot membolehkan transaksi yang cepat dan cekap berbanding dengan penggunaan wang tunai, transaksi bank dalam talian dan kad kredit yang perlu melalui pangkalan data tambahan dan sistem pemprosesan sebelum transaksi selesai. Ia boleh mengambil masa sehingga 2-3 hari sebelum transaksi kad kredit atau debit muncul pada akaun bank pengguna, menyebabkan kekeliruan tentang baki yang tersedia.

Pelbagai aplikasi e-dompot telah dipasang oleh pengguna, dan juga penjual. Dapat diperhatikan bahawa lebih banyak pihak menerima sokongan e-dompot di Malaysia

kerana ia membantu sama ada organisasi swasta dan kerajaan dalam pelbagai cara. Salah satu kelebihan utama e-dompet ialah ia dapat memberi manfaat kepada organisasi dari aspek penjimatan masa, kos berkaitan (petrol, perjalanan, tempat letak kereta) dan tenaga. Pembayaran elektronik lebih murah daripada berasaskan tunai dan kelajuan urusan niaga lebih pantas apabila beralih kepada elektronik.

Merujuk kepada Chauhan (2013), sesebuah organisasi boleh memberikan ketelusan yang lebih tinggi dan mengelakkan penalti lewat pembayaran menggunakan e-dompet. Selain itu, e-dompet memudahkan pengguna untuk memindahkan wang kepada pengguna lain dengan mudah. Sebagai contoh, memindahkan wang kepada ahli keluarga, rakan atau untuk pembayaran peniaga dalam talian di lokasi lain tanpa caj perkhidmatan dan masa. Selain daripada itu, pengguna juga boleh membayar bil utiliti, bil telefon, membayar tiket wayang atau sekadar untuk menderma menggunakan e-dompet.

Risiko yang timbul pula, mengambil contoh, seseorang kehilangan telefon. Telefon tersebut tidak berkunci atau tidak mempunyai kata laluan, dan seorang asing telah mengambil telefon tersebut. Orang asing tersebut akan mempunyai akses kepada dana dan data yang disimpan di dalam akaun aplikasi e-dompet dan bukannya kepada keseluruhan akaun bank, tidak seperti kes jika pengguna kehilangan dompet fizikal mereka. Pemilik akaun boleh menghubungi penyedia e-dompet untuk menghalang akses kepada e-dompet mereka.

Walau bagaimanapun, masih terdapat beberapa cabaran dan isu berkaitan penggunaan aplikasi e-dompet yang perlu dibahaskan.

2.2.7 Isu Dan Cabaran E-Dompot Di Malaysia

Walaupun e-dompot menyediakan banyak kelebihan berbanding penggunaan wang tunai, masih terdapat beberapa isu dalam pelaksanaannya. Antara isu utama ialah keselamatan dan kerahsiaan, iaitu dari pelbagai aspek seperti keselamatan dan keselamatan akaun bank atau dana (Rathore, 2016) dan keselamatan maklumat jika telefon hilang atau dicuri (Yahid et al., 2013). Sebagai teknologi baru dalam industri pembayaran, e-dompot membawa risiko baharu dalam keselamatan siber. Pengguna terdedah kepada risiko semasa melakukan transaksi dalam talian mereka.

Antara risiko yang mungkin terjadi ialah penggodaman, perisian hasad dan serangan pancingan data (Meikeng, 2019). Menurut Meikeng lagi, ketersediaan e-dompot bergantung pada sambungan internet aktif dan telefon mudah alih. Pengguna tidak akan mendapat akses kepada e-dompot jika telefon kehabisan bateri atau tidak mempunyai liputan internet.

Aplikasi e-dompot mungkin telah lama diperkenalkan di Malaysia, tetapi semenjak tercetusnya Pandemik COVID-19, pengguna mulai memberikan perhatian terhadap medium pembayaran ini, ditambah pula pemberian insentif oleh Kerajaan dalam menggalakkan penggunaan aplikasi ini. Dan satu cara mudah untuk rakyat melaporkan sebarang isu yang mereka hadapi, dan jika kerajaan ingin mengumumkan sesuatu berkenaan aplikasi ini, adalah melalui surat khabar dan berita.

Anis (2021) penulis artikel di portal berita The Star, melaporkan bahawa Perdana Menteri ketika itu mengumumkan bahawa Kerajaan bersetuju untuk memberikan RM 150 kredit melalui aplikasi e-dompot untuk menggalakkan pembayaran tanpa sentuh,

melalui artikel bertajuk “*E-Wallet Credit Increases To RM150 Under Ebelia Programme*”. Selain daripada itu, Utusan Malaysia melalui artikel bertajuk “Identiti Digital Nasional Manfaatkan Pengguna” (Junaidi, 2021), di mana Kerajaan telah bercadang untuk mendigitalkan Kerajaan, termasuk dalam aspek pembayaran di Jabatan Kerajaan.

Penggunaan e-dompet di Malaysia terutama di bandar besar sangat tinggi. Menurut laman web rnggt.com di dalam artikel mereka (Liyana, 2021), sumbangan ekonomi digital kepada KDNK negara telah mencapai 20% pada tahun 2020, meningkat dari 19.1% atau RM289 bilion pada tahun 2019. Akhbar Sinar Harian melalui artikel bertajuk “COVID-19 Ubah Rakyat Guna E-Wallet” (Teck, 2020), penulis menyatakan bahawa kaedah pembayaran tanpa sentuh menyumbang rasa selamat di kalangan peniaga untuk mengelakkan penyebaran penyakit, di samping mudah untuk dibawa kerana ia adalah aplikasi telefon pintar dan membolehkan pengguna menyemak dan mengawal perbelanjaan. Sementara itu, akhbar New Straits Times melaporkan bahawa penggunaan aplikasi e-dompet di Sabah amat memberangsangkan, dan keperluan untuk membantu usahawan mikro dan kecil di Sabah dalam meluaskan penerimaan aplikasi e-dompet. Artikel tersebut bertajuk “*Sabah Is Ahead Of Klang Valley In Ewallet Adoption*” (Miwil, 2021).

Tetapi kadar capaian penggunaan e-dompet di beberapa wilayah sangat rendah disebabkan oleh beberapa faktor. Merujuk kepada Akhbar Sinar Harian (Bernama, 2020a), golongan dari luar Lembah Klang terutama Kelantan mengakui kekurangan hebahan dan penjelasan daripada Kerajaan berkenaan penggunaan e-dompet menyebabkan mereka jarang atau tidak tahu bagaimana mahu menggunakan e-dompet

untuk tujuan transaksi pembelian. Sebahagian lain pula menyatakan bahawa tidak banyak premis yang menerima pembayaran menggunakan e-dompet sebagai medium pembayaran. Diakui, terdapat peruncit yang enggan menggunakan aplikasi e-dompet kerana beberapa kekangan, seperti dilaporkan oleh akhbar New Straits Times melalui artikel bertajuk “*Petty Traders, Consumers Not Keen On E-Wallet*” (Babulal, 2020).

Manakala dipetik dari portal mywilayah.com pula menyatakan bahawa penggunaan e-dompet memerlukan capaian internet yang stabil dan peralatan telefon pintar yang dilengkapi aplikasi berkaitan. Tetapi risiko paling besar adalah risiko penipuan dan jenayah siber yang mungkin berlaku terhadap aplikasi e-dompet tersebut (Admin, 2019).

Antara golongan rentan yang juga mengalami masalah untuk menggunakan e-dompet adalah warga emas. Melalui artikel “Salah tekan e-wallet, bayar RM 1,234.56 untuk sesikat pisang bernilai RM 7.30”, akhbar Berita Harian melaporkan bahawa seorang individu telah tersalah memasukkan amaun untuk pembayaran produk yang dibelinya, menyebabkan beliau mengalami kerugian dan trauma (Razali, 2021).

Jika artikel sebelum ini menjelaskan bahawa pengguna mengalami masalah menggunakan e-dompet, akhbar Utusan Malaysia, Berita Harian dan Utusan Borneo pula melaporkan bahawa masih terdapat peniaga kecil tidak menerima e-dompet sebagai medium pembayaran. Bagi menggalakkan golongan peniaga ini menambah kaedah pembayaran menerusi e-dompet, Pihak Berkuasa Tempatan telah mengumumkan beberapa syarat dan insentif kepada para peniaga, seperti penerimaan e-dompet sebagai salah satu syarat untuk pembaharuan lesen perniagaan [(Sudarji,

2021), (Ahmad, 2021)]. Manakala Kerajaan Negeri Sarawak pula telah mengumumkan bahawa Bantuan Khas Sarawakku Sayang hanya akan diberikan melalui aplikasi Sarawak Pay sahaja.

Masih lagi di sekitar Sarawak, antara sebab rakyat Sarawak kurang menggunakan e-dompet adalah disebabkan oleh kesukaran untuk mengakses internet serta nilai transaksi terhad untuk bayaran bil-bil kerajaan dengan simpanan e-dompet sebanyak RM 200 sahaja, mengekang penggunaan meluas Sarawak Pay. (Jawing, 2018).

Manakala para belia dan warga di Sabah pula didapati kurang menggunakan pembayaran e-dompet kerana kekangan akses terhadap jalur lebar, menerusi laporan oleh Utusan Borneo bertajuk “Golongan Belia Perlu Didedahkan Dengan Teknologi Digital Berimpak Tinggi” (Han, 2020).

Manakala kaedah pembayaran di pejabat Kerajaan pula hanya menerima bayaran tunai atau kad debit seperti dilaporkan Berita Harian (Junaidi, 2021). Kaedah pembayaran ini bukan sahaja menghadkan kaedah pembayaran di pihak rakyat, ia juga menyebabkan masalah dengan proses transaksi antarabangsa.

Manakala menurut portal The Edge Markets melalui laporan bertajuk “*E-Wallet, QR Payments And Online Banking Surged Exponentially In One Year*”, Menteri Kewangan Malaysia menyatakan bahawa berlaku peningkatan ketara perbelanjaan menggunakan e-dompet walaupun dibimbangi trend ini akan menurun disebabkan oleh penularan pelbagai varian baharu virus COVID-19 (Ikram, 2021).

Selain daripada isu dan permasalahan yang dilaporkan dari pihak pengguna, peniaga dan Kerajaan, terdapat juga cabaran dari pihak operator e-dompet itu sendiri.

Antara yang dipetik dari penyedia insurans terkemuka, AIA melalui terbitan mereka bertajuk “*E-Wallets, Convenient Or Complicated?*”, penggunaan e-dompet berisiko menyebabkan kebocoran data pengguna kerana untuk mendaftar sesebuah aplikasi e-dompet, pengguna perlu menyatakan dan mengisytiharkan beberapa maklumat diri yang sulit seperti nombor kad pengenalan, nombor telefon dan alamat rumah. Selain itu, berlaku situasi kegagalan server (*server down*) ketika pengguna melakukan transaksi. Selain itu, tidak semua premis menerima pembayaran selain daripada tunai. Dan dikhuatiri juga, pengguna tanpa sedar telah berbelanja lebih dari sepatutnya kerana kegagalan mereka menyedari nilai bayaran berbanding pembayaran menggunakan tunai (AIA, n.d.).

Isu lain berkaitan pembayaran digital juga, antara lain, memetik dari laporan Berita Harian di dalam rencana berkaitan FinTech pula menyatakan bahawa pengguna pembayaran digital juga terdedah terhadap ancaman siber (Noor, 2019). Telah terjadi kejadian di mana pengguna telah kehilangan duit di dalam akaun e-dompet mereka, seperti dilaporkan oleh BOTS team (2022) melalui artikel bertajuk “*Man Loses RM 1,900 In Less Than 5 Minutes After TNG E-Wallet Hacked*” melalui portal berita online New Straits Times. Perkara sama turut dilaporkan oleh akhbar Sinar Harian melalui artikel bertajuk “Wang Dalam E-Wallet Lesap Angkara Scammer” (Jaafar, 2022) dan “Enam Laporan Diterima Kes Wang Dalam E-Wallet Lesap: Polis” (Ismail, 2022). Dan jika berlaku sebarang isu, pihak pengendali aplikasi e-dompet mengambil masa yang lama untuk menyelesaikan masalah pelanggan seperti dilaporkan oleh pembaca akhbar

New Straits Times edisi 1 Februari 2020 bertajuk “*Long Wait For E-Wallet Issue To Be Resolved*” (Wong, 2020).

Ancaman lain berkaitan penggunaan aplikasi e-dompet adalah seperti sindiket penipuan dalam talian yang menggunakan kad pengenalan orang awam untuk mendaftar aplikasi e-dompet (Rosli, 2020) yang dilaporkan melalui akhbar Sinar Harian.

Dari aspek agensi pula, IKIM melalui artikel mereka bertajuk “Dompet Digital (E-Wallet) Dan Perlindungan Data Peribadi” (Nuruddin, 2020) dan akhbar Harakah Daily melalui artikel “E-Tunai: Cabaran Sekuriti Privasi Pengguna” (Adhar, 2020) menyatakan kebimbangan terhadap tahap keselamatan dan kejujuran pengguna e-dompet di mana operator e-dompet menyimpan maklumat diri pengguna, manakala pengguna pula menipu identiti dengan mendaftar akaun menggunakan identiti orang lain. Selain itu, isu sekuriti terhadap aktiviti penggodaman aplikasi e-dompet serta menyatakan bahawa keperluan untuk menyediakan peruntukan undang-undang yang melindungi pengguna juga dibincangkan.

Dan isu terakhir, merujuk kepada Bank Negara Malaysia, terdapat 50 operator e-dompet bukan bank di Malaysia (Non-bank E-money issuers - Bank Negara Malaysia. (n.d.). Seperti dilaporkan oleh The Edge Markets, terlalu banyak penyedia, di samping pelbagai teknologi dan platform digital yang biasanya tidak seragam menyebabkan pengguna keliru untuk menggunakan aplikasi yang mana satu (Boey, 2020).

Selain itu, faktor utama yang mempengaruhi penerimaan e-dompet di Malaysia juga masih tidak jelas. Melalui kajian, didapati isu keselamatan merupakan kelemahan

utama dalam penggunaan aplikasi e-dompet (Jee Yee, 2019). Antara kebimbangan keselamatan yang dikenal pasti dalam Laporan Landskap Pembayaran Nielsen pada 2018 termasuk penipuan kad, kehilangan transaksi, laman web palsu dan risiko kehilangan telefon. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap e-dompet.

Dan pengguna juga semakin bijak dalam menganalisis perbandingan antara medium pembayaran yang sedia ada. Oleh itu, adalah perlu satu kajian dilakukan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna menerima e-dompet di Malaysia.

2.2.8 Analisis Perbandingan Kaedah Pembayaran Konvensional Dengan E-Dompet

Wang tunai adalah medium pembayaran utama mesin jualan layan diri. Manakala kad kredit dan kad debit pula semakin meluas digunakan sebagai medium transaksi kerana pengguna tidak perlu membawa wang tunai, alternatif yang memudahkan.

Mengikut satu tinjauan dan kajian yang dilakukan Apriva, sebuah entiti yang menguruskan pembayaran tanpa wayar (tanpa-tunai), pembayaran tanpa-tunai lambat laun akan diaplikasikan terhadap majoriti mesin jualan layan diri di masa hadapan (Admin, 2021). Merujuk kepada Roberti (2020), bayaran maya bakal melonjakkan beberapa perkara. Antaranya adalah seperti mengurangkan kos pengumpulan tarif (*fare collection*), mengurangkan kos penyelenggaraan berkala, mengurangkan masa perakaunan dan pengiraan, meningkatkan kuasa beli dan yang terutama, mengurangkan penggunaan dan sekali gus kos penerbitan dan percetakan wang syiling dan kertas bercetak.

Bezhovski (2016) telah menyimpulkan bahawa demi mendapatkan masa hadapan yang lebih harmoni dan menjanjikan, sistem pembayaran mudah alih perlu lebih bersepadu dengan infrastruktur telekomunikasi sekarang. Keserasian dengan pengguna perlu dipertingkatkan, penggunaan teknologi terkini untuk pelbagai pembekal perkhidmatan dan produk, dan isu keselamatan yang dipertingkatkan boleh membantu memudahkan penggunaan kaedah pembayaran elektronik dan memajukan segmen pembayaran mudah alih di samping meraih kepercayaan daripada pengguna, kerana Selvanathan et al. (2016) berpendapat bahawa, kepercayaan telah lama dianggap sebagai faktor dominan dalam interaksi pembeli dan penjual. Dari segi ekonomi, kepercayaan dilihat sebagai cara yang dapat mengurangkan kos transaksi (Chiou & Shen, 2012).

Terdapat beberapa kaedah pembayaran, yang kerap digunakan seperti wang tunai, kad dan *Financial Process Exchange* (FPX) atau disebut juga perbankan dalam talian, selain penggunaan aplikasi e-dompet.

Pertama, medium yang paling banyak digunakan adalah wang tunai. Di kebanyakan negara, terdapat variasi penggunaan untuk wang tunai iaitu sama ada wang kertas atau wang syiling. Untuk tujuan keselamatan, terdapat juga wang tunai yang perlu ditukarkan kepada token. Penggunaan wang tunai sangat meluas seperti di mesin jualan layan diri, mesin *autopay* tempat letak kenderaan, mesin dobi, taman permainan. Antara kelebihan penggunaan wang tunai adalah mudah diuruskan, nilai yang jelas ketika pembayaran dan tidak memungkinkan berlaku pencerobohan identiti dan penggunaan token untuk mengelakkan vandalisme dan penipuan. Di sebalik kelebihan penggunaan wang tunai, terdapat juga kekangan dalam penggunaannya. Antaranya adalah penggunaan wang tunai membataskan pengguna untuk membawa duit syiling yang

berat atau duit kecil yang banyak.

Medium pembayaran kedua meluas digunakan adalah menggunakan kad. Antara jenis kad yang sering digunakan adalah kad debit, kad kredit, kad tambah nilai dan kad hadiah (kad keahlian). Kad tambah nilai majoriti digunakan untuk pembayaran petak kenderaan dan ketika menggunakan pengangkutan awam serta pembayaran di plaza tol. Manakala kad keahlian pula kerap digunakan untuk pembayaran di kaunter atau taman permainan. Kelebihan penggunaan kad adalah ia adalah pembayaran tanpa tunai, transaksi lebih cepat dan tepat, pengembalian wang automatik jika mesin mengalami kerosakan atau produk tidak dikeluarkan, untuk pelancong, masih boleh membeli produk walaupun tanpa wang tunai rasmi negara tersebut, pengguna boleh mendapat ganjaran tunai dari pengeluaran kad untuk setiap penggunaan, kawalan penuh terhadap amaun di dalam kad tersebut dan mampu untuk merancang perbelanjaan dengan bijak, selain pengguna boleh merancang untuk penggunaan yang lebih teratur. Pengguna juga mempunyai kawalan penuh terhadap amaun di dalam kad tersebut dan mampu untuk merancang perbelanjaan dengan lebih bijak. Di samping kelebihan-kelebihan yang dinyatakan, masih juga terdapat kelemahan bagi penggunaan kad. Antaranya adalah kemungkinan untuk kad terdedah kepada alat pembaca kad palsu/ terminal palsu walaupun diletakkan di dalam dompet dengan selamat atau mesin pembayaran telah terdedah kepada *skimming* panel palsu, berlaku kecurian data dan berlaku juga pengguna tertinggal kad di dalam mesin sama ada disebabkan kecuaiian atau mesin rosak. Selain itu, kad juga mempunyai tarikh luput, ini bermakna tempoh penggunaan kad adalah terhad kerana aspek keselamatan di dalam kad perlu dikemaskini selepas beberapa tempoh. Bagi kad hadiah pula, kad tersebut sudah tidak bernilai jika semua amaun di dalamnya telah habis digunakan.

Selain itu, penggunaan perbankan dalam talian untuk pembayaran juga kerap digunakan. Sistem pembayaran ini terkait rapat dengan kad bank pengguna, di mana pengguna boleh memilih untuk membayar menggunakan kad bank atau perbankan dalam talian. Medium ini adalah medium pembayaran pilihan ketika pengguna membeli belah di dalam portal membeli belah dalam talian. Tetapi disebabkan oleh perisian hasad yang kadang kala dipasang tanpa sengaja oleh pengguna, dan juga penggodaman, pengguna lebih berhati-hati untuk tidak melakukan transaksi menggunakan wi-fi umum.

Kaedah yang sedang pesat meluas digunakan sekarang semenjak tercetusnya pandemik COVID-19 adalah penggunaan aplikasi e-dompet di mana pengguna lebih cenderung untuk membayar barangan tanpa menyentuh wang tunai kerana dikhuatiri menyebarkan wabak COVID-19.

Aplikasi e-dompet mampu melakukan transaksi lebih cepat dan tepat dan tidak mengeluarkan wang baki, julat penggunaan yang luas, pengembalian wang automatik jika mesin mengalami kerosakan (produk tidak dikeluarkan), untuk pelancong, masih boleh membeli produk walaupun tanpa wang tunai rasmi negara tersebut. Pengguna juga mempunyai kawalan penuh terhadap amaun di dalam aplikasi tersebut dan mampu untuk merancang perbelanjaan dengan bijak selain setiap transaksi boleh direkodkan. Penggunaan aplikasi e-dompet akan terus ke akaun pihak ketiga tanpa melalui proses *float* seperti transaksi perbankan selain disokong oleh program penyelidikan dan pembangunan yang konsisten untuk meningkatkan kemudahan, mesra pengguna dan keselamatan aplikasi.

2.3 Kajian Lepas

2.3.1 Kajian Lepas Berkaitan Penggunaan Aplikasi Kewangan

Aplikasi e-dompet dan aplikasi pengurusan kewangan lain boleh membantu meningkatkan ekonomi sesebuah negara dan banyak kajian lepas telah dilakukan untuk mengkaji tahap keberkesanan penggunaan sesuatu sistem dan aplikasi pengurusan kewangan di kalangan warga mereka.

Jadual 2.1 di bawah adalah ringkasan kajian daripada para penyelidik lepas yang memfokuskan kepada penyelidikan berkaitan *fintech*, e-dompet dan pengurusan kewangan.

Jadual 2.1

Ringkasan kajian penyelidik lepas

Penyelidik Dan Tajuk Kajian	Ringkasan Kajian
Shane et al. (2022) <i>Factors Affecting The Intention To Adopt E-Wallet Services During COVID-19 Pandemic</i>	Objektif kajian Untuk mengkaji kesan jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial, keadaan yang memudahkan, kepercayaan yang dirasakan dan faedah promosi, daripada UTAUT, dan menguji hubungan mereka dengan penggunaan perkhidmatan e-dompet di Malaysia di dalam norma baharu amalkan jarak sosial. Sampel Sampel terdiri daripada individu yang biasa dengan aplikasi e-dompet.

Jadual 2.1 (sambungan)

	Dapatan Jangkaan prestasi, keadaan yang memudahkan dan faedah termasuk promosi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan niat untuk mengguna pakai perkhidmatan e-dompet. Jangkaan usaha, pengaruh sosial, dan kepercayaan yang dirasakan adalah tidak penting untuk menerima pakai perkhidmatan e-dompet.
Al-Saedi et al. (2020) <i>Developing A General Extended UTAUT Model For M-Payment Adoption</i>	Objektif kajian Untuk menentukan faktor paling kerap yang memanjangkan UTAUT dalam konteks penggunaan pembayaran e-dompet.
	Sampel Responden kajian ini ialah pengguna e-dompet menggunakan borang soalselidik.
	Dapatan Niat pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet ialah jangkaan prestasi, diikuti oleh pengaruh sosial, jangkaan usaha, kepercayaan yang dirasakan, kos yang dirasakan dan keberkesanan diri.
Daragmeh, et al. (2021). <i>Continuous Intention To Use E-Wallet In The Context Of The COVID-19 Pandemic: Integrating The Health Belief Model (HBM) And Technology Continuous Theory (TCT)</i>	Objektif kajian Untuk menyiasat potensi penggunaan berterusan perkhidmatan e-dompet oleh pengguna melalui rangka kerja bersepadu berdasarkan dua model yang telah ditetapkan; <i>Health Belief Model</i> (HBM) dan <i>Technology Continuous Theory</i> (TCT) Sampel Borang soal selidik secara elektronik telah

Jadual 2.1 (sambungan)

diedarkan kepada sampel 1080 individu daripada masyarakat akademik di tiga universiti berbeza yang telah menggunakan dompet elektronik semasa wabak COVID-19.

Dapatan

Pemodelan SEM telah digunakan dalam kajian dan menjelaskan varians 55.9% dalam niat berterusan pengguna terhadap penggunaan e-dompet. Kajian ini mendapati bahawa walaupun pandemik COVID-19 sangat mempengaruhi penggunaan e-dompet semasa; faktor penting yang mempengaruhi penggunaan berterusan mereka adalah berdasarkan efikasi sendiri pengguna.

Yang et al. (2021)

Cashless Transactions: A Study On Intention And Adoption Of E-Wallets

Objektif kajian

Untuk meneroka kesan persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, keadaan memudahkan, keserasian gaya hidup, dan persepsi kepercayaan terhadap kedua-dua niat untuk menggunakan e-dompet dan penggunaan e-dompet di kalangan orang dewasa dengan menggunakan kaedah UTAUT.

Sampel

Kajian kuantitatif ini menggunakan reka bentuk penyelidikan keratan rentas untuk mengumpulkan data daripada 501 responden menggunakan borang soal selidik dalam talian.

Dapatan

Persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, keserasian gaya

Jadual 2.1 (sambungan)

	hidup dan kepercayaan yang dirasakan menunjukkan kesan positif yang ketara terhadap kedua-dua niat untuk menggunakan e-dompet dan penggunaan e-dompet. Kajian ini membuktikan kesan pengantaraan niat untuk menggunakan e-dompet pada korelasi antara peramal dan penggunaan e-dompet.
Malik et al. (2017) <i>Factors Influencing Consumers' Attitude Towards Adoption And Continuous Use Of Mobile Applications: A Conceptual Model</i>	Objektif kajian Untuk merekodkan faktor-faktor yang mendorong sikap pengguna untuk menggunakan aplikasi telefon pintar. Antaranya adalah jangkaan prestasi, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kenikmatan, insentif, estetika, syarat memudahkan, amanah, kepuasan hati dan kebiasaan. Kajian ini bertujuan untuk memodel konseptual untuk diterima pakai untuk dua jenis aplikasi mudah alih iaitu utilitarian dan hedonik. Dapatan Kajian ini mencadangkan kepuasan dan tabiat sebagai pemboleh ubah pengantara.
Laywilla et al. (2020) <i>Drivers Of Intention To Adopt Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females In Jakarta</i>	Objektif kajian Untuk menganalisis secara empirikal faktor-faktor penentu niat wanita di Jakarta untuk menggunakan e-dompet. Kajian ini mengkaji pengaruh jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial, dan syarat memudahkan niat untuk menggunakan e-dompet. Populasi sasaran adalah pengguna wanita di Jakarta. Sampel Dalam kajian kuantitatif ini, kaedah soal selidik

Jadual 2.1 (sambungan)

digunakan untuk mengumpul data primer. Dengan menggunakan soal selidik yang ditadbir sendiri, data telah di kumpul daripada 183 responden perempuan.

Dapatan

Kesemua faktor mempunyai kesan yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan e-dompet. Jangkaan usaha mempunyai kesan yang paling tinggi, dan pengaruh sosial mempunyai kesan yang paling rendah.

Prasad & Arivazhagan (2021)

*A Study On User Perceived
Trust In Mobile Wallet*

Objektif kajian

Untuk menyiasat persepsi pengguna terhadap keselamatan dan kepercayaan e-dompet. Reka bentuk penyelidikan deskriptif diguna pakai dan data dikumpulkan daripada orang yang menggunakan e-dompet.

Sampel

147 respons telah di kumpul dengan menggunakan teknik persampelan bukan kebarangkalian, bertujuan melalui soal selidik dalam talian, soal selidik e-mel dan temubual peribadi.

Dapatan

Lima pemboleh ubah penting yang mempengaruhi kepercayaan di kalangan pengguna dan daripadanya teknologi memainkan peranan penting, iaitu pertama, tidak pernah mendengar sebarang isu keselamatan yang berkaitan dengan e-dompet; kedua, teknologi sangat dipercayai dan saya yakin dapat membuat pembayaran pada bila-

Jadual 2.1 (sambungan)

	bila masa; ketiga, rakan-rakan dan saudara-mara saya menggunakan e-dompet; keempat, kebanyakan rakan dan saudara saya gembira dengan e-dompet, dan; kelima, saya menggalakkan orang lain menggunakan e-dompet apabila ada peluang untuk menggunakannya.
Karim et al. (2020) <i>Factors Influencing The Use Of E-Wallet As A Payment Method Among Malaysian Young Adults</i>	Objektif kajian Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi golongan dewasa muda Malaysia untuk menggunakan e-dompet sebagai kaedah pembayaran dengan menggunakan model TAM. Sampel 330 data telah di kumpul daripada pengguna e-dompet di kawasan Lembah Klang Malaysia. Dapatan Persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan privasi dan keselamatan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan tingkah laku. niat untuk menggunakan e-dompet.
Havidz et al. (2018) <i>Intention To Adopt Wechat Mobile Payment Innovation Toward Indonesia Citizenship Based In China</i>	Objektif kajian Untuk meneroka niat tingkah laku untuk menerima pakai e-dompet dengan menggunakan Teori UTAUT 2. Walau bagaimanapun, model yang digunakan adalah terhad kepada lima konstruk dan mengetepikan kesan moderator terhadap kajian semasa. Terdapat empat pemboleh ubah tidak bersandar (jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial dan keadaan memudahkan) dan satu pemboleh ubah bersandar (niat tingkah

Jadual 2.1 (sambungan)

laku untuk menerima pakai e-dompet WeChat yang dicadangkan dalam model penyelidikan.

Sampel

Subjek kajian adalah warganegara Indonesia yang menetap di China.

Dapatan

Keadaan memudahkan memainkan peramal utama kepada niat tingkah laku untuk menerima pakai inovasi e-dompet WeChat untuk Indonesia di China. Ia menandakan hubungan signifikan yang positif dalam memudahkan syarat kepada niat tingkah laku untuk menerima pakai e-dompet WeChat. Tambahan pula, jangkaan prestasi, jangkaan usaha dan pengaruh sosial menandakan hubungan positif yang tidak signifikan terhadap niat tingkah laku untuk menerima pakai inovasi e-dompet WeChat.

See & Goh (2020)

Factors Affecting Restaurant Customer Intention To Adopt Mobile Payment

Objektif kajian

Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan restoran untuk menerima pakai e-dompet.

Sampel

Menggunakan pensampelan bertujuan, sejumlah 355 borang lengkap telah diterima daripada pengguna yang telah mengunjungi restoran.

Dapatan

Keadaan yang memudahkan, pengaruh sosial, jangkaan prestasi, keserasian, dan persepsi risiko

Jadual 2.1 (sambungan)

	mempengaruhi niat pelanggan restoran menggunakan e-dompet dengan ketara.
Tusyanah et al. (2021) <i>Analyzing Factors Affecting The Behavioral Intention To Use E-Wallet With The UTAUT Model With Experience As Moderating Variable</i>	Objektif kajian Untuk menganalisis faktor-faktor niat tingkah laku menggunakan e-dompet berdasarkan model UTAUT. Pemboleh ubah tersebut ialah jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial, keadaan memudahkan, dan pengalaman sebagai pemboleh ubah penyederhana. Ia adalah penyelidikan kuantitatif. Sampel Populasi dalam kajian ini adalah pelajar universiti yang telah mengamalkan transaksi tanpa tunai dalam aktiviti pembayaran mereka, dengan sampel seramai 365 orang pelajar. Dapatan Jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial, keadaan memudahkan, jangkaan usaha mempunyai kesan positif dan signifikan terhadap niat tingkah laku melalui pengalaman. Manakala pengaruh sosial dan keadaan memudahkan memberi kesan negatif dan tidak signifikan terhadap niat tingkah laku melalui pengalaman.
Chawla & Joshi (2020) <i>The Moderating Role Of Gender And Age In The Adoption Of Mobile Wallet</i>	Objektif kajian Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat tingkah laku terhadap penggunaan e-dompet dan untuk mengkaji kesan penyederhanaan jantina dan umur antara anteseden penggunaan e-dompet dan sikap dan niat pengguna.

Jadual 2.1 (sambungan)

Sampel

Input dicari melalui dua perbincangan kumpulan fokus, pertama terdiri daripada eksekutif bekerja dan kedua, terdiri daripada pelajar. Satu sampel 744 pengguna e-dompet memberikan kesedaran mereka tentang e-dompet, pelbagai perkhidmatan e-dompet yang digunakan dan persepsi tentang kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keselamatan, keadaan memudahkan dan keserasian gaya hidup.

Dapatan

Kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keselamatan, keadaan memudahkan dan keserasian gaya hidup mempengaruhi sikap dan niat pengguna dengan ketara. Keputusan menunjukkan bahawa kedua-dua jantina dan umur menyederhanakan hubungan antara anteseden terpilih dan sikap dan niat dan pengaruh dilihat lebih kepada pengguna lelaki dan muda.

Bommer et al. (2022)

A Meta-Analysis Of Ewallet Adoption Using The UTAUT Model

Objektif kajian

Untuk menyepadukan penyelidikan yang masih ada mengenai penggunaan e-dompet untuk lebih memahami anteseden utama kepada niat penggunaan e-dompet dan memeriksa sama ada perhubungan itu berbeza merentas berbilang moderator. Untuk menyepadukan penemuan penggunaan e-dompet, UTAUT dan sambungannya telah digunakan. Meta-analisis menganggarkan hubungan antara niat penggunaan e-dompet dan tujuh anteseden dan saling korelasi antara anteseden.

Jadual 2.1 (sambungan)

Sampel

Sebanyak 28 kesan telah dikira, menggunakan 48 kajian dan 444 saiz kesan individu, menggunakan 14,802 subjek.

Dapatan

Nilai harga, motivasi hedonik, keadaan yang memudahkan dan pengaruh sosial mempunyai hubungan yang paling kukuh dengan niat untuk menggunakan e-dompet, merangkumi hampir semua varian unik. Walau bagaimanapun, tiga anteseden yang paling lemah masih menjelaskan peratusan varian yang besar. Tiada perhubungan disederhanakan dengan ketara.

Lee et. al. (2012)

*A Study On The Factors
Affecting Smart Phone
Application Acceptance*

Objektif kajian

Untuk menyiasat dan menganalisis unsur-unsur yang mempengaruhi dalam penggunaan aplikasi telefon pintar.

Sampel

Data di kumpul daripada 215 orang yang pernah menggunakan aplikasi telefon pintar sebelum ini.

Dapatan

Terdapat 7 faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi telefon pintar iaitu tahap keadaan promosi, aliran, pengaruh sosial, jangkaan prestasi, pemperibadian, dan kredibiliti, mempunyai kesan positif ke atas niat untuk menggunakan, yang juga mempengaruhi prestasi aplikasi. Menurut kajian itu, aplikasi yang sangat baik harus mempunyai sekurang-kurangnya empat

Jadual 2.1 (sambungan)

	daripada kualiti ini.
Sarwar et al. (2013) <i>Impact Of Smartphone's On Society</i>	Objektif kajian Untuk melihat bagaimana telefon pintar mempengaruhi masyarakat dan bagaimana ia boleh mengubah budaya, kehidupan sosial dan teknologi dengan cara yang baik atau negatif. Sampel Data di kumpul daripada beberapa kajian untuk membina kesimpulan tentang kelebihan dan kekurangan menggunakan telefon pintar. Dapatan Kajian ini menyatakan untuk memberi tumpuan kepada kelebihan menggunakan telefon pintar dan bukannya penyalahgunaan aplikasi untuk meraih sebarang ganjaran.
Jung (2013) <i>What A Smartphone Is To Me: Understanding User Value In Using Smartphones</i>	Objektif kajian Untuk mengetahui faedah yang boleh diberikan oleh telefon pintar kepada pengguna, serta cara aplikasi telefon pintar boleh disesuaikan. Sampel Melalui temu bual yang dilakukan, data daripada 54 orang pengguna telefon pintar dianalisis. Untuk menyiasat struktur nilai hierarki pengguna, temu bual dianalisis menggunakan pendekatan rangkaian bermakna (<i>means-end chain approach</i>). Pengguna mempunyai pelbagai tujuan dan nilai ketika menggunakan telefon pintar.

Jadual 2.1 (sambungan)

	Dapatan Setelah meneliti nilai pengguna dalam teknologi maklumat, kajian itu menganjurkan dengan mengambil kira hubungan antara nilai dan membandingkan penemuan dengan konteks teknologi maklumat yang lain.
Groß (2015) <i>Mobile Shopping: A Classification Framework And Literature Review</i>	Objektif kajian Untuk mengklasifikasikan dan mengumpulkan pengetahuan mengenai membeli-belah dan membayar secara mudah alih.
	Sampel Data diperoleh daripada 81 penerbitan yang diterbitkan dalam jurnal peruncitan di seluruh dunia antara tahun 2000 dan 2012. Dapatan Penggunaan teknologi moden dalam sektor runcit telah meningkat dalam kedua-dua kaedah, iaitu membeli belah secara fizikal dan maya. Dalam 10 tahun, pelanggan semakin bergantung kepada kaedah membeli-belah di internet daripada kaedah fizikal.
Yang et. al. (2017) <i>Role Of Channel Integration On The Service Quality, Satisfaction, And Repurchase Intention In A Multi-Channel (Online- Cum-Mobile) Retail Environment</i>	Objektif kajian Untuk mendedahkan faktor yang mempengaruhi niat pembelian semula pelanggan dalam persekitaran runcit berasaskan medium telefon pintar untuk mengekalkan pelanggan. Sampel Soal selidik telah digunakan untuk mengumpul data daripada 317 orang pelanggan sebuah

Jadual 2.1 (sambungan)

pertubuhan runcit di China.

Dapatan

Penyepaduan saluran mempunyai kesan yang ketara dan menggalakkan persepsi kualiti perkhidmatan dalam persekitaran dalam talian dan mudah alih, dengan implikasi untuk kepuasan khusus transaksi dan kepuasan keseluruhan. Tambahan pula, kepuasan khusus urus niaga mempunyai kesan yang positif terhadap kepuasan keseluruhan, yang seterusnya memberi kesan positif ke atas niat membeli semula.

Arcand et al. (2017)

*Mobile Banking Service
Quality And Customer
Relationships*

Objektif kajian

Kajian ini bertujuan untuk menyiasat tanggapan multidimensi aplikasi perbankan telefon pintar atau kualiti perkhidmatan laman web, dalam skop privasi, keselamatan, reka bentuk/estetika proaktiviti, keseronokan dan sosial, serta kesannya terhadap kualiti perhubungan pelanggan (dalam skop kepuasan, kepercayaan dan komitmen).

Sampel

Data diperoleh daripada 375 daripada 3,806 orang pelanggan melalui soal selidik dalam talian, dengan sampel terdiri daripada pelanggan yang membeli barangan menggunakan telefon pintar atau aplikasi internet.

Dapatan

Kepercayaan mempunyai kesan positif dan signifikan terhadap kepuasan dan komitmen, serta kualiti perkhidmatan aplikasi perbankan mudah

Jadual 2.1 (sambungan)

	alih memberi kesan kepada kepercayaan, komitmen dan kepuasan pelanggan.
McLean et. al. (2018) <i>Developing A Mobile Applications Customer Experience Model (MACE)- Implications For Retailers</i>	Objektif kajian Untuk melihat faktor yang boleh mempengaruhi pengalaman pelanggan apabila menggunakan aplikasi telefon pintar peruncit. Sampel Data diperoleh daripada 1024 daripada 1410 orang pelanggan di United Kingdom. Dapatan Penemuan itu mendedahkan bahawa pelanggan terus menginginkan teknologi baharu untuk penyampaian perkhidmatan, serta perkaitan aspek utilitarian yang mempengaruhi kesediaan pelanggan menggunakan aplikasi telefon pintar untuk kedai melayani mereka tanpa perlu menghabiskan masa yang lama melakukannya.
Chien et. al. (2018) <i>Upgrading Service Quality Of Mobile Banking</i>	Objektif kajian Untuk menyelidik perspektif pelanggan dan pakar dalam usaha mengenal pasti pemboleh ubah penting yang menyumbang kepada kualiti perkhidmatan yang lebih baik dalam aplikasi telefon pintar. Sampel Data diperoleh menggunakan skala Likert lima mata daripada 508 daripada 737 orang pelanggan perbankan mudah alih.

Jadual 2.1 (sambungan)

	Dapatan Kesahan kontrak, kesahan diskriminasi, dan kesahan konvergen digunakan untuk menguji data. Pengguna perbankan mudah alih meletakkan nilai tinggi pada ketersediaan sistem, privasi, pampasan dan jaminan kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh aplikasi telefon pintar. Tambahan pula, pengguna perbankan mudah alih meletakkan nilai yang lebih tinggi pada kepentingan dan hak mereka sendiri untuk berasa lebih selamat dan dilindungi semasa menggunakan perbankan melalui telefon pintar. Kajian mengesyorkan bahawa untuk memahami kesan perbankan mudah alih terhadap kualiti perkhidmatan.
Kaur (2018) <i>Exploring The Determinants Of E-Service Quality In E-Retailing</i>	Objektif kajian Untuk menyiasat kesan perkhidmatan e-dagang terhadap kualiti e-perkhidmatan, yang memberi kesan kepada persepsi pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan melalui internet atau peranti elektronik.

Sampel

Soal selidik telah digunakan untuk mendapatkan data daripada 452 daripada 500 orang pelanggan.

Dapatan

Pemperibadian, kemudahan penggunaan, reka bentuk laman web, kebolehpercayaan, keselamatan dan responsif adalah enam kriteria yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap e-dagang. Menurut kajian itu, populasi pelanggan dalam talian adalah besar, dan saiz sampel harus

Jadual 2.1 (sambungan)

	lebih besar untuk mendapatkan hasil yang tepat.
Balaji et al. (2018)	Objektif kajian
<i>User Acceptance Of IoT Applications In Retail Industry</i>	Untuk melihat bagaimana pengguna bertindak balas terhadap aplikasi IoT dalam perniagaan runcit.
	Sampel
	Soal selidik daripada 289 orang pelanggan kedai runcit.
	Dapatan
	Faktor utama ialah reputasi peruncit, kemudahan penggunaan, kebergunaan, kesesuaian tugas, dan kepercayaan awal. Faktor-faktor tersebut mempunyai kesan yang signifikan terhadap sikap pelanggan terhadap penggunaan aplikasi dan IoT di kedai runcit. Kajian itu mengesyorkan memacu niat pelanggan untuk menggunakan aplikasi IoT di kedai runcit, peruncit harus menekankan kepada lima faktor yang dinyatakan sebelum ini untuk mendapatkan penerimaan pelanggan terhadap aplikasi e-peruncitan.

2.3.2 Perbezaan Dengan Kajian Lepas Dan Jurang Kajian

Hasil dari sorotan kajian yang telah dilakukan mendapati kebanyakan kajian lepas dilaksanakan untuk mencari kadar penggunaan dan penerimaan e-dompet di kalangan remaja dan pelajar universiti, tanpa menyiasat pemboleh ubah pada aplikasi mudah alih iaitu prestasi, usaha, pemudahcara, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan, yang mampu memberi kesan ke atas penerimaan dan penggunaan aplikasi e-dompet di peruncit.

Terdapat 2 kategori pengguna yang boleh memanfaatkan atau menggunakan sistem pembayaran e-dompet, iaitu pelanggan dan pemilik premis atau mesin jualan layan diri yang menerima pembayaran menggunakan e-dompet.

Kajian ini bertujuan untuk menyiasat tahap penerimaan pengguna berkaitan penggunaan e-dompet untuk pembayaran produk di dalam industri peruncitan dari perspektif pelajar dan kakitangan universiti di bandar dan luar bandar mengikut kategori 6 pemboleh ubah.

Berdasarkan sorotan kajian juga, kebanyakan penyelidik menggunakan model TAM untuk mengkaji penerimaan pengguna terhadap pembelian atas talian, kaedah pembayaran selain daripada wang tunai dan aplikasi perbankan, menerusi aspek tanggapan kebergunaan (PU), tanggapan mudah guna (PEU), sikap (ATU) dan hasrat bertingkah laku (BIU).

Manakala kajian ini memfokuskan kepada aspek prestasi, usaha, pemudahcara, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan sebagai pemboleh ubah tidak bersandar daripada UTAUT, dan niat untuk menggunakan sebagai pemboleh ubah bersandar. Kajian ini dijangka menawarkan sumbangan teori dan mengisi jurang dalam literatur sedia ada dengan memperluaskan model UTAUT untuk menggabungkan keselamatan dan kebolehpercayaan untuk menjadikannya lebih realistik.

2.4 Kerangka Teori

Pelbagai model teori telah dibangunkan untuk memahami penentu tingkah laku pengguna akhir terhadap teknologi maklumat yang merangkumi TAM, Teori

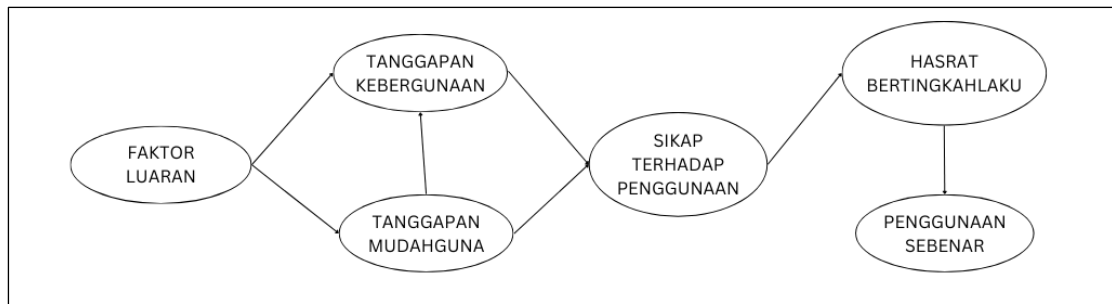
Tingkah laku Terancang - Model Penerimaan Teknologi (*Theory of Planned Behaviour* - *Technology Acceptance Model* (TPB-TAM)), Model Motivasi (*Motivation Model* (MM)), Model Penggunaan PC (*PC Utilization Model* (MPCU)), Teori Inovasi Difusi (*Diffusion of Innovation Theory* (DIT)), Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory* (SCT)), Teori Tingkah Laku Bersebab (*Theory of Reasoned Action* (TRA)) dan UTAUT.

Model UTAUT yang dibangunkan oleh Venkatesh et al. (2003) adalah berdasarkan kelapan-lapan teori yang dinyatakan di atas. Beliau telah mengintegrasikan kelapan-lapan teori dan model kepada empat konstruk bagi niat untuk menggunakan dan penggunaan tingkah laku serta empat moderator.

Kajian literatur tertumpu kepada dua model penerimaan pengguna yang terkenal iaitu TAM & UTAUT yang menyokong pembangunan rangka kerja teori kajian ini. Model-model ini dinilai berdasarkan tahap kesederhanaan dan tahap penjelasan mereka tentang tingkah laku (Taylor & Todd, 1995). Oleh yang demikian, penyelidikan ini bertujuan untuk menilai pemboleh ubah yang menyumbang kepada ramalan kefahaman terhadap fenomena serta menawarkan penyelesaian yang praktikal.

2.4.1 Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Bahagian ini mengkaji teori dan model berkaitan penerimaan pengguna terhadap teknologi maklumat dan membincangkan secara khusus tentang TAM, kajian yang dilakukan menggunakan TAM dan pemboleh ubah yang terdiri daripada model ini.



Rajah 2.1. Model Penerimaan Teknologi

Kaedah merungkaikan persoalan-persoalan di atas akan menggunakan TAM, di mana secara asasnya terdiri daripada dua asas, pertama; tanggapan kebergunaan untuk membangunkan kemudahan penggunaan dan kedua; tanggapan mudah guna untuk input penggunaan.

Tanggapan kebergunaan merujuk kepada pengguna percaya dengan menggunakan teknologi atau sistem tersebut akan meningkatkan prestasi kerja. Manakala tanggapan mudah guna pula merujuk kepada pengguna percaya bahawa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Davis, 1989).

Seterusnya model asas ini perlu dikembangkan lagi dengan memasukkan faktor luaran yang sesuai dengan kajian yang dilakukan bagi mengukuhkan dapatan (Sternad & Bobek, 2013).

Di antara teori dan model ini, Model Penerimaan Teknologi (TAM) dianggap sebagai teori yang paling banyak diterima di kalangan penyelidikan sistem maklumat untuk mengkaji tingkah laku penerimaan sistem pengguna (Liu et al., 2005) berdasarkan kepada 6 faktor berikut: faktor mudah guna, kesan, faedah, keselamatan, persepsi dan

kecekapan.

Sebagai rumusan, terdapat 6 faktor penggunaan e-dompet berdasarkan model kajian, iaitu:

1. Faktor mudah guna
2. Faktor kesan
3. Faktor keselamatan dan kesihatan
4. Faktor faedah
5. Faktor persepsi
6. Faktor kecekapan

Faktor mudah guna merujuk kepada sejauh mana individu merasakan bahawa penggunaan suatu sistem tertentu mudah difahami dan tidak sukar untuk dipelajari (Davis 1989). Dalam konteks pembayaran mesin layan diri, dapat disimpulkan bahawa faktor yang membawa kepada mudah guna ini bermakna individu tidak memerlukan banyak usaha sama ada dari segi masa dan tenaga dalam mempelajari kaedah pembayaran. Davis juga menyatakan bahawa faktor kesan adalah merujuk kepada sejauh mana individu itu percaya bahawa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerja individu tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut, dimensi kemanfaatan dapat dilihat dari segi meningkatkan produktiviti dan menjadikan proses lebih efektif, boleh menyimpan rekod dan kawalan sepenuhnya.

Penggunaan teknologi terkini untuk etika pembayaran, dan taraf keselamatan yang

dipertingkatkan boleh membantu memudahkan penggunaan kaedah pembayaran elektronik dan memajukan segmen pembayaran mudah alih di samping meraih kepercayaan daripada pengguna, kerana Selvanathan et al. (2016) berpendapat bahawa, kepercayaan telah lama dianggap sebagai faktor dominan dalam interaksi pembeli dan penjual. Pasca pandemik COVID-19 yang menimbulkan bencana kesihatan dan ekonomik yang teruk, pembayaran tanpa sentuhan sudah mulai diterima ramai dan banyak operator mesin jualan layan diri sudah mulai mengasimilasikan mesin jualan mereka dengan kaedah pembayaran ini. Hal ini disebabkan oleh para operator dan pengeluar cuba mengurangkan sentuhan di permukaan mesin dan sekali gus merebakkan jangkauan virus, manakala pengguna pula takut untuk menyentuh sembarangan permukaan, termasuk mesin jualan layan diri.

Faktor faedah pula di mana langgan juga berpeluang menerima beberapa insentif menarik daripada operator e-dompet seperti bayaran balik (*cashback*), poin atau *coin* bagi setiap pembelian dan diskaun.

Faktor persepsi didorong oleh faktor dalaman (personaliti, motivasi) dan luaran (kontras, pengulangan). Organisasi persepsi merangkumi faktor yang mempengaruhi cara seseorang menghubungkan persepsi ke dalam keseluruhan atau corak.

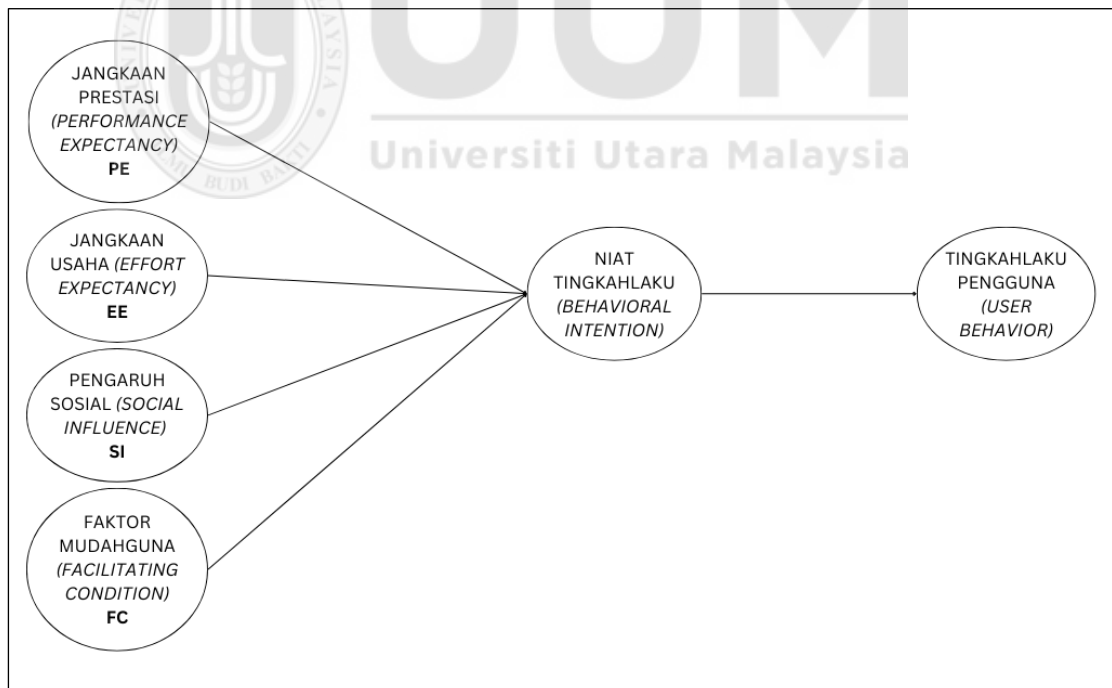
Dan terakhir, faktor kecekapan adalah kolaborasi pintar pendigitalan dalam meningkatkan keberkesanan kolektif, tujuan dan kuasa kejayaan dengan mereka bentuk dan menggunakan aplikasi digital dengan cara yang mengoptimumkan keberkesanannya dalam interaksi.

2.4.2 Teori Bersepadu Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi (UTAUT)

UTAUT adalah model bersepadu yang digunakan untuk mengenal pasti penerimaan pengguna terhadap teknologi. Bacaan kajian lepas mendapati terdapat banyak kajian penerimaan yang mengaplikasikan model UTAUT dalam pelbagai bidang.

UTAUT memberi tumpuan kepada empat penentu langsung utama iaitu jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial, dan faktor mudah guna ke atas pemboleh ubah bersandar niat untuk menggunakan dan tingkah laku penggunaan.

Rajah 2.2 di bawah menunjukkan model UTAUT yang akan digunakan di dalam kajian ini.



Rajah 2.2. Model UTAUT

2.5 Justifikasi Konstruk Pada Model UTAUT Sebagai Kerangka Konsep Kajian

Melalui kajian Attuquayefio & Addo (2014), model UTAUT telah diaplikasikan dalam pelbagai bidang iaitu telekomunikasi, kesihatan, perbankan dan pendidikan. Sebanyak 70 peratus varian bagi niat untuk menggunakan boleh dijelaskan menggunakan model UTAUT ini.

Dari model yang dicadangkan, jelas bahawa UTAUT adalah model penyelidikan kontemporari yang agak baru dan mapan untuk pengkajian penggunaan teknologi maklumat dan telekomunikasi, terutama untuk mengkaji penggunaan e-dompet di kalangan para pelajar dan kakitangan universiti.

Kajian ini menggunakan model UTAUT kerana model tersebut telah melalui ujian empirikal, di mana ia terbukti komprehensif dan secara relatifnya lebih baik berbanding model lain (Venkatesh et al., 2003). UTAUT juga dilihat sebagai model amalan terbaik untuk mengukur penerimaan pengguna yang lebih sesuai untuk pengguna berbanding organisasi. Oleh itu, adalah lebih sesuai untuk memahami kajian yang kebanyakannya dipengaruhi oleh faktor manusia (Kiwanuka, 2015).

Tambahan lagi, sedari awal, UTAUT telah menjadi model penanda aras dan telah digunakan untuk pelbagai kajian teknologi dalam konteks organisasi dan bukan organisasi (individu). Model ini telah disesuaikan dan diterima pakai dalam banyak tetapan yang berbeza. Merujuk kepada Venkatesh lagi, model UTAUT diadaptasi sebagai garis panduan dalam mengenal pasti faktor utama yang mempengaruhi penerimaan e-dompet ke arah masyarakat tanpa tunai di Malaysia.

Model kajian yang dicadangkan terdiri daripada tujuh konstruk, yang dibina daripada model asal UTAUT, iaitu; jangkaan prestasi (*performance expectancy*), jangkaan usaha (*effort expectancy*), faktor mudah guna (*facilitating conditions*), pengaruh sosial (*social influence*), keselamatan (*security*), kebolehpercayaan (*trust*) dan terakhir, niat untuk menggunakan (*intention to use*).

2.5.1 Konstruk Jangkaan Prestasi

Selanjutnya, Venkatesh menyatakan bahawa jangkaan prestasi sebagai pemboleh ubah dalam model UTAUT merujuk kepada tahap di mana individu menganggap bahawa menggunakan sistem dan aplikasi akan membantu dalam mencapai keuntungan dalam prestasi kerja (dan transaksi). Jangkaan prestasi diandaikan dari aspek prestasi aplikasi e-dompet dari segi meningkatkan produktiviti peruncit, manakala pengguna pula mendapat akses mudah kepada dompet mereka dan transaksi, kepantasan serta objektif penggunaan.

2.5.2 Konstruk Jangkaan Usaha

Seterusnya, Venkatesh menyatakan pula bahawa jangkaan usaha adalah merupakan tahap kemudahan menggunakan sesuatu sistem, dan kemudiannya dikembangkan sebagai tahap kemudahan menggunakan sesuatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Maksud mudah adalah, sejauh mana mudahnya menggunakan aplikasi dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan, yang mana dalam kajian ini dilihat sejauh mana mudahnya menggunakan e-dompet dalam mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakannya dalam urusan seharian mereka.

2.5.3 Konstruk Mudah Guna

Faktor mudah guna merujuk kepada tahap di mana seseorang percaya bahawa infrastruktur organisasi dan teknikal sedia ada dapat menyokong penggunaan teknologi (Chan et al., 2010). Faktor mudah guna juga adalah berkaitan dengan ketersediaan sumber dan sokongan yang mencukupi untuk individu menerima dan menggunakan sesuatu teknologi (Neslin & Shankar, 2009). Kekurangan bantuan, kekurangan sokongan yang tepat pada masanya, maklumat yang tidak lengkap dan sumber yang terhad boleh menghalang individu daripada menerima teknologi berasaskan web (Kamaghe et al., 2020). Venkatesh di dalam kajiannya menyatakan bahawa keadaan yang memudahkan tidak menjejaskan niat untuk menggunakan, tetapi mempengaruhi tingkah laku penggunaan. Jelaslah, faktor mudah guna adalah dengan terang sebagai salah satu aspek di dalam kajian ini.

2.5.4 Konstruk Pengaruh Sosial

Menurut Venkatesh lagi, pengaruh sosial ditakrifkan sebagai tahap di mana individu menganggap bahawa orang sekeliling yang berpengaruh (seperti saudara, rakan sebaya dan selebriti/ pempengaruh media sosial (*influencer*)) percaya bahawa dirinya harus menggunakan sesuatu sistem baru. Merujuk kepada Di Pietro et al. (2012), rujukan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dipengaruhi oleh kumpulan, yang seterusnya memainkan peranan utama dalam penggunaan teknologi komunikasi. Bagi kajian ini, pengaruh sosial seseorang ditentukan oleh persepsinya bahawa rujukan sosial yang menonjol berpendapat dia patut atau tidak patut melakukan tingkah laku tertentu (Ajzen & Fishbein, 1980). Kajian ini menganggap bahawa kebanyakan pengguna cenderung memacu keputusan mereka bergantung pada cadangan dan pandangan orang lain. Oleh itu pengaruh sosial harus juga memainkan peranan yang penting.

2.5.5 Konstruk Niat Untuk Menggunakan

Konstruk ke-5 adalah niat untuk menggunakan, pemboleh ubah yang merujuk kepada tahap niat seseorang untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012; Budu et al., 2018). Tingkah laku yang dimaksudkan adalah berkait rapat dengan tingkah laku sebenar, yang mempunyai nilai diagnostik. Hasil kajian lepas menunjukkan bahawa kekerapan penggunaan teknologi mengurangkan kesan niat untuk menggunakan terhadap penggunaan teknologi pada masa hadapan (Al-Rahmi et al., 2019). Niat untuk menggunakan mempunyai tiga petunjuk (Venkatesh et al., 2012), iaitu pertama, niat yang menerangkan rancangan untuk terus menggunakan e-dompet pada masa hadapan; faktor kedua pula, adalah tabiat yang menceritakan tentang penggunaan aplikasi e-dompet dalam kehidupan seharian; dan ketiga, minat penggunaan yang menerangkan kecenderungan untuk terus menggunakan aplikasi e-dompet sekerap mungkin pada masa akan datang. Oleh itu, niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet adalah petunjuk penting bagi pihak operator e-dompet untuk memahami sama ada pelanggan akan kekal menggunakan e-dompet atau tidak.

2.5.6 Penambahan Konstruk Pada Model UTAUT Sebagai Kerangka Konsep

Kajian & Justifikasi

Untuk tujuan penyelidikan ini, terdapat tambahan dua konstruk daripada model asal UTAUT, iaitu konstruk keselamatan dan kebolehpercayaan.

2.5.7 Konstruk Keselamatan

Konstruk keselamatan menggambarkan bahawa pengguna berkemungkinan akan mengguna pakai sesuatu aplikasi teknologi mudah alih melibatkan kewangan dan perbankan jika mereka mendapat jaminan berkaitan keselamatan transaksi, mereka

mendapat prestasi yang diharapkan dan sistem ini mesra pengguna iaitu mudah digunakan. Oleh itu, untuk menjadikan e-dompot sebagai bahagian penting dalam kehidupan seharian dan kaedah pengendalian dan pembelian yang diutamakan, operator e-dompot perlu memberi tumpuan kepada meminimumkan risiko yang berkaitan dengan sistem dan meningkatkan keselamatan dan privasi aplikasi dan pelanggan mereka (Park et al., 2007).

Risiko berkaitan aplikasi kewangan, dalam bentuk kebimbangan keselamatan pengguna apabila menggunakan produk, merupakan faktor penting dalam kedua-dua niat untuk menggunakan dan tingkah laku penggunaan, terutamanya dalam kes sistem yang menyimpan data kewangan. Menurut Hubert et al. (2019), pengguna berkemungkinan bimbang bukan sahaja berkenaan kehilangan kawalan ke atas maklumat peribadi atau mengenai pihak ketiga yang dapat mengakses sistem, tetapi juga berkenaan kesilapan sistem (*glitch*) dan tidak berfungsi seperti yang diharapkan. Akibatnya, kebimbangan keselamatan memainkan peranan besar dalam kaedah pengguna bertindak terhadap sistem yang menyimpan data kewangan.

Teori risiko yang dihasilkan oleh Cox & Rich (1964) yang berpendapat bahawa pengguna harus mempertimbangkan kesan yang dirasakan akibat terjadi perkara yang tidak diingini dan kebarangkalian yang dirasakan secara subjektif akibat yang tidak diingini. Ini disokong oleh Chao & Lin (2009), terutamanya dalam situasi di mana keselamatan data menjadi kebimbangan. Pengguna juga sering bimbang berkaitan maklumat mereka mungkin dijual dan seterusnya digodam. Berdasarkan kajian tersebut, penggunaan yang dimaksudkan adalah lebih baik jika pengguna percaya bahawa maklumat diri dan kewangan mereka diproses dan disimpan dengan selamat.

Merujuk kepada kajian oleh Curran & Meuter (2005) pula, mereka menyatakan bahawa niat untuk menggunakan lebih diutamakan daripada sikap untuk menggunakan. Risiko digunakan untuk menunjukkan kemungkinan bahawa tindakan tertentu mungkin mempunyai kesan negatif, bahaya yang ditimbulkan kepada pengguna, dan keterukan akibat tersebut (Cunningham, 1967). Di dalam kajian beliau, Cunningham telah membahagikan kesedaran risiko kepada enam dimensi: prestasi, kewangan, peluang/masa, keselamatan/privasi, sosial, dan kerugian psikologi. Ketika pengguna membuat pembelian dan melakukan transaksi, pengguna berusaha untuk mengurangkan bahaya kerugian jangka pendek, jangka panjang, sosial dan psikologi (Peter & Tarpey, 1975).

Murray (1991) juga pernah merujuk kepada konteks perkhidmatan. Pengguna akan mengumpulkan seberapa banyak maklumat yang dapat mereka kumpulkan untuk mengurangkan kemungkinan kesan yang tidak baik daripada penggunaan sistem tersebut dan apabila perlu, majoriti pengguna bergantung kepada pengalaman mereka sendiri. Secara keseluruhannya, Curran & Meuter (2005) membina kesimpulan bahawa ia bergantung kepada teknologi sama ada risiko yang dirasakan adalah faktor yang mempunyai pengaruh besar untuk teknologi berkaitan kewangan dan perbankan.

Merujuk kepada penyelidikan oleh Eastin (2002) yang menunjukkan bagaimana keseimbangan keselamatan pengguna juga mempengaruhi dengan ketara sama ada mereka menerima pakai perkhidmatan e-dagang seperti membeli-belah dalam talian, perbankan, kemudahan dan perkhidmatan internet. Dapatan kajian juga mendedahkan variasi berdasarkan saluran e-dagang yang diambil kira. Oleh itu, dalam aspek perbankan dalam talian dan pelaburan, pengaruh negatif yang besar boleh dinilai.

Kajian berkenaan penerimaan kad kredit telefon pintar yang menggunakan teknologi NFC dilakukan oleh Ooi & Tan (2016) dan Cheong et al. (2014) menunjukkan bahawa sikap tentang penggunaan perkhidmatan mudah alih dipengaruhi dengan ketara oleh risiko yang dirasakan. Menurut penemuan dari Tan et al. (2014), penggunaan yang dimaksudkan tidak terjejas dengan ketara oleh bahaya yang dirasakan. Halangan utama kepada pengenalan saluran elektronik dan transaksi dalam talian, menurut Dimitriadis & Kyrezis (2010), ialah kepentingan perlindungan dan keselamatan data yang semakin meningkat untuk pelanggan. Penemuan kajian tersebut, walau bagaimanapun, tidak menunjukkan sebarang kesan ketara dari persepsi perlindungan data atau keselamatan transaksi terhadap niat pengguna untuk menggunakan transaksi perbankan melalui telefon atau dalam talian.

Perkara lain yang mesti dipertimbangkan dalam konteks ini ialah paradoks pemberibadian privasi (Aguirre et al., 2015). Pelanggan terpaksa menimbang tahap keselamatan mereka terhadap manipulasi data dan maklumat peribadi seperti tawaran dan cadangan yang disesuaikan. Sebagai tambahan kepada kebimbangan kehilangan data peribadi seseorang, halangan lain ialah, bergantung pada tahap kecerdasan, pengguna cenderung untuk lebih berhati-hati terhadap perkara yang melibatkan transaksi perbankan dan kewangan (Davenport & Kirby, 2016).

Pengguna kurang skeptikal tentang mengautomasikan operasi rutin atau berasaskan peraturan. Walau bagaimanapun, ramai pengguna mengambil serius tentang aplikasi yang memerlukan kesedaran secara konteks, sejenis kecerdasan yang memerlukan pembelajaran mesin dan algoritma yang melangkaui pengaturcaraan awal.

Walau bagaimanapun, keselamatan (*safety and security*) adalah penting, terutamanya apabila memperkenalkan barangan dan perkhidmatan yang menggunakan teknologi termaju yang selalunya baharu kepada pengguna. Pemprosesan data amat penting untuk urusan niaga kewangan, oleh itu kebimbangan keselamatan yang berisiko tinggi mungkin menjadi penghalang besar kepada niat untuk menggunakan.

2.5.8 Konstruk Kebolehpercayaan

Sesetengah sarjana bersetuju bahawa risiko memainkan peranan pengantara dalam hubungan antara kelakuan dan kepercayaan (Gefen et al., 2003). Dalam persekitaran perniagaan kepada pengguna, misalnya, Pavlou & Gefen (2004) pula mendapati bahawa kepercayaan pembeli dapat mengurangkan risiko yang dilihat, yang seterusnya mengurangkan kecenderungan mereka untuk berurusan.

Nicolaou & McKnight (2006) juga mendapati bahawa kepercayaan mempunyai kesan negatif terhadap risiko yang dirasakan, yang seterusnya memberi kesan negatif ke atas niat untuk menggunakan dalam persekitaran perniagaan ke perniagaan.

Schaupp et al. (2010) mendapati bahawa kepercayaan terhadap *e-filer* mempunyai kesan negatif terhadap risiko yang dirasakan, yang seterusnya memberi kesan negatif terhadap niat untuk menggunakan,. Merujuk kepada McLeod et al. (2009) pula, hubungan antara kepercayaan dan niat untuk menggunakan dapat dikurangkan jika pengguna merasakan terdapat risiko yang perlu dipertimbangkan.

Lui & Jamieson (2003) di dalam penyelidikan mereka telah menunjukkan di dalam ujian menggunakan TAM bahawa kepercayaan mempunyai kesan negatif terhadap

risiko yang dirasakan, yang seterusnya memberi kesan negatif ke atas niat untuk menggunakan. Penyelidik juga telah menemui dalam kajian TAM bahawa jangkaan prestasi berkaitan dengan kebergunaan yang dirasakan dan jangkaan usaha berkaitan dengan kebolegunaan yang dirasakan (Venkatesh et al., 2003). Tanpa mengira jenis model tertentu, telah ditunjukkan bahawa kepercayaan secara langsung mempengaruhi niat untuk menggunakan (Nicolaou & McKnight, 2006).

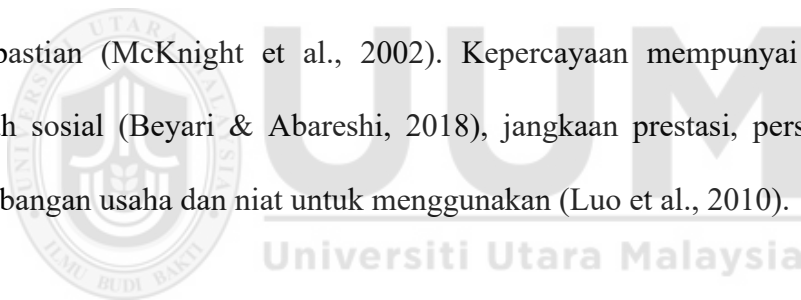
Jenayah internet yang semakin berleluasa seperti penggodaman dan *scammer*, menjadikan faktor kepercayaan menjadi sangat penting dalam menggunakan sebarang aplikasi berkaitan kewangan, kerana kepercayaan boleh meningkatkan kadar penggunaan pelanggan. Amanah adalah asas kepada perniagaan. Transaksi perniagaan antara dua atau lebih pihak akan berlaku jika masing-masing saling mempercayai antara satu sama lain dan bersikap amanah.

Pada mulanya kepercayaan dikaji secara meluas dari disiplin psikologi, kerana ini berkaitan dengan sikap seseorang. Dalam perkembangannya, amanah menjadi kajian pelbagai disiplin. Manakala merujuk kepada Mayer et al. (1995), terdapat tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain iaitu kebolehan, kebajikan, dan amanah. Manakala menurut Mukherjee & Nath (2003) dimensi kepercayaan terdiri daripada risiko yang ditanggapi. Persepsi risiko ini timbul kerana sebarang transaksi kewangan melibatkan kepercayaan.

Mengambil contoh industri perbankan dalam talian, di mana bank dan pelanggan adalah berasingan, hubungan fizikal sangat sukar untuk dipantau dan undang-undang siber masih tidak jelas. Akibatnya, semakin tinggi risiko persepsi pelanggan akan

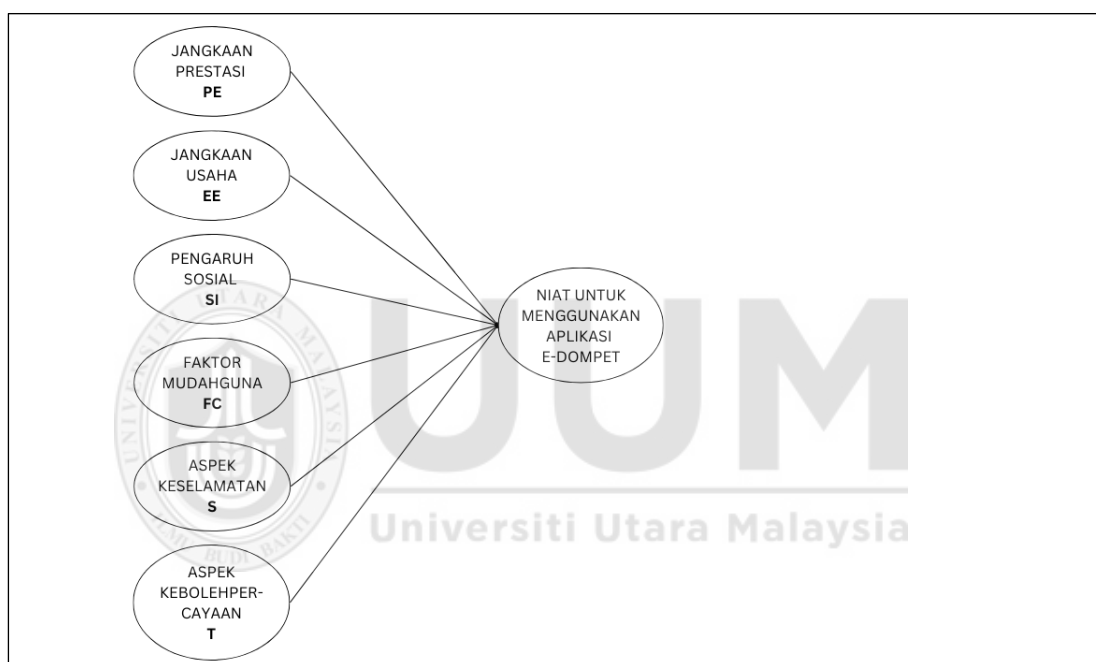
menjejaskan tahap kepercayaan terhadap perbankan dalam talian dan sistem.

Faktor kedua ialah orientasi teknologi. Orientasi penggunaan pengguna terhadap aplikasi elektronik dan internet sering mewakili kepercayaan mereka terhadap aplikasi berkaitan kewangan. Reputasi ialah kualiti keseluruhan yang boleh dilihat atau dinilai oleh masyarakat. Ukuran yang digunakan untuk menilai kepercayaan dalam penyelidikan merujuk kepada kebolehan, kebajikan dan amanah seperti yang dicadangkan oleh (Mayer et al., 1995). Featherman & Pavlou (2003) menunjukkan bahawa kepercayaan merupakan faktor penting dalam menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi. Manakala amanah mempunyai kesan ke atas niat untuk menggunakan perkhidmatan dalam talian, kerana peranannya dalam mengurangkan ketidakpastian (McKnight et al., 2002). Kepercayaan mempunyai kesan ke atas pengaruh sosial (Beyari & Abareshi, 2018), jangkaan prestasi, persepsi risiko dan pengembangan usaha dan niat untuk menggunakan (Luo et al., 2010).



2.6 Kerangka Konsep Dan Konstruk Pengoperasian

Jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna dan pengaruh sosial diadaptasi dari Venkatesh et al. (2003), manakala keselamatan di adaptasi dari Yousafzai et al. (2010), dan kebolehppercayaan pula dari Aboobucker et al. (2018). Kerangka konsep penyelidikan tersebut merupakan kerangka teori, dan digunakan untuk membina hipotesis.



Rajah 2.3. Model penyelidikan

2.7 Pembinaan Hipotesis Alternatif

Untuk skop jangkaan prestasi dan niat untuk menggunakan e-dompet, jika pengguna merasakan penggunaan e-dompet mampu membantu mempercepatkan transaksi, meningkatkan prestasi transaksi, meningkatkan produktiviti dan meningkatkan keberkesanan transaksi, maka hipotesis H1 yang dijana adalah :

H1 : Terdapat kaitan antara jangkaan prestasi dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet

Manakala untuk skop jangkaan usaha dan niat untuk menggunakan e-dompet pula, jika pengguna merasakan mudah untuk belajar dan mengendalikan aplikasi e-dompet, mudah difahami, fleksibel dan tidak memerlukan banyak sumber untuk memahami, maka hipotesis H2 yang dijana adalah :

H2 : Terdapat kaitan antara jangkaan usaha dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet

Seterusnya bagi skop faktor mudah guna dan niat untuk menggunakan e-dompet, jika pengguna mempunyai kawalan penuh terhadap aplikasi, mempunyai sumber, panduan mencukupi dan memahami arahan khusus untuk menjalankan aplikasi, disokong oleh khidmat sokongan pelanggan yang mencukupi, maka hipotesis H3 yang dijana adalah :

H3 : Terdapat kaitan antara faktor mudah guna dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet

Bagi skop pengaruh sosial dan niat untuk menggunakan e-dompet pula, jika pengguna merasakan mereka dipengaruhi oleh sekumpulan pengguna lain yang terdiri daripada orang yang mampu mempengaruhi, orang yang penting, rakan, organisasi dan orang sekeliling serta penggunaan e-dompet mampu meningkatkan status pengguna, maka hipotesis H4 yang dijana adalah :

H4 : Terdapat kaitan antara pengaruh sosial dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet

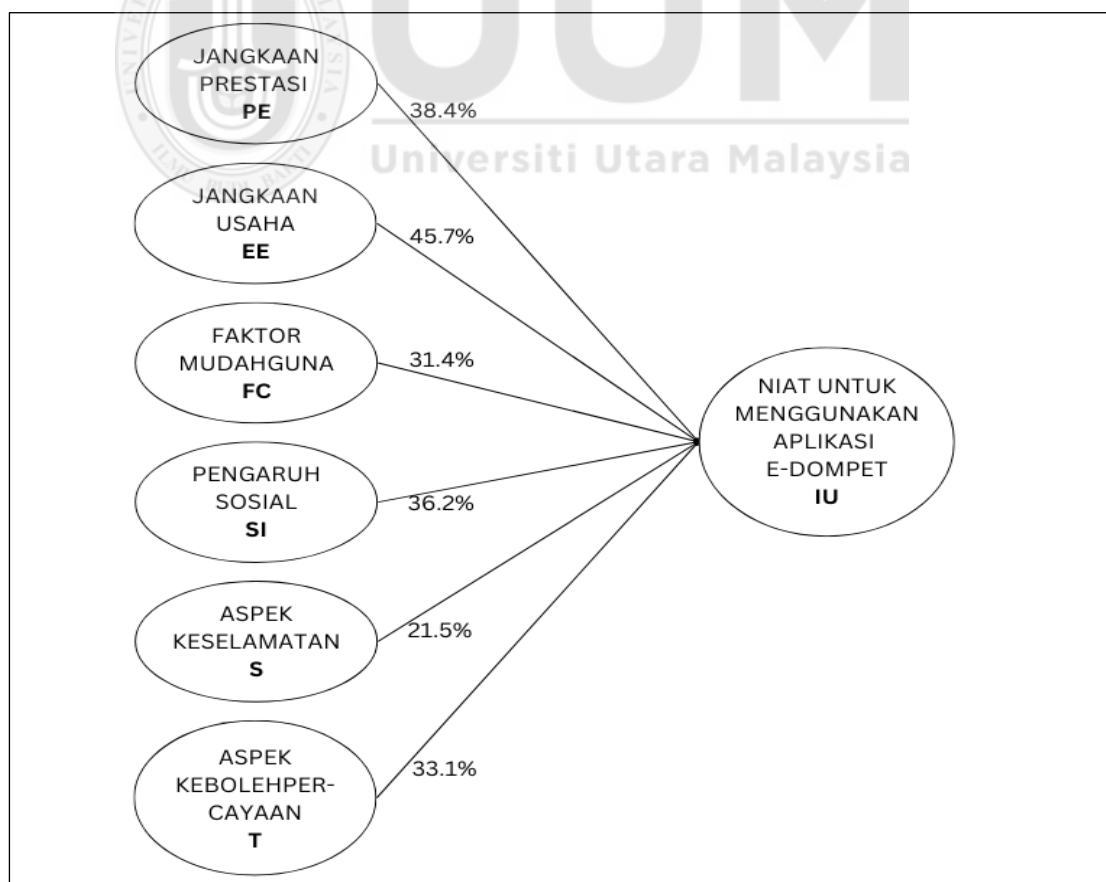
Manakala bagi skop keselamatan dan niat untuk menggunakan e-dompet pula, jika pengguna merasakan dipengaruhi oleh aspek jaminan keselamatan mencukupi dan

kemajuan dalam teknologi memberikan perlindungan yang mencukupi, maka hipotesis H5 yang dijanakan adalah :

H5 : Terdapat kaitan antara keselamatan dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet

Bagi skop kebolehpercayaan dan niat untuk menggunakan e-dompet, jika pengguna merasakan bahawa aplikasi dan operator e-dompet boleh dipercayai, menepati janji dan komitmen serta mendapat faedah yang signifikan, maka hipotesis H6 yang dijanakan adalah :

H6 : Terdapat kaitan antara kebolehpercayaan dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet



Rajah 2.4. Kerangka konsep dan hipotesis

2.8 Kesimpulan Bab Dua

Bab ini membicarakan konsep berkenaan faktor penentu tingkah laku penggunaan aplikasi e-dompet. Berdasarkan perbincangan, model UTAUT dilihat sesuai dalam membicarakan faktor penentu niat untuk menggunakan. Kemudian, hipotesis kajian juga dibincangkan. Faktor seperti jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan dianggap adalah penentu kepada niat untuk menggunakan. Bab seterusnya akan membicarakan berkenaan metodologi, reka bentuk, dan pelaksanaan yang akan digunakan untuk memberi pemahaman yang jelas dalam menentukan faktor penerimaan.



BAB TIGA

METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Kajian ini menggunakan analisis deskriptif. Bab ini merangkumi metodologi yang diterima serta model kajian yang dilaksanakan secara literal semasa analisis data yang di kumpul oleh penyelidik.

Turut dibincangkan secara terperinci, adalah alat untuk pengumpulan data, ujian kebolehpercayaan soal selidik, data demografi peserta penyelidikan dan kemudian keputusan ujian berkenaan dengan kebolehpercayaan.

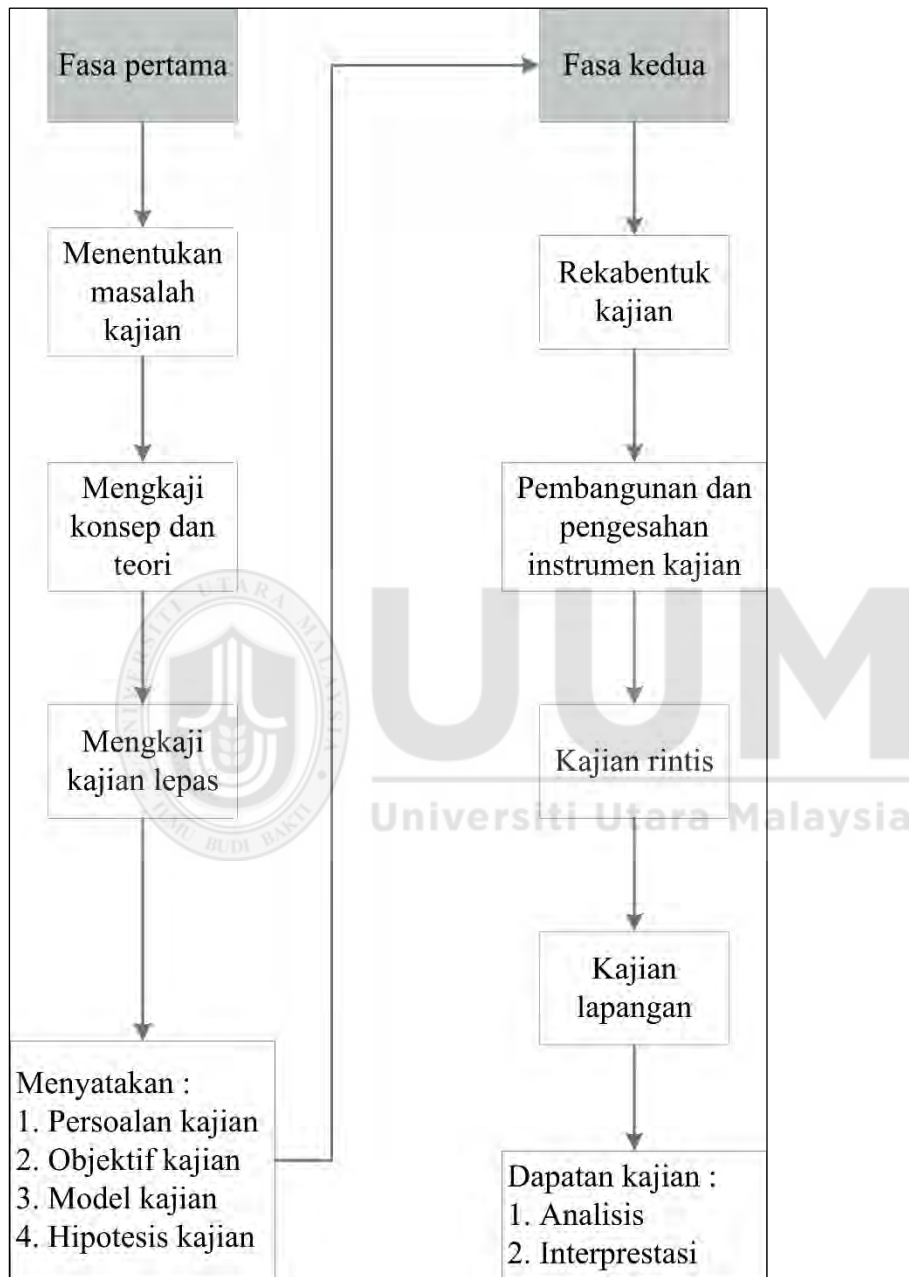
3.2 Metodologi Kajian

Bagi mengesahkan hipotesis kajian, penyelidikan ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Merujuk kepada Hennessy & Patterson (2011), kaedah kuantitatif dapat memberikan bukti statistik dalam menyokong hipotesis. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif juga dapat menunjukkan kebolehpercayaan dan kesahan bagi setiap konstruk (Gefen et al., 2003). Selain itu, menurut Easterby-Smith et al. (2021), kebanyakan proses pengumpulan data dalam penyelidikan kuantitatif diperolehi dengan kaedah soal selidik. Pandangan Fowler (2013) pula, penggunaan soal selidik yang utama adalah dengan meminta responden untuk menjawab satu set soalan dan kemudian, segala jawapan yang diberikan oleh responden akan dianalisis.

3.3 Proses Kajian

Proses kajian melibatkan proses seperti pengumpulan data, mengenal pasti tujuan kajian, merumuskan hipotesis, mengumpul analisis, menilai data dan menjana

kesimpulan dalam menentukan sama ada hipotesis yang dicadangkan dapat dibuktikan atau tidak (Sekaran, 2022).



Rajah 3.1. Proses kajian

Proses penyelidikan terbahagi kepada dua fasa iaitu fasa pertama dimulakan dengan mengenal pasti apakah masalah kajian. Permasalahan kajian ini dapat dikenal pasti

melalui sorotan kajian, di mana kajian ini berkaitan dengan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Berdasarkan analisis kajian, didapati pemahaman yang lebih mendalam perlu dalam mengenal pasti faktor-faktor yang menentukan niat untuk menggunakan.

Berdasarkan kajian lepas, perhatian diberikan kepada dua isu iaitu pertama untuk mengenal pasti teori yang sering digunakan untuk mengkaji niat untuk menggunakan sesebuah aplikasi kewangan, dan kedua; untuk mengenal pasti faktor penentu yang mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi kewangan, di dalam konteks kajian ini, aplikasi e-dompet. Kemudian persoalan kajian, objektif kajian, model kajian dan hipotesis kajian dibentuk.

Seterusnya, pada fasa ke dua, reka bentuk kajian dibangunkan. Reka bentuk kajian ini dibangunkan dengan mengambil kira enam perkara asas seperti yang disarankan oleh Sekaran, iaitu pertama tujuan kajian, diikuti dengan jenis kajian, gangguan kajian, penetapan kajian, teknik analisis data dan akhir sekali, masa. Seterusnya, instrumen kajian dibangunkan dengan mengadaptasi item ukuran yang digunakan dalam kajian lepas. Perkara-perkara ini akan diubah supaya sesuai dengan konteks kajian ini.

Selanjutnya, penyelidik melakukan pengujian untuk menentukan kesahan dan kebolehpercayaan instrumen. Kesahan akan memfokuskan pada kesahan kandungan dan *face validity*. Kesahan kandungan telah dilakukan oleh pakar dalam bidang masing-masing iaitu pensyarah UUM dan usahawan yang menerima pembayaran medium e-dompet. Pakar-pakar dari bidang masing-masing ini telah melihat isu-isu seperti format, pemahaman soalan, masa yang diambil untuk menjawab soalan, dan kandungan soalan

(Lewis et al., 2005).

Kemudian, penyelidik melakukan kajian rintis untuk menguji keupayaan instrumen kajian dari sudut kesahan dan kebolehpercayaan. Kajian rintis ini dilakukan ke atas sub-populasi responden yang mempunyai latar belakang yang sama atau hampir sama dengan responden kajian akhir. Bilangan responden untuk kajian rintis adalah seramai 10 orang, bersesuaian dengan pandangan daripada Fink (2003), Lewis et al. (2021) dan Hertzog (2008). Kajian rintis ini dilakukan dengan mengikut prosedur fasa pengumpulan data sebenar dan meminta mereka memberi maklum balas.

Proses pengumpulan data bermula setelah kesahan dan kebolehpercayaan instrumen jelas dan tiada kesilapan. Kajian lapangan telah dilakukan ke atas warga UKM dan UUM. Soal selidik ini telah diubah suai daripada dapatan kajian lepas. Selepas soal selidik dilengkapi, dapatan kajian ini dianalisis secara deskriptif untuk menilai model pengukuran dan berstruktur. Proses penyelidikan ini diakhiri dengan tafsiran berdasarkan analisis dapatan kajian.

3.4 Pemboleh ubah Kajian

3.4.1 Pemboleh ubah Tidak Bersandar

Senarai pemboleh ubah tidak bersandar yang digunakan untuk menghasilkan hipotesis pula adalah jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna, pengaruh sosial, taraf keselamatan dan tahap kebolehpercayaan.

3.4.2 Pemboleh ubah Bersandar

Pemboleh ubah bersandar adalah niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Untuk mengkaji penerimaan perbankan internet, Cheng et al. (2006) menunjukkan bahawa secara teorinya boleh diterima untuk menggunakan niat untuk dijadikan sebagai pemboleh ubah bersandar. Apabila menerangkan cara pengguna melakukan sebarang transaksi menggunakan aplikasi perbankan, banyak penyelidikan sama ada dalam e-dagang, m-dagang, perbankan internet dan perbankan mudah alih menyatakan niat untuk menggunakan sebagai pemboleh ubah bersandar dan bukannya penggunaan sebenar (Chiu et al., 2017).

Hassanzadeh et al. (2012) pula mengklasifikasikan niat untuk menggunakan sebagai tingkah laku. Kajian beliau juga telah mengkaji hubungan kontekstual antara niat untuk menggunakan dan penggunaan sebenar pembelajaran mudah alih atau e-pembelajaran dalam domain kebolehterimaan. Seterusnya, kajian tersebut menyatakan bahawa niat untuk menggunakan secara positif mempengaruhi penggunaan sebenar. Sebagai kesimpulan, terdapat perkaitan yang kuat antara niat untuk menggunakan dan penggunaan sebenar.

Penerimaan sebenar sesuatu inovasi juga dikatakan bergantung kepada niat pelanggan untuk menggunakan inovasi tersebut (Davis, 1989). Kajian ini akan menggunakan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet sebagai pemboleh ubah bersandar.

3.5 Instrumen Pengukuran

Kesahan dan kebolehpercayaan bagi instrumen pengukuran diukur melalui pembangunan instrumen, kesahan kandungan dan kajian rintis.

3.5.1 Pembangunan Instrumen

Penilaian kajian memerlukan instrumen asas pengukuran iaitu kebolehppercayaan dan kesahan. Dalam ujian lain, analisis kebolehppercayaan akan dicapai menggunakan Cronbach Alpha. Format skala Likert digunakan untuk membolehkan responden memilih jawapan berdasarkan tahap persetujuan pelanggan, neutral atau tidak bersetuju mengikut mana-mana yang berkenaan. Mereka dikategorikan sebagai Sangat bersetuju, Setuju, Neutral, Tidak bersetuju dan Sangat tidak setuju.

Instrumen ini digunakan untuk mendapatkan pandangan mereka di kalangan pengguna yang pernah menggunakan aplikasi e-dompet di kalangan belia mewakili populasi. Populasi yang dikaji adalah terdiri daripada belia daripada warga UKM yang akan mewakili warga bandar yang dijangka pernah menggunakan aplikasi e-dompet, dan juga belia daripada warga UUM yang akan mewakili warga luar bandar yang dijangka pernah menggunakan aplikasi e-dompet. Populasi ini dikaji kerana terdapat berbagai isu dan cabaran yang timbul di kalangan lokaliti ini ketika menggunakan aplikasi e-dompet, di samping berbagai kempen dan insentif yang diberikan oleh pihak Kerajaan dan Universiti untuk menggalakkan penggunaan pembayaran tanpa tunai terutama e-dompet di kalangan belia umumnya dan warga universiti khususnya.

Jadual 3.1 menerangkan berkenaan konstruk, skala ukuran untuk setiap konstruk yang akan digunakan di dalam pembinaan borang soal selidik kajian ini, dan dari sumber mana soalan-soalan tersebut di adaptasi.

Jadual 3.1

Sumber dan skala ukuran konstruk

Konstruk	Contoh Ukuran Skala		Adaptasi Dari
Jangkaan prestasi	PE1	Menggunakan aplikasi e-dompet dalam transaksi saya membolehkan saya menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat (dari aspek kelajuan)	Davis (1989) Moore & Benbasat (1991)
	PE2	Menggunakan aplikasi e-dompet meningkatkan prestasi transaksi saya (dari aspek ketepatan pembayaran)	
	PE3	Saya mendapati aplikasi e-dompet adalah mudah untuk transaksi saya (menjadi alternatif yang praktikal kepada transaksi tunai fizikal)	
Jangkaan usaha	EE1	Mempelajari kaedah mengendalikan aplikasi e-dompet adalah mudah bagi saya	Davis (1989) Moore & Benbasat (1991)
	EE2	Mudah untuk mengendalikan aplikasi e-dompet untuk melakukan apa yang saya mahu ia lakukan	

Jadual 3.1 (sambungan)

	EE3	Mudah untuk saya menggunakan antaramuka aplikasi e-dompet untuk mengakses fungsinya.	
	EE4	Saya dapat membiasakan diri menggunakan aplikasi e-dompet dengan cepat	
	EE5	Langkah demi langkah untuk mengoperasikan aplikasi e-dompet adalah lebih mudah berbanding menggunakan pembayaran fizikal	
Faktor mudah guna	FC1	Saya mempunyai kawalan perbelanjaan yang lebih baik jika menggunakan aplikasi e-dompet	Ajzen (1991) Taylor & Todd (1995) Thompson et al.
	FC2	Saya mempunyai telefon dan sumber internet yang mencukupi yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi e-dompet	(1991)
	FC3	Saya mempunyai pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi e-dompet	

Jadual 3.1 (sambungan)

	FC4	Saya mempunyai pilihan untuk memilih pengendali perkhidmatan e-dompet	Ajzen (1991) Taylor & Todd (1995)
	FC5	Pengendali e-dompet menyediakan arahan yang mencukupi tentang cara menggunakan e-dompet mereka (pengendali yang berbeza memberikan arahan yang berbeza)	Thompson et al. (1991)
	FC6	Terdapat sokongan pelanggan untuk membantu menyelesaikan masalah dan kesulitan aplikasi e-dompet	
Pengaruh sosial	SI1	Secara umumnya, organisasi saya lebih suka kaedah pembayaran e-dompet	
	SI2	Kakitangan organisasi/pelajar yang menggunakan aplikasi e-dompet kelihatan lebih mahir berkenaan teknologi berbanding mereka yang tidak menggunakan e-dompet	

Jadual 3.1 (sambungan)

	SI3	Mempunyai aplikasi e-dompet adalah sebahagian daripada penunjuk status dalam organisasi saya	
	SI4	Orang yang boleh mempengaruhi saya meyakinkan saya untuk menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e- dompet	
	SI5	Pasangan/rakan baik saya mencadangkan saya menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e-dompet	
	SI6	Saya menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e-dompet kerana ramai rakan menggunakannya	
Keselamatan	S1	Saya berasa selamat dan terjamin apabila melakukan transaksi melalui aplikasi e- dompet	Gefen et al. (2003)

Jadual 3.1 (sambungan)

	S2	Saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompet kerana bank/pengendali mempunyai mekanisme keselamatan yang mencukupi untuk perlindungan transaksi	
	S3	Saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompet kerana kemajuan dalam teknologi memberikan perlindungan yang mencukupi	
Kebolehpercayaan	T1	Saya yakin perkhidmatan e-dompet boleh dipercayai	Gefen et al. (2003)
	T2	Saya yakin perkhidmatan e-dompet memenuhi janji dan komitmen mereka	
	T3	Saya yakin dengan faedah yang disediakan oleh perkhidmatan e-dompet	
Niat untuk menggunakan	IU1	Saya percaya aplikasi e-dompet yang saya gunakan sekarang adalah yang terbaik, dan saya sangat berpuas hati dengan aplikasi e-dompet tersebut	Venkatesh et al. (2012)

Jadual 3.1 (sambungan)

- | | |
|-----|--|
| IU2 | Saya akan mengesyorkan
aplikasi e-dompet yang saya
gunakan sekarang kepada rakan |
| IU3 | Saya lebih berminat untuk
menggunakan perkhidmatan e-
dompet berbanding transaksi
fizikal (tunai) |
-

Merujuk kepada Utah (2013) di dalam bukunya SPSS Statistik, soalan yang dibina di dalam borang soal selidik seharusnya:

1. Dibina mengikut format yang standard
2. Menyediakan koding manual
3. Elakkan daripada membina soalan yang terlalu panjang dan sukar di fahami
4. Perkataan dengan dua maksud yang berlainan
5. Soalan yang merujuk kepada emosi
6. Elakkan daripada melontarkan *open ended-question*

3.5.2 Kesahan

Kesahan bertujuan bagi memastikan sama ada ukuran atau indikator yang digunakan itu mengandungi semua ciri atau gagasan yang baru adalah dalam konsep yang diukur. Kesahan dalam kajian ini terbahagi kepada dua iaitu kesahan kandungan, dan *face validity*. Objektif utama kesahan kandungan adalah untuk menilai secara menyeluruh sama ada mekanisme soal selidik adalah lengkap dan mencukupi (Moore & Benbasat, 1991). Kesahan kandungan juga perlu dilihat dari segi kebolehgunaan (Pinsonneault &

Kraemer, 1993). Selain itu, kesahan kandungan ialah satu proses untuk melihat kesesuaian setiap instrumen soal selidik untuk mengukur konstruk (Lewis et al., 2005). Menurut Lewis, bagi menilai kesahihan kandungan ini, responden diminta menjawab soal selidik dan seterusnya memberikan ulasan mereka tentang isu-isu seperti format, pemahaman soalan, masa yang diambil untuk menjawab soalan dan kandungan soalan.

Merujuk kepada Bell (2022), kesahan kandungan merupakan satu proses yang penting kerana ia dapat membantu penyelidik dalam memahami kedudukan soalan; meningkatkan pemahaman instrumen; dan membantu pengkaji menyemak kandungan arahan yang akan diberikan kepada responden. Untuk melaksanakan ujian pra tinjauan ini, responden yang dipilih adalah responden sasaran (Sekaran, 2022).

Langkah pertama adalah dengan mendapatkan pandangan dari pakar, iaitu pensyarah dari Sekolah Pengkomputeran UUM yang mempunyai kemahiran dalam bidang pengurusan maklumat dan kaedah penyelidikan yang memahami topik kajian untuk membaca soal selidik. Selain itu, *face validity* juga dilakukan oleh dua orang usahawan di mana premis jualan mereka menerima pembayaran medium e-dompet. Selanjutnya, pakar-pakar di dalam bidang masing-masing tersebut telah menilai soal selidik melalui beberapa aspek, seperti format soalan, kefahaman soalan, masa yang diambil untuk menjawab dan isi kandungan.

Maklum balas yang diterima termasuklah pembetulan tatabahasa dan ejaan, menyusun semula susunan soalan, cadangan dalam penambahbaikan soalan seperti struktur ayat dan memendekkan soalan yang kelihatan panjang dan mengelirukan kerana fokus populasi kajian ini adalah terhadap belia. Hasil dari maklum balas tersebut, sebanyak

22 pembetulan ejaan dan tatabahasa yang telah di buat, ada soalan yang dikeluarkan, penambahan satu soalan demografik dan penambahbaikan susunan mukasurat serta saiz font. Terakhir, soalan disunting semula merujuk pandangan dari pakar.

3.5.3 Kajian Rintis

Selepas kesahan kandungan selesai, fasa seterusnya ialah kajian rintis (Hinkin, 1998). Beliau juga menegaskan bahawa kajian rintis ini perlu dilakukan ke atas responden yang mempunyai latar belakang yang sama dengan responden kajian akhir. Merujuk kepada Field (2018), tujuan utama kajian rintis adalah untuk menguji kebolehpercayaan skala yang digunakan dalam kajian ini, di mana ia mengesan masalah yang wujud berkaitan reka bentuk soal selidik pada sampel sasaran yang sama.

Kajian rintis ini telah dilakukan pada Oktober 2022 di sekitar Fakulti Sains Kesihatan UKM, Kuala Lumpur. Sampel mewakili populasi yang sama dengan populasi, iaitu warga universiti, dan dipilih menggunakan kaedah pensampelan rawak mudah, iaitu dengan memilih secara rawak warga yang berada di Kafeteria Kolej Ungku Omar, UKM pada waktu tersebut. Seramai 10 orang responden yang terlibat dalam kajian rintis ini, terdiri daripada 3 lelaki dan 7 perempuan, berumur antara 18 hingga 27 tahun dan mempunyai pengalaman menggunakan aplikasi e-dompet kurang dari setahun hingga 4 tahun.

Maklumbalas menunjukkan responden tidak mempunyai masalah untuk memahami arahan dan soalan soal selidik yang diberikan. Cronbach Alpha adalah 0.900.

3.6 Pengumpulan Data

3.6.1 Responden Kajian

Dijangkakan populasi warga UKM dan UUM adalah sekitar 15,000 orang. Menurut Sekaran (2022), jika populasi adalah sekitar 15,000 orang, memadai sejumlah 375 orang sampel diambil (Jadual 3.2). Peserta kajian ini adalah terdiri dari 375 individu dari dua lokaliti berasingan di Malaysia. Responden adalah dari kalangan pelajar dan kakitangan (akademik dan bukan akademik) dari 2 buah universiti berbeza yang menggunakan mana-mana fasiliti dan entiti yang menerima pembayaran melalui aplikasi e-dompet di sekitar universiti, di dua lokaliti berbeza yang akan mewakili penggunaan di kawasan bandar dan luar bandar, iaitu UKM mewakili bandar dan UUM mewakili luar bandar. Warga universiti dipilih kerana majoriti warga universiti telah terbiasa dengan proses soal selidik bagi tujuan akademik. Borang soal selidik akan diedarkan secara rawak sama ada menggunakan medium fizikal (kertas bercetak) atau maya (Google Form). Kandungan soal selidik akan diisi secara sukarela oleh peserta.

Jadual 3.2

Saiz sampel berdasarkan saiz populasi

Populasi	Bilangan Sampel
10,000	370
15,000	375
20,000	377
30,000	379

3.6.2 Format Soalan Soal Selidik

Terdapat dua bahagian dalam soal selidik. Bahagian pertama adalah soalan demografi bagi tujuan statistik. Soalan-soalan adalah seperti universiti yang mewakili lokaliti, jantina, umur, pekerjaan dan tahap pendidikan. Pada bahagian ini juga terdapat satu soalan iaitu pernah atau tidak pernah menggunakan aplikasi e-dompet. Soalan ini diajukan bagi memastikan hanya responden yang mempunyai pengalaman menggunakan aplikasi e-dompet akan berkongsi maklumat yang diperlukan di dalam kajian ini. Sekiranya responden menjawab tidak, soal selidik terus berakhir, dan tidak perlu meneruskan sesi soal selidik. Manakala bagi responden yang menjawab ya, responden akan meneruskan untuk menjawab soal selidik yang diberikan.

Jadual 3.3

Taburan demografi

Demografi	Kategori
Jantina	Lelaki
	Perempuan
Umur	18 – 27 Tahun
	28 – 37 Tahun
	38 – 47 Tahun
	48 Tahun Ke Atas
Pekerjaan	Kakitangan Universiti
	Pelajar
	Lain-Lain

Jadual 3.3 (sambungan)

Tahap Pendidikan	Doktor Falsafah
	Ijazah Sarjana
	Ijazah Sarjana Muda
	Diploma
	STPM / Sijil
	SPM
	Lain-Lain
Tempoh Penggunaan	5 tahun ke atas
E-Dompet	3 – 4 tahun
	1 – 2 tahun
	Kurang dari setahun

Soal selidik ini terdiri daripada 29 soalan (7 soalan berkaitan demografi, 29 soalan daripada 7 konstruk) yang pada asasnya disusun daripada kajian saintifik yang ditulis oleh penyelidik lain dan kemudian dipilih dengan teliti oleh penyelidik, untuk benar-benar memastikan kesan sebenar penerimaan e-dompet di Malaysia.

3.7 Analisis Data

Menurut Sekaran (2022), analisis data dilakukan untuk tiga tujuan utama. Matlamat pertama adalah untuk menghasilkan reaksi terhadap fakta. Kecenderungan pusat dan penyebarannya dapat digunakan untuk menentukan tindak balas terhadap data. Nilai min, julat, dan sisihan piawai dihitung menggunakan data. Ini dapat membantu pengkaji dalam menentukan sejauh mana responden menjawab soalan tinjauan dan menentukan kualiti respons tersebut. Kedua, untuk melihat apakah data yang diperoleh tepat, dan

ketiga, untuk melihat apakah andaian yang telah dikembangkan betul.

Hasil analisis statistik diperolehi dengan menganalisis soalan tinjauan yang dijawab oleh responden menggunakan SPSS. Data dikumpulkan melalui penggunaan borang tinjauan. Maklum balas yang tidak lengkap atau dikhuatiri akan memberi kesan pada hasil analisis dibuang. Sebelum proses analisis, beberapa proses diselesaikan pada data utama yang diperolehi, termasuk pengekodan, memasukkan data ke dalam perisian, menjalankan ujian kebolehpercayaan data, dan akhirnya analisis statistik data.

Mean, median dan standard deviation ditentukan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif mengubah data mentah menjadi bentuk yang mudah dan difahami, dan menerangkan ciri-ciri asas kajian seperti kecenderungan dan tindakan penyebaran (Zikmund et al., 2013). *Min dan standard deviation* menganalisis pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah bersandar (Bell, 2022). Kekerapan dan peratusan menggambarkan elemen demografi responden (Saunders et al., 2022).

3.8 Model Pengukuran Dan Model Berstruktur

3.8.1 Model Pengukuran

Berikut adalah model pengukuran yang digunakan di dalam kajian ini.

Jadual 3.4

Komponen model pengukuran

Analisis	Huraian
Ujian Kebolehpercayaan (<i>Reliability Test</i>)	Kebolehpercayaan menggambarkan kadar konsistensi hasil yang dihasilkan oleh setiap pemboleh ubah (Weir, 2005). Cronbach Alpha adalah pekali yang memastikan pengukuran wajar untuk mencapai kebolehpercayaan (Sekaran, 2022). Ia berkisar antara 0 hingga 1. Data boleh dipercayai apabila melebihi 0.70 (Cortina, 1993). Digunakan untuk menguji data menghasilkan keputusan yang tekal setiap kali pengukuran dibina.
Ujian Normaliti (<i>Normality Test</i>)	Ujian ini memastikan data disebar secara normal melalui kecenderungan (<i>skewness</i>) dan nilai kurtosis untuk setiap item (Coakes, 2009). Perkara ini penting kerana tidak-normal mempengaruhi ketepatan ujian statistik (Weston & Gore, 2006). Pemboleh ubah biasanya diedarkan apabila nilai kecenderungan dan kurtosis antara ± 2 dan ± 7 secara berturut-turut (Byrne, 2022).

Jadual 3.4 (sambungan)

	Ujian normaliti dilakukan untuk memastikan data adalah konsisten dan mengenalpasti masalah ralat model yang sesuai bagi analisis data.
Ujian-T Berpasangan (<i>Paired T-Test</i>)	Digunakan untuk menentukan adakah terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor lokasi UKM dan UUM (bandar dan luar bandar) bagi setiap pemboleh ubah.
Regresi Linear (<i>Linear Regression</i>)	Analisis regresi linear digunakan untuk meramalkan nilai pemboleh ubah berdasarkan nilai pemboleh ubah lain. Analisis ini digunakan untuk melihat kesan atau pengaruh setiap 6 konstruk pemboleh ubah tidak bersandar terhadap niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet (pemboleh ubah bersandar).
	Regresi linear akan digunakan untuk menentukan hipotesis.

3.8.2 Model Berstruktur

Menurut Urbach & Ahlemann (2010), pengesahan model berstruktur ini dapat membantu penyelidik untuk menilai secara sistematik sama ada hipotesis disokong oleh data ataupun tidak. Apabila model pengukuran disahkan, model berstruktur akan dianalisis. Kriteria asas untuk menilai model berstruktur dan hipotesis ini adalah dengan menilai *coefficient of determination* (R^2) bagi pemboleh ubah terpendam (*latent variables*) dan juga anggaran bagi *path coefficient* (Wixom & Todd, 2005).

3.9 Kesimpulan Bab Tiga

Bab ini menerangkan berkenaan proses kajian dan metodologi yang digunakan dalam kajian ini. Kajian ini telah menggunakan kaedah pendekatan kuantitatif. Bagi tujuan pengumpulan data, teknik soal selidik telah digunakan manakala teknik pensampelan adalah secara rawak. Data kajian ini akan dianalisis secara deskriptif. Kaedah untuk membangunkan instrumen dibincangkan pada bab ini. Ianya melibatkan beberapa proses kesahan dan kebolehpercayaan. Pengkajian berkenaan model pengukuran dan model berstruktur telah dijelaskan. Bab seterusnya akan membincangkan penemuan dari segi model pengukuran.



BAB EMPAT

DAPATAN KAJIAN

4.1 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan berkenaan analisis data dan dapatan kajian. Permulaan bab membincangkan berkenaan penemuan awal untuk kajian. Kemudian diikuti oleh proses kesahan dan kebolehpercayaan model pengukuran. Bab ini akan menerangkan setiap hasil untuk model pengukuran dan model berstruktur. Penemuan hipotesis akan dibincangkan seterusnya.

4.2 Kajian Akhir

Proses soal selidik ini telah dilakukan selama 45 hari, iaitu bermula dari 30 Ogos 2022 sehingga 13 Oktober 2022, melalui 2 kaedah, iaitu pengedaran soal selidik melalui medium elektronik seperti WhatsApp, Telegram, Facebook dan e-mel (UUM) serta kombinasi medium elektronik dan soal selidik secara bersemuka dengan mengedarkan borang soal selidik di lapangan (UKM). Untuk kaedah medium elektronik, nombor telefon responden diperoleh daripada kenalan WhatsApp dan Telegram, grup WhatsApp dan Grup Telegram, sebaran umum di grup Facebook serta maklumat e-mel daripada direktori universiti.

4.2.1 Penyediaan Data

Soal selidik diedarkan kepada 375 sampel dan disertakan pernyataan bertulis meminta kebenaran mereka untuk menjadi responden kepada kajian ini. Para responden yang meneruskan untuk menjawab soal selidik ini dianggap telah bersetuju untuk menjadi responden. Bagi kajian di UKM, terbahagi kepada dua, iaitu kaedah bersemuka dan kaedah dalam talian. Bagi kaedah bersemuka, penyelidik telah pergi ke beberapa

kawasan tumpuan warga UKM. Para responden dipilih secara rawak mudah di sekitar kafeteria dan kedai serbaneka di sekitar fakulti dan kolej di dalam UKM, serta di sekitar Perpustakaan Tun Sri Lanang, sekitar pusat sukan dan masjid UKM. Bagi kaedah dalam talian, penyelidik telah menghantar mesej melalui WhatsApp.

Penyelidik memperkenalkan diri sebagai pelajar Sekolah Sains Perkomputeran UUM dan sedang melakukan tinjauan berkaitan penggunaan aplikasi e-dompot di kalangan warga UKM dan UUM. Penyelidik meminta kebenaran untuk menemu ramah responden terlebih dahulu. Jika responden bersetuju, penyelidik melanjutkan tugas. Soalan pertama adalah adakah responden pernah menggunakan aplikasi e-dompot. Jika responden menjawab tidak pernah, penyelidik tidak melanjutkan proses soal selidik dan mengucapkan terima kasih.

Jika sebaliknya, penyelidik akan bertanya berkaitan umur, status pelajar atau kakitangan UKM dan tahap pendidikan, dan seterusnya kesemua 29 soalan kaji selidik. Sepanjang tempoh soal selidik berlangsung, penyelidik juga ada bertanyakan soalan-soalan sampingan lain berkaitan e-dompot seperti jenama e-dompot yang digunakan, lokasi penggunaan e-dompot di kampus dan luar kampus, produk atau perkhidmatan apa yang biasa dibeli menggunakan e-dompot, purata perbelanjaan mingguan dan bulanan menggunakan e-dompot, apakah bentuk insentif yang diberikan oleh penyedia aplikasi e-dompot, dan kelebihan, kekurangan dan pengalaman buruk (jika ada) ketika menggunakan aplikasi e-dompot. Sesi diakhiri dengan ucapan terima kasih untuk sumbangan penyelidikan.

Manakala bagi lokaliti UUM pula (dan sebahagian daripada UKM), para responden

dihubungi melalui sebaran (*blast*) mesej di WhatsApp individu, grup WhatsApp, Telegram, Facebook dan e-mel. Penyelidik sendiri mempunyai grup Whatsapp yang mempunyai 127 ahli yang terdiri daripada pelajar dan kakitangan UUM. Penyelidik juga meminta bantuan daripada kenalan-kenalan yang sedang melanjutkan pelajaran di UUM untuk menyebarkan borang Google Form di grup Whatsapp kelas mereka. Kronologi masih sama seperti penyelidik lakukan di UKM iaitu memperkenalkan diri, tujuan penyelidikan dan diakhiri dengan ucapan terima kasih.

4.2.2 Analisis Data

Proses analisis data awal memerlukan pengkodan dan memasukkan data ke dalam pangkalan data, serta menapis data mentah untuk mengenal pasti data yang hilang. Nilai yang hilang berlaku kerana responden tidak dapat memahami atau mereka terlepas pandang soalan instrumen tinjauan dan responden tidak menjawab semua soalan walaupun mereka mengatakan mereka pernah menggunakan aplikasi e-dompet.

Jumlah mesej dan borang soal selidik yang diedarkan adalah sebanyak 375, namun hanya 275 responden sahaja yang memberi jawapan untuk soal selidik, yang terdiri daripada 84 responden yang terdiri daripada pelajar dan kakitangan UKM, dan 191 responden terdiri daripada pelajar dan kakitangan UUM.

Daripada 275 borang responden yang dianalisis, 4 responden (1.4%) bersetuju bahawa mereka adalah pengguna/pernah menggunakan aplikasi e-dompet, tetapi tidak dapat memberikan jawapan yang penuh untuk semua 29 soalan, menjadikan bilangan jawapan berkualiti adalah sebanyak 271 daripada 375 sampel yang diperlukan (72.8%).

Perisian SPSS digunakan untuk memuatkan kesemua 271 sampel untuk tujuan menganalisis setiap pemboleh ubah dalam set data untuk mengenal pasti sebarang data yang hilang atau tidak sah, menganalisis untuk mengenal pasti sebarang *outlier* yang boleh menjejaskan sifat data, menjalankan analisis untuk menentukan taburan data dan menghasilkan laporan statistik dan analisis.

4.2.3 Saringan Data

Pertama, data di kod semula kepada seperti berikut menggunakan perisian Microsoft Excel. Kod-kod ini digunakan bagi memudahkan proses dokumentasi.

Jadual 4.1

Pengekodan data

Kategori		Kod
Universiti	UKM	1
	UUM	2
Jantina	Lelaki	1
	Perempuan	2
Umur	18 – 27 tahun	1
	28 – 37 tahun	2
	38 – 47 tahun	3
	48 tahun ke atas	4
Pekerjaan	Kakitangan	1
	Pelajar	2
	Lain-lain	3

Jadual 4.1 (sambungan)

	Pelajar	2
	Lain-lain	3
Tahap pendidikan	Doktor Falsafah	1
	Ijazah Sarjana	2
	Ijazah Sarjana Muda	3
	Diploma	4
	STPM / Sijil	5
	SPM dan berkaitan	6
	Lain-lain	7
Konstruk	Jangkaan prestasi	PE
	Jangkaan usaha	EE
	Faktor mudah guna	FC
	Pengaruh sosial	SI
	Keselamatan	S
	Kebolehpercayaan	T
	Niat untuk menggunakan	IU
Skala Likert	Sangat tidak setuju	1
	Tidak bersetuju	2
	Neutral	3
	Setuju	4
	Sangat bersetuju	5

Data akan dianalisis untuk mengenal pasti sebarang kejanggalan. Kemudian fail Microsoft Excel tersebut akan di import ke dalam perisian SPSS.

4.2.4 Statistik Demografi Responden

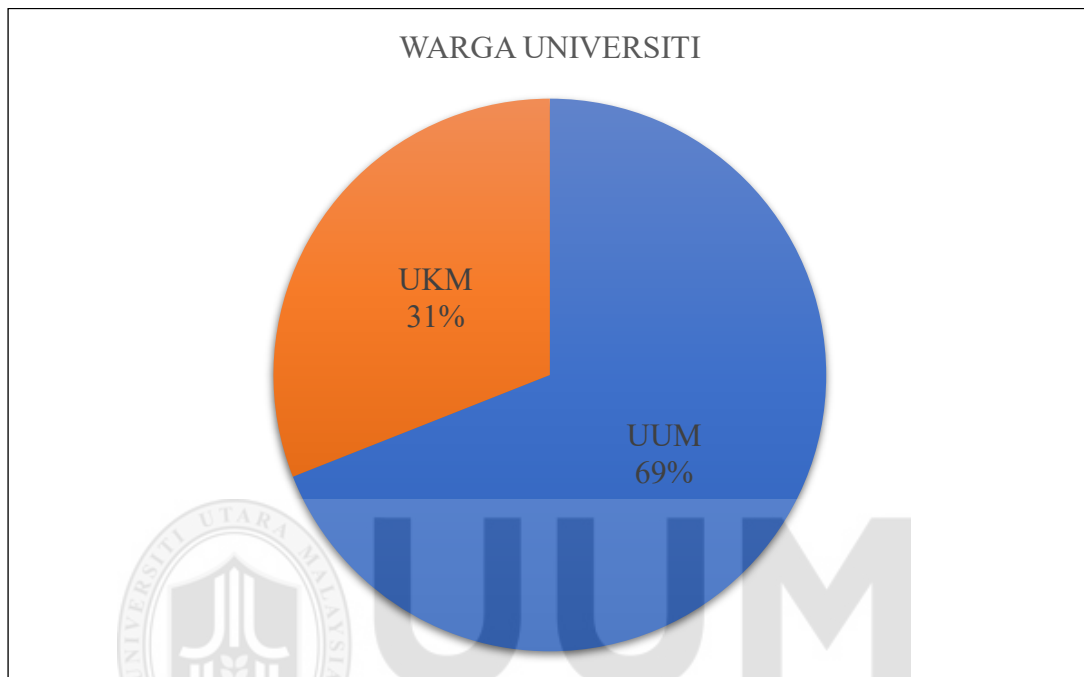
Berikut adalah analisis demografi 271 responden yang telah disoal selidik.

Jadual 4.2

Statistik demografi responden

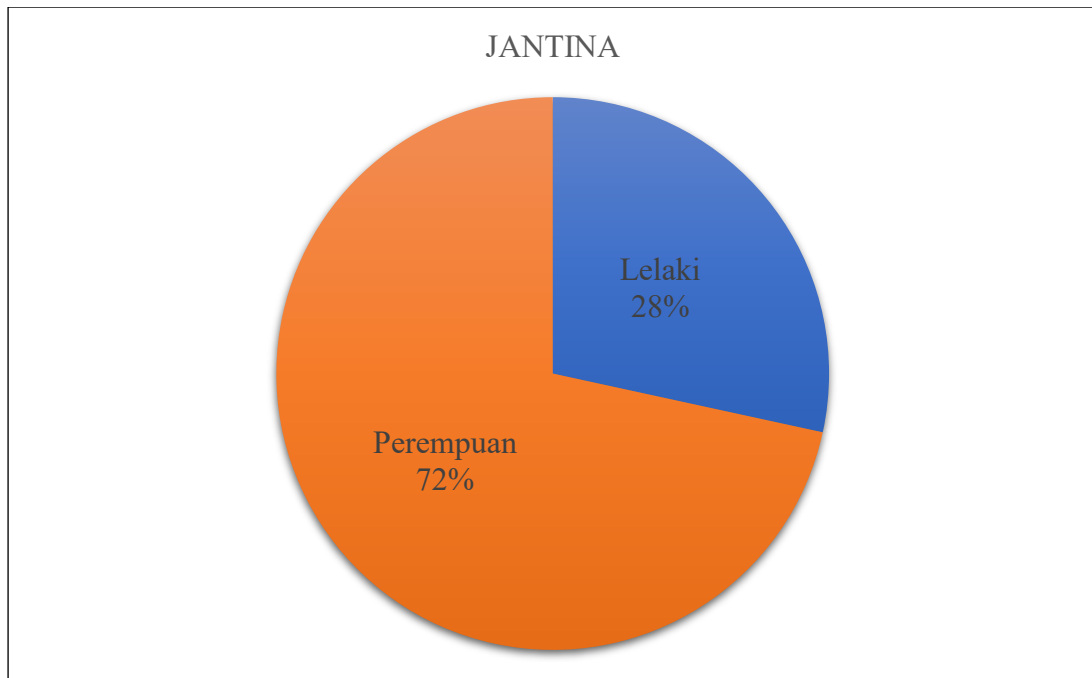
Pemboleh ubah		Frekuensi	Peratusan (%)
Universiti	UKM	84	29.2%
	UUM	187	64.9%
Jantina	Lelaki	77	26.7%
	Perempuan	194	67.4%
Umur	18 – 27 tahun	134	46.5%
	28 – 37 tahun	45	15.6%
	38 – 47 tahun	69	24%
	48 tahun ke atas	23	8%
Pekerjaan	Kakitangan	32	11.1%
	Pelajar	184	63.9%
	Lain-lain	55	19.1%
Tahap pendidikan	Doktor Falsafah	34	11.8%
	Ijazah Sarjana	73	25.3%
	Ijazah Sarjana Muda	118	41%
	Diploma	34	11.8%
	STPM / Sijil	8	2.8%
	SPM dan berkaitan	4	1.4%
	Lain-lain	0	0%

Majoriti responden adalah perempuan iaitu 194 orang (67.4%). Peraturan paling tinggi bagi aspek umur pula ada dari kalangan responden berumur 18 hingga 27 tahun, iaitu mewakili 134 orang (46.5%), manakala baki 53.5% mewakili umur 28 tahun ke atas.



Rajah 4.1. Pecahan soal selidik bagi warga UUM dan UKM

Dengan merujuk kepada Rajah 4.1, seramai 271 orang responden telah menepati kriteria untuk menjadi calon soal selidik, iaitu pernah menggunakan aplikasi e-dompet. Daripada 271 orang, 84 orang responden (31%) terdiri daripada warga UKM, manakala 187 orang (69%) pula terdiri daripada warga UUM.



Rajah 4.2. Pecahan soal selidik mewakili responden lelaki dan responden perempuan

Berdasarkan Rajah 4.2, bilangan responden perempuan (72%) yang menggunakan aplikasi e-dompet melebihi responden lelaki (28%) menunjukkan bahawa jantina juga memainkan peranan dalam penerokaan sesuatu aplikasi.

Sepanjang sesi soal selidik, responden perempuan menyatakan bahawa mereka lebih gemar membeli belah menggunakan platform beli belah dalam talian, dan terdedah untuk membuat pembayaran menggunakan perbankan dalam talian dan e-dompet penyedia platform, mengambil contoh menggunakan ShopeePay untuk platform beli-belah Shopee.

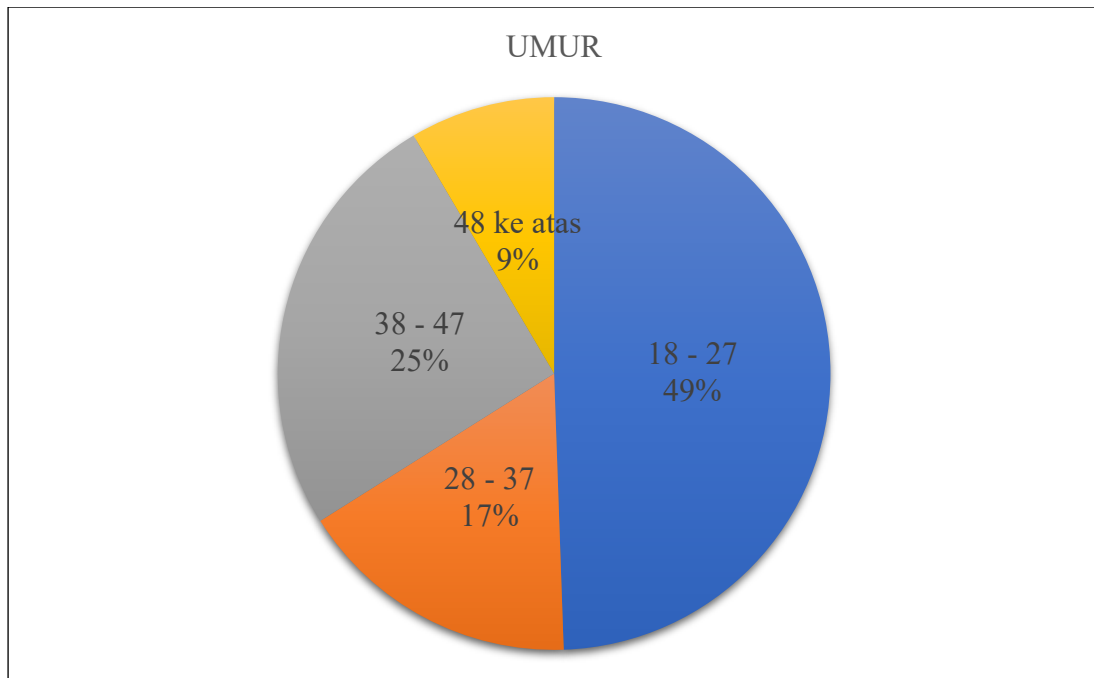
Manakala responden perempuan juga menyatakan bahawa mereka kerap menggunakan aplikasi e-dompet terutama Touch 'n Go (TNG) eWallet dan GrabPay untuk membayar tambang pengangkutan (jika menggunakan pengangkutan awam untuk ke UKM,

mengambil contoh menggunakan GrabPay ketika mereka menggunakan perkhidmatan *e-hailing* Grab) atau membayar tol lebuhraya (jika menggunakan kenderaan sendiri untuk ke UKM).

Responden perempuan juga kerap menggunakan aplikasi e-dompet untuk membayar perkhidmatan penghantaran makanan (mengambil contoh membayar menggunakan aplikasi GrabPay ketika menggunakan perkhidmatan GrabFood).

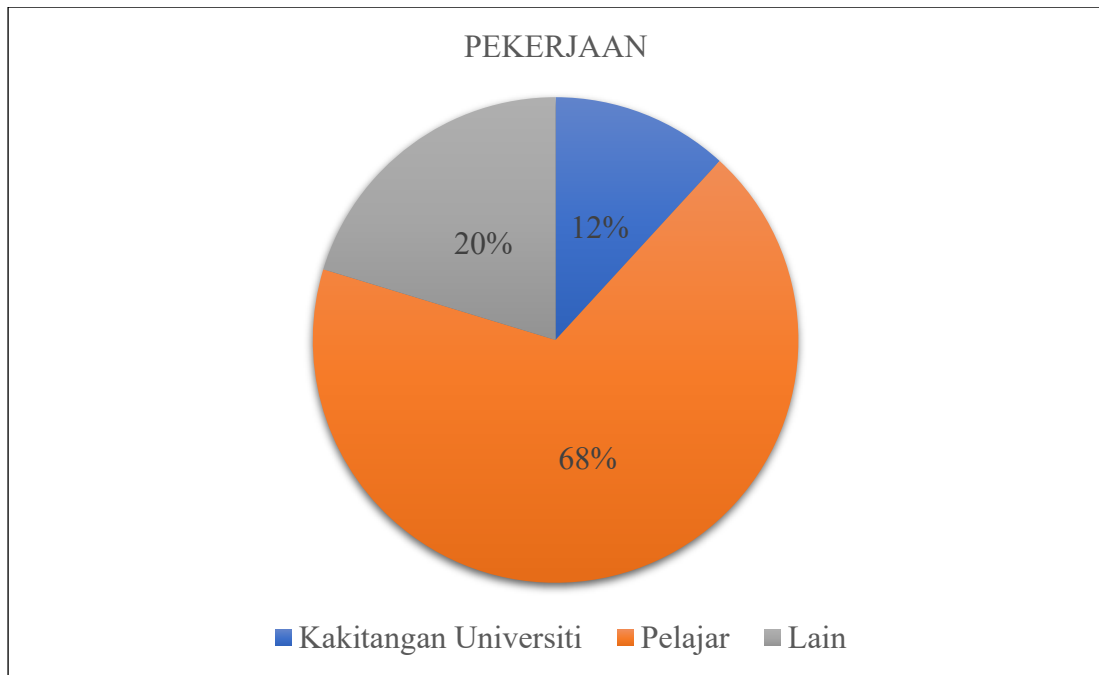
Hasil lain temu bual, mereka juga menyatakan bahawa mereka melaksanakan pembayaran aplikasi penstriman seperti Netflix menggunakan e-dompet.

Situasi sedikit berbeza dengan responden lelaki yang ditemui kerana majoriti mereka menggunakan motosikal untuk ke UKM, dan hanya menggunakan aplikasi e-dompet untuk membayar makanan di kafeteria dan ketika membeli belah di pasaraya. Terdapat juga sedikit yang menggunakan e-dompet platform beli belah dalam talian, untuk membayar bil utiliti dan membeli tiket wayang.



Rajah 4.3. Peratusan umur mengikut kategori

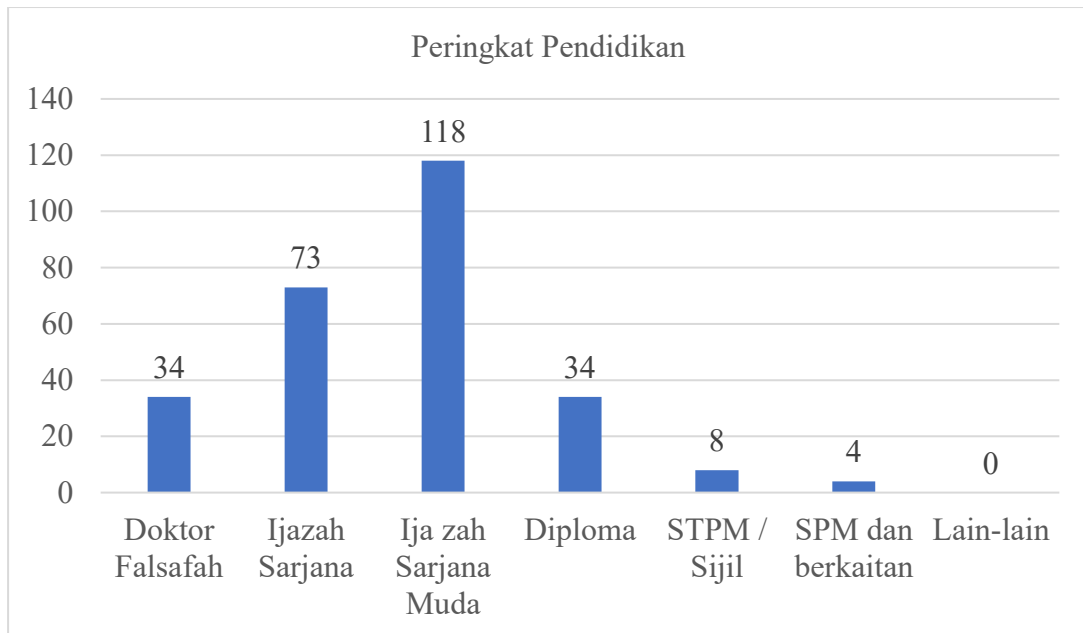
Huraian bagi Rajah 4.3, bagi peringkat umur 18 – 27 tahun yang mewakili generasi Z, kategori umur paling ramai menggunakan aplikasi e-dompet. Generasi Z merupakan salah satu generasi yang paling banyak terdedah dengan ledakan penggunaan internet di Malaysia. Generasi ini ialah generasi yang paling banyak mengoptimumkan penggunaan telefon pintar dan aplikasi-aplikasi yang sangat berguna memudahkan urusan seharian mereka. Mereka berkomunikasi, berkongsi hal ehwal semasa, membeli belah dan melakukan transaksi perbankan menggunakan telefon pintar. Menurut Farag et al. (2007), pengguna di kalangan umur ini lebih cenderung untuk mengoptimumkan penggunaan internet dan beli belah dalam talian, jika dibandingkan dengan pengguna di kalangan umur yang lebih tua. Mereka juga tidak mudah mengalah dan sentiasa bersedia untuk menerokai sesuatu yang baru, terutama dalam melaksanakan pembayaran elektronik (Burns & Bush, 2023).



Rajah 4.4. Pecahan pekerjaan bagi setiap responden

Analisis berdasarkan Rajah 4.4 pula, pelajar adalah golongan paling ramai menjadi responden, dengan 184 orang daripada 271 responden (63.9%), manakala selebihnya 35.1% mewakili sama ada kakitangan universiti atau lain-lain (bukan pelajar).

Hasil temu bual bersama para pelajar yang menggunakan aplikasi e-dompet, mereka lebih terdedah dengan pembayaran tanpa sentuh ini, disebabkan oleh majoriti umur pelajar adalah belia dan mereka mendapat banyak insentif daripada Kerajaan dan penyedia aplikasi e-dompet jika menggunakan aplikasi mereka untuk sebarang urusan. Kategori pekerjaan banyak berkaitan dengan tahap umur responden.



Rajah 4.5. Pecahan tahap pendidikan bagi setiap responden

Berikut adalah ulasan bagi Rajah 4.5. Sejumlah 4 orang responden (1.4%) menyatakan bahawa mereka memiliki sijil SPM, 2.8% memiliki sijil STPM, 11.8% sedang melanjutkan pelajaran di peringkat diploma (atau telah memiliki diploma). Majoriti daripada responden (41%) pula menyatakan bahawa mereka sedang melanjutkan pelajaran di peringkat Ijazah Sarjana Muda (atau telah memiliki Ijazah Sarjana Muda). Selebihnya pula adalah responden di peringkat Ijazah Sarjana (25.3%) dan peringkat Doktor Falsafah pula sejumlah 11.8%.

Pelajar daripada kategori pendidikan juga didapati lebih ramai menggunakan aplikasi e-dompet berbanding kakitangan. Ini disebabkan oleh polisi UKM dan UUM yang menggalakkan penggunaan pembayaran tanpa tunai dikalangan warga universiti, terutama sekali di kalangan para pelajar.

Pihak pentadbir UKM misalnya telah melaksanakan program *Cashless Campus* di

bawah program Kampus Digital, di mana Kaunter Hasil Jabatan Bendahari UKM hanya menerima medium pembayaran aplikasi e-dompet. Manakala di beberapa kafeteria, premis perniagaan dan aktiviti pelajar menerima alternatif pembayaran aplikasi e-dompet. Lokasi UKM yang terletak di Bangi dan berdekatan dengan pusat bandar Kuala Lumpur, dikelilingi oleh banyak premis perniagaan, pusat beli belah, stesen petrol, kedai makanan dan pengangkutan awam, yang menawarkan pelbagai produk, perkhidmatan dan makanan juga menerima medium pembayaran e-dompet secara meluas. Selain itu, pelajar yang kerap menggunakan pembayaran tanpa tunai menggunakan aplikasi e-dompet di sekitar kampus akan diberikan promosi, diskaun dan ganjaran khusus yang disalurkan terus ke akaun e-dompet mereka oleh pihak pengurusan universiti. Lebih menarik, pelajar diberikan perlindungan insurans, takaful dan khairat kematian ketika mengaktifkan aplikasi e-dompet melalui program *Cashless Campus*. Manakala bagi kakitangan UKM, mereka juga terdedah kepada penggunaan aplikasi e-dompet, tetapi tidak terhad kepada tujuan penggunaan di dalam kampus.

Manakala UUM juga telah memperkenalkan program Komuniti Tanpa Tunai UUM, sebuah program di mana penggunaan tanpa tunai di implementasi di beberapa lokasi terpilih seperti kafeteria, premis perniagaan, perkhidmatan penghantaran barang dan perkhidmatan pengurusan. Pihak pengurusan universiti juga telah bekerjasama dengan penyedia aplikasi e-dompet kiplePay untuk menyediakan prasarana berkaitan transaksi e-dompet di seluruh kampus. Di samping itu, pelajar yang menerima pembayaran zakat untuk tujuan pengajian akan menerima bantuan zakat terus ke dalam akaun kiplePay mereka, memudahkan lagi pembayaran dari pihak universiti ke akaun pelajar, dan memudahkan pelajar untuk menggunakan bantuan tersebut tanpa perlu mengeluarkan wang bantuan di mesin ATM, sementara premis yang menerima pembayaran e-

dompet juga semakin meningkat.

4.2.5 Pengalaman Penggunaan E-Dompet

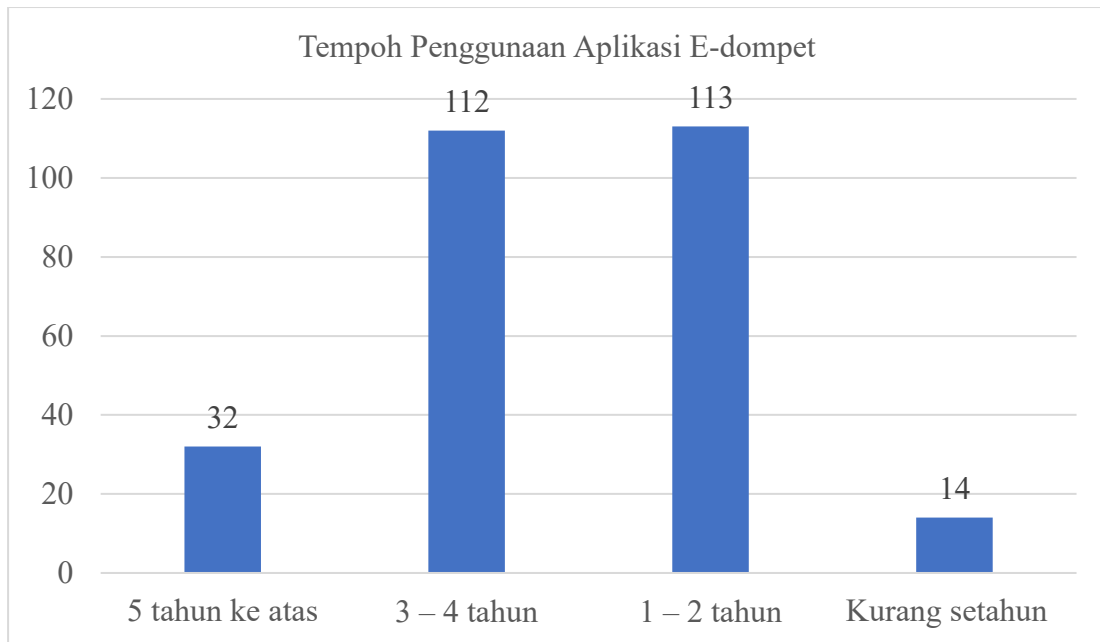
Berikut adalah analisis penggunaan e-dompet berdasarkan sesi soal selidik yang telah dilakukan terhadap 271 orang responden yang menjawab penuh untuk setiap soalan demografi.

Jadual 4.3

Tempoh penggunaan e-dompet

Pemboleh Ubah		Frekuensi	Peratusan (%)
Tempoh penggunaan e-dompet	5 tahun ke atas	32	11.8%
	3 – 4 tahun	112	41.3%
	1 – 2 tahun	113	41.7%
	Kurang setahun	14	5.2%

Majoriti (41.3%) menyatakan bahawa mereka berpengalaman 1 hingga 2 tahun menggunakan aplikasi e-dompet, menjadikan jumlah responden yang dapat membantu kesemua 29 soalan soal selidik adalah 271 responden.



Rajah 4.6. Tempoh penggunaan aplikasi e-dompet oleh 271 orang responden

Kupasan bagi Rajah 4.6 pula, majoriti daripada responden (94.8%) telah menggunakan aplikasi e-dompet selama 1-4 tahun. Ini selaras dengan tarikh implementasi program eTunai Rakyat yang diperkenalkan oleh Kerajaan pada Januari 2020. Melalui program ini, Kerajaan telah memberi RM 30 kepada rakyat Malaysia yang layak sebagai cara untuk menggalakkan penggunaan e-dompet. Sebanyak 3 operator e-dompet yang terlibat di dalam program ini, iaitu TNG eWallet, Boost, dan GrabPay. Insentif e-wallet RM 30 mula-mula diumumkan oleh Menteri Kewangan ketika itu semasa pembentangan Belanjawan 2020. Kemudian penggunaan e-dompet semakin meluas apabila Kerajaan dan operator e-dompet itu sendiri memberikan pelbagai galakan, insentif, bonus dan diskaun jika menggunakan e-dompet mereka di dalam transaksi harian. Antara transaksi harian yang dilakukan adalah seperti membayar tambang bas dan kereta api, membayar makanan dan minuman, membayar di pasaraya, membeli kad tambah nilai telefon pintar dan membayar bil. Mereka kemudian akan mendapat poin untuk setiap perbelanjaan yang boleh digunakan untuk membeli baucar atau diskaun

untuk pembayaran barangan. Golongan umur ini memasang 2 hingga 4 jenama e-dompot yang popular, kerap digunakan dan tersedia di dalam aplikasi *superapp*. *Superapp* didefinisikan sebagai ialah model aplikasi tertentu yang menganggap kebanyakan fungsi telefon pintar boleh dilakukan sama ada dalam satu aplikasi atau satu set aplikasi (Chen et al., 2018).

Antara contoh *superapp* adalah Grab dan Shopee, yang masing-masing mempunyai e-dompot sendiri, GrabPay dan ShopeePay. Antara jenama e-dompot yang popular di kalangan umur ini selain GrabPay dan ShopeePay ialah Touch n Go eWallet, MAE dan Setel. Sebahagian daripada responden di kalangan umur ini menyatakan ibu bapa mereka akan memasukkan wang ke dalam akaun e-dompot untuk satu-satu tempoh masa melalui sistem DuitNow yang lebih memudahkan. Mereka akan menggunakan wang yang tersedia di dalam e-dompot tersebut, dan dapat memantau perbelanjaan harian. Mereka kurang risau berkaitan tahap keselamatan e-dompot kerana mereka akan sentiasa memantau wang di dalam aplikasi tersebut, selain tidak memautkan akaun bank mereka.

Seterusnya, 11.7% responden menyatakan bahawa mereka telah lama menggunakan aplikasi e-dompot. Berdasarkan tahun kajian ini, mereka telah menggunakan e-dompot sebelum 2018 lagi, dengan menyatakan bahawa aplikasi e-dompot pertama yang mereka gunakan adalah TNG eWallet, kerana integrasi daripada kad TNG yang majoriti digunakan untuk pembayaran di plaza tol lebuhraya. Kemudian diperkembangkan pula untuk pembayaran pengangkutan awam dan letak kenderaan. Responden di dalam kategori ini juga telah matang dalam menggunakan aplikasi e-dompot, dan kerap menggunakan e-dompot untuk melakukan berbagai perkara melibatkan pembayaran.

Mereka terdedah dengan khabar angin berkaitan isu tahap keselamatan e-dompet, tetapi mereka telah bersedia dengan kaedah melindungi e-dompet mereka, seperti mengaktifkan *two layer verification* dan *biometric verification*. Mereka juga tidak memaut akaun e-dompet mereka dengan akaun bank, debit kad dan kredit kad. Meskipun kelihatan sedikit menyusahkan, mereka hanya akan menambah nilai akaun dalam aplikasi e-dompet mereka seminum mungkin dan hanya digunakan bila perlu dan untuk tujuan *cashless*. Mereka juga kerap memantau sejarah transaksi.

Manakala 5.1% responden menyatakan bahawa mereka baru berjinak-jinak menggunakan aplikasi e-dompet. Ini disebabkan oleh persekitaran rumah atau tempat tinggal mereka sebelum memasuki universiti tidak memerlukan mereka membayar menggunakan selain daripada medium wang tunai. Mengambil contoh kawasan pedalaman di mana kedai dan premis hanya menerima wang tunai.

Selain itu, terdapat juga responden yang menyatakan bahawa mereka tidak pernah terdedah kepada aplikasi e-dompet kerana sebelum ini. Mereka sama ada tidak mempunyai telefon pintar, atau mempunyai telefon pintar tetapi tiada sambungan internet, atau pakej internet hanya untuk komunikasi dan media sosial.

Tetapi sekitar 2022, kesan daripada pandemik COVID-19, Kerajaan memperkenalkan pula program ePemula, di mana para pelajar universiti awam diberikan RM 150 ke dalam e-dompet pilihan mereka. Program ePemula bertujuan untuk mengurangkan beban perbelanjaan pelajar, menggalakkan lagi perbelanjaan secara digital dikalangan siswa dan sekali gus meningkatkan lagi pendapatan dan kitaran mikro ekonomi di kalangan pengusaha kedai di seluruh Malaysia yang banyak terkesan akibat musibah

COVID19. Setelah memasuki universiti dan galakan daripada Kerajaan, mereka mula memasang aplikasi e-dompet. Golongan umur ini kelihatan sedikit ragu-ragu dengan tahap keselamatan wang mereka di dalam aplikasi, oleh itu mereka hanya memasang 1 atau 2 jenama e-dompet yang popular, kerap digunakan dan tersedia di dalam aplikasi *superapp*. Kebanyakan masa, tiada wang atau wang sangat minimum di dalam aplikasi.

Manakala sejumlah 2 orang responden dari UUM mengisytiharkan tidak pernah menggunakan aplikasi e-dompet. Setelah diselidiki, mereka adalah pelajar luar negara yang tidak memerlukan aplikasi e-dompet.

Kesimpulannya, menurut data demografi ini, dan analisis di kalangan mereka, pelajar perempuan berumur di antara 18-27 tahun, mempunyai taraf pendidikan ketiga dan telah menggunakan aplikasi e-dompet selama 1-4 tahun adalah kategori sasaran yang kerap menggunakan perbankan dalam talian seperti penggunaan aplikasi e-dompet dan sangat bergantung kepada telefon pintar dan teknologi semasa dalam menjalani aktiviti seharian. Mereka memerlukan sedikit galakan untuk kerap menggunakan e-dompet di dalam kehidupan seharian.

4.2.6 Statistik Pemboleh Ubah Demografi

Berikut adalah analisis statistik pemboleh ubah demografi 271 orang responden yang telah disoal selidik.

Jadual 4.4

Statistik pemboleh ubah demografi

Pemboleh Ubah	Frekuensi	Mean	Median	Std Deviation
Universiti	271	-	2.00	0.463
Jantina	271	-	2.00	0.452
Umur	271	1.93	2.00	1.043
Pekerjaan	271	2.08	2.00	0.561
Pendidikan	271	2.71	3.00	1.033
Tempoh penggunaan e-dompet	271	2.40	2.00	0.763

Jadual ringkasan statistik pemboleh ubah demografi di atas menjelaskan tentang bilangan responden (N), saiz minimum, maksimum dan *standard deviation* mengikut pemboleh ubah masing-masing. Nilai *mean* bagi setiap pemboleh ubah demografi responden di antara 1.69 hingga 2.71.

4.3 Model Pengukuran

4.3.1 Ketekalan Dalaman

Kebolehpercayaan dan kesahan model pengukuran bagi masing-masing pelajar dan

kakitangan UKM dan UUM dinilai melalui ketekalan dalaman (*internal consistency*). Dapatan analisis bagi setiap kesahan dan kebolehpercayaan diukur menggunakan ketekalan dalaman.

Jadual 4.5

Ringkasan Pemprosesan Kes

		N	%
Cases	Valid	271	100.0
	Exclueda	0	0.0
	Total	271	100.0

Jadual 4.6

Statistik kebolehpercayaan

Cronbach's Alpha	N of Items (Bilangan Soalan)
.942	29

Daripada output ini, didapati pekali Cronbach Alpha keseluruhan soal selidik ini adalah 0.942. Secara keseluruhan, nilai pekali kebolehpercayaan ini adalah mencukupi.

4.3.2 Ujian-T Berpasangan (*Paired T-Test*)

Ujian-T Berpasangan (*Paired T-Test*) dilakukan untuk membandingkan 2 min daripada 2 kumpulan, UKM dan UUM, terhadap faktor penentu mereka untuk menggunakan aplikasi e-dompet. *Confidence interval percentage* ditetapkan kepada 95%. Output dikeluarkan dalam bentuk signifikan antara satu sama lain, atau jika tidak signifikan antara satu sama lain, lokaliti manakah yang paling menitikberatkan faktor tersebut jika

mereka mahu menggunakan aplikasi e-dompet. Jika nilai sig <0.05, maka perbezaan adalah signifikan.

Jadual 4.7

Rumusan Ujian-T Berpasangan

	Warga	N	Min	SD	T	Sig	Keputusan
Jangkaan	UKM	84	4.4643	0.72813	-0.366	0.716	Tidak terdapat
prestasi	UUM	84	4.4960	0.52640			perbezaan
							signifikan bagi
							faktor jangkaan
							prestasi antara
							warga UKM dan
							UUM
Jangkaan	UKM	84	3.9762	1.08413	-3.073	0.003	Terdapat perbezaan
usaha	UUM	84	4.3357	0.49104			signifikan bagi
							faktor jangkaan
							usaha antara warga
							UKM dan UUM.
							Warga UUM lebih
							menitikberatkan
							faktor jangkaan
							usaha jika mereka
							berminat untuk
							menggunakan e-
							dompet.

Jadual 4.7 (sambungan)

Faktor	UKM	84	4.0377	0.60473	-0.871	0.386	Tidak	terdapat
mudah	UUM	84	4.1032	0.46418			perbezaan	
guna							signifikan	bagi
							faktor	jangkaan
							prestasi	antara
							warga UKM dan	
							UUM	
Pengaruh	UKM	84	3.8869	0.74856	1.678	0.097	Tidak	terdapat
sosial	UUM	84	3.7103	0.80082			perbezaan	
							signifikan	bagi
							faktor	jangkaan
							prestasi	antara
							warga UKM dan	
							UUM	
Keselam-	UKM	84	4.0238	0.77578	-0.095	0.925	Tidak	terdapat
atan	UUM	84	4.0357	0.86740			perbezaan	
							signifikan	bagi
							faktor	jangkaan
							prestasi	antara
							warga UKM dan	
							UUM	

Jadual 4.7 (sambungan)

Keboleh- percaya- an	UKM	84	3.9246	0.63235	-1.888	0.063	Tidak terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan prestasi antara warga UKM dan UUM
	UUM	84	4.1071	0.71166			

Bagi kedua-dua warga universiti (UKM yang mewakili lokaliti bandar manakala UUM mewakili lokaliti luar bandar), tidak terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan prestasi, faktor mudah guna, pengaruh sosial, tahap keselamatan dan kebolehpercayaan antara warga UKM dan UUM jika mereka berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

Pengguna mementingkan aplikasi yang dapat mempercepatkan transaksi pembayaran dan meningkatkan prestasi transaksi dari aspek ketepatan pembayaran. Faktor kemudahan pula memberikan persepsi sama ada aplikasi e-dompet ini benar-benar memudahkan mereka ketika melaksanakan pembayaran. Faktor mudah guna ini juga dipengaruhi oleh faktor teknikal seperti kelajuan internet, jumlah data serta kawasan liputan dan juga penggunaan telefon pintar itu sendiri samada menyokong aplikasi e-dompet atau tidak serta kapasiti memori telefon.

Selain faktor kawalan terhadap aspek teknikal, pengguna juga mempertimbangkan jika mereka mempunyai kawalan perbelanjaan yang lebih baik jika menggunakan aplikasi

e-dompet. Pengendali e-dompet juga menyediakan sokongan teknikal yang mencukupi berkenaan penggunaan e-dompet. Seterusnya, faktor pengaruh sosial juga tidak mempunyai perbezaan antara kedua-dua warga. Dalam konteks kajian ini, pengaruh sosial merujuk kepada pengaruh daripada sekitaran responden (rakan, organisasi, keluarga, kerajaan, media dan sebagainya) untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Sebagai contoh, untuk permulaan, mereka dipengaruhi oleh kerajaan, pihak universiti dan media untuk menggunakan aplikasi e-dompet di sebarang transaksi di universiti. Dan terakhir, faktor kebolehpercayaan dan keselamatan, di mana persoalan biasa daripada pengguna, sama ada e-dompet dapat melindungi wang mereka di dalam akaun, dan bolehkah aplikasi tersebut dipercayai dengan tidak menyebarkan maklumat perbankan mereka kepada pihak ketiga.

Manakala terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan usaha jika mereka berniat untuk menggunakan aplikasi e-dompet antara warga UKM dan UUM. Warga UUM dilihat lebih menitikberatkan faktor jangkaan usaha jika mereka berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

4.3.3 Regresi Linear

Analisis regresi digunakan untuk melihat kesan atau pengaruh sesuatu pemboleh ubah tidak bersandar terhadap niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

1. Jangkaan Prestasi (PE) dengan niat untuk menggunakan e-dompet
2. Jangkaan Usaha (EE) dengan niat untuk menggunakan e-dompet
3. Faktor Mudah Guna (FC) dengan niat untuk menggunakan e-dompet
4. Pengaruh Sosial (SI) dengan niat untuk menggunakan e-dompet
5. Keselamatan (S) dengan niat untuk menggunakan e-dompet

6. Kebolehppercayaan (T) dengan niat untuk menggunakan e-dompet

Dua nilai yang perlu diberi perhatian dalam model ini ialah R dan R^2 . R ialah korelasi antara pemboleh ubah tidak bersandar dengan pemboleh ubah bersandar, manakala R^2 menerangkan sumbangan pemboleh ubah tidak bersandar terhadap variasi yang wujud dalam pemboleh ubah bersandar.

Manakala nilai ANOVA akan menjelaskan perkaitan dalam model regresi. Jika nilai $\text{Sig} < 0.05$, maka boleh dirumuskan bahawa terdapat perkaitan antara pemboleh ubah tidak bersandar dan pemboleh ubah bersandar dalam model regresi.

Jadual 4.8

Nilai R, R^2 dan ANOVA untuk Regresi Linear

Pengaruh	Nilai R	Nilai R^2	Nilai ANOVA
Jangkaan prestasi dan niat untuk menggunakan	.619	.384	.000
Jangkaan usaha dan niat untuk menggunakan	.676	.457	.000
Faktor mudah guna dan niat untuk menggunakan	.561	.314	.000
Pengaruh sosial dan niat untuk menggunakan	.601	.362	.000
Keselamatan dan niat untuk menggunakan	.464	.215	.000
Kebolehppercayaan dan niat untuk menggunakan	.575	.331	.000

Berikut adalah kesimpulan yang boleh dibina daripada Jadual 4.8 :

1. Bagi konstruk jangkaan prestasi, 38.4% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh jangkaan prestasi dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.
2. Bagi konstruk jangkaan usaha, 45.7% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh jangkaan usaha dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.
3. Bagi faktor mudah guna, 31.4% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh faktor mudah guna dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.
4. Bagi konstruk pengaruh sosial, 36.2% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.
5. Bagi konstruk keselamatan, 21.5% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh keselamatan dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.
6. Bagi konstruk kebolehpercayaan, 33.1% niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh kebolehpercayaan dan terdapat perkaitan antara niat untuk menggunakan dan jangkaan prestasi.

Regresi linear digunakan untuk menghasilkan hipotesis, sama ada menyokong hipotesis nol atau hipotesis alternatif untuk kajian ini.

4.4 Hasil Keputusan Hipotesis

Bagi mengesahkan hipotesis yang dicadangkan, R^2 antara dua pemboleh ubah telah

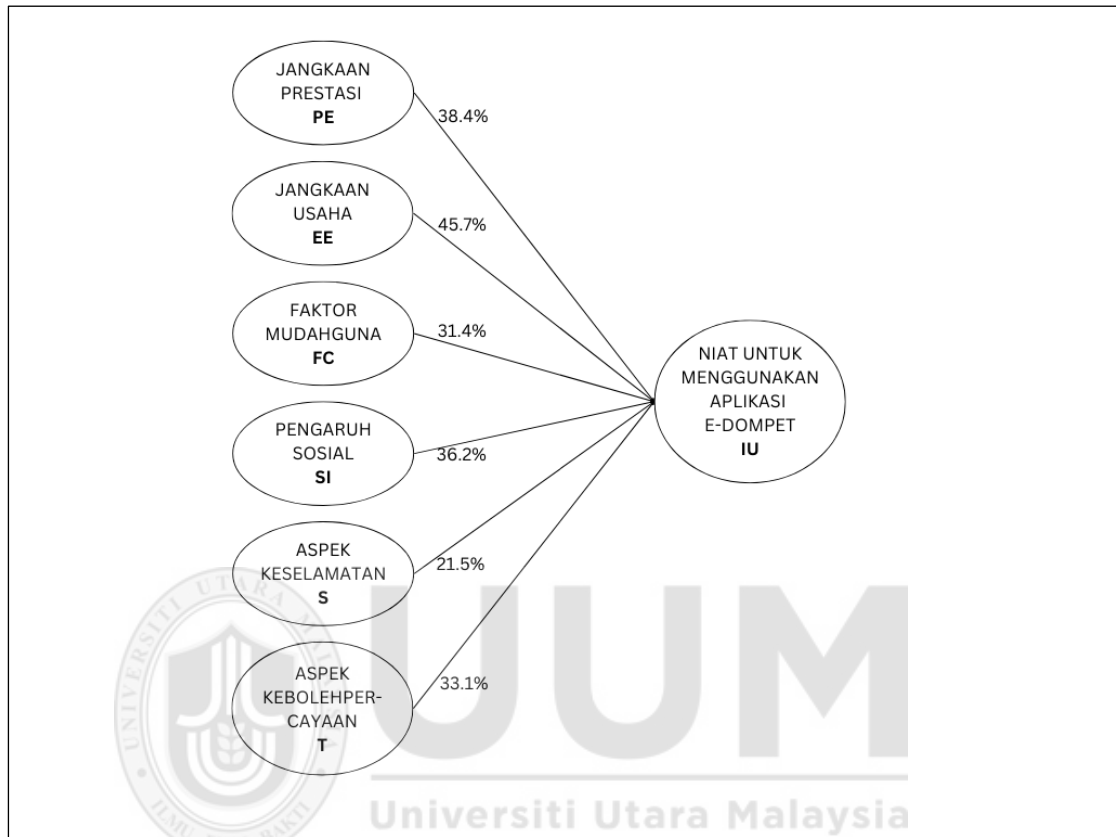
dikaji. Berdasarkan analisis dapatan kajian ini, faktor jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan mempunyai pengaruh kepada niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Analisis kepada hipotesis ini diterangkan di bab lima perbincangan dan rumusan.

Hasil keputusan hipotesis mendapati faktor yang mempunyai pengaruh paling kuat ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet adalah jangkaan usaha (45.7%). Diikuti oleh faktor jangkaan prestasi (38.4%), pengaruh sosial (36.2%), kebolehpercayaan (33.1%), faktor mudah guna (31.4%) dan yang terakhir dan paling kurang pengaruh iaitu faktor keselamatan (21.5%).

Nilai R^2 bernilai rendah (0.215 sehingga 0.457) kerana berlaku *varians error*, di mana majoriti responden tidak berada dalam taburan normal dan kegagalan responden massa memahami soalan serta perbezaan interpretasi soalan.

Jangkaan usaha dilihat sebagai faktor yang paling diutamakan oleh pengguna yang baru menggunakan aplikasi e-dompet dan pengguna sedia ada. Melalui soal selidik yang dilakukan, pengguna mengharapkan aplikasi yang dapat menjadi alternatif terbaik kepada transaksi wang tunai, tetapi sangat mudah digunakan. Di samping dengan kemudahan e-dompet tersebut, perlu disediakan kemudahan lain yang menyokong penggunaan e-dompet iaitu rangkaian internet, dan ketersediaan server pada setiap masa untuk terminal menerima pembayaran ini. Ini terbukti dengan kesediaan Kerajaan menawarkan peranti dan rangkaian internet 5G menerusi skim 5G Rahmah yang dilancarkan pada Ogos 2023, di mana Kerajaan sedang meluaskan inisiatif 5G ke seluruh negara, bertujuan membantu rakyat mendapatkan akses internet yang lebih laju,

untuk melakukan sebarang urusan berkaitan telefon, komunikasi dan aplikasi telefon, dan sebahagian lagi untuk pengurusan kewangan.



Rajah 4.7. Nilai pengaruh setiap pemboleh ubah kepada niat untuk menggunakan aplikasi e-dompot

Faktor jangkaan prestasi (38.4%) dan pengaruh sosial masing-masing mempengaruhi sebanyak 34.8% dan 36.2% kepada niat untuk menggunakan aplikasi e-dompot kerana pengguna juga mementingkan kaedah pembayaran yang lebih pantas dan amaun yang tepat. Pengguna juga melihat bahawa jika budaya menggunakan e-dompot di kalangan rakan-rakan terdekat dapat mempengaruhi mereka untuk turut serta menggunakan e-dompot, di samping usaha iklan yang berterusan oleh Kerajaan.

Manakala 3 faktor lain dilihat kurang mempengaruhi pengguna untuk mula menggunakan atau terus menggunakan aplikasi e-dompet, iaitu kebolehpercayaan (33.1%), faktor mudah guna (31.4%) dan faktor keselamatan (21.5%).

Berdasarkan kajian, pengguna masih memilih jenama e-dompet terkemuka atau aplikasi e-dompet dari kategori *superapp*, kerana janji dan komitmen mereka serta faedah yang ditawarkan dalam bentuk ganjaran, baucar, poin dan *coin*, serta keistimewaan ketika membeli belah.

Selain itu, pengguna juga memerlukan aplikasi yang dapat membantu mereka mengawal perbelanjaan harian, mingguan dan bulanan, serta merekod sebarang transaksi untuk rujukan masa hadapan. Untuk itu, pengguna merasakan bahawa mereka mempunyai pengetahuan untuk mengoperasikan aplikasi tersebut pada sebilang masa.

Manakala faktor keselamatan pula menduduki tangga paling rendah dalam aspek penekanan pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Pengguna masih mementingkan faktor keselamatan aplikasi dalam bentuk keterjaminan wang di dalam aplikasi tersebut, tingkat *firewall* dan enkripsi yang tinggi dan tidak mudah digodam.

4.5 Kesimpulan Bab Empat

Seramai 275 orang responden yang telah terlibat dengan soal selidik, namun begitu hanya 271 borang soal selidik sahaja dapat diproses untuk menjawab kesemua konstruk. Seterusnya, perisian statistik digunakan untuk menganalisis data. Hasil menunjukkan bahawa semua hipotesis alternatif disokong. Bab seterusnya akan membincangkan berkenaan kesimpulan dan perbincangan.

BAB LIMA

PERBINCANGAN DAN RUMUSAN

5.1 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan penemuan kajian untuk dibahasakan. Perbincangan dapatan kajian dilakukan berdasarkan persoalan kajian yang telah dibincangkan dalam bab pertama. Kemudian penyelidik menyatakan sumbangan teori dan praktikal kajian. Jika terdapat kelemahan kajian, cadangan kepada penyelidik masa hadapan akan diutarakan.

5.2 Perbincangan Hasil Kajian

Bagi sub-topik ini, perbincangan mengenai hasil kajian dilakukan berasaskan kepada persoalan kajian yang dinyatakan di dalam bab pertama.

Persoalan kajian 1: Apakah faktor utama yang mendorong pengguna untuk mengguna pakai e-dompet?

Hasil daripada analisis yang dilakukan, niat untuk menggunakan e-dompet dipengaruhi oleh faktor jangkaan prestasi, jangkaan usaha, faktor mudah guna, pengaruh sosial, keselamatan dan kebolehpercayaan.

Hasil analisis mendapati faktor yang mempunyai pengaruh paling kuat ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet adalah jangkaan usaha (45.7%). Diikuti oleh faktor jangkaan prestasi (38.4%), pengaruh sosial (36.2%), kebolehpercayaan (33.1%), faktor mudah guna (31.4%) dan yang terakhir dan paling kurang pengaruh iaitu faktor keselamatan (21.5%).

Jangkaan usaha adalah faktor yang paling diutamakan oleh pengguna yang baru menggunakan aplikasi e-dompet dan pengguna sedia ada. Melalui soal selidik yang dilakukan, pengguna mengharapkan aplikasi yang dapat menjadi alternatif kepada transaksi wang tunai, tetapi sangat mudah digunakan. Mudah disini bermaksud paparan antaramuka yang mudah dan mesra pengguna dan langkah demi langkah yang ringkas.

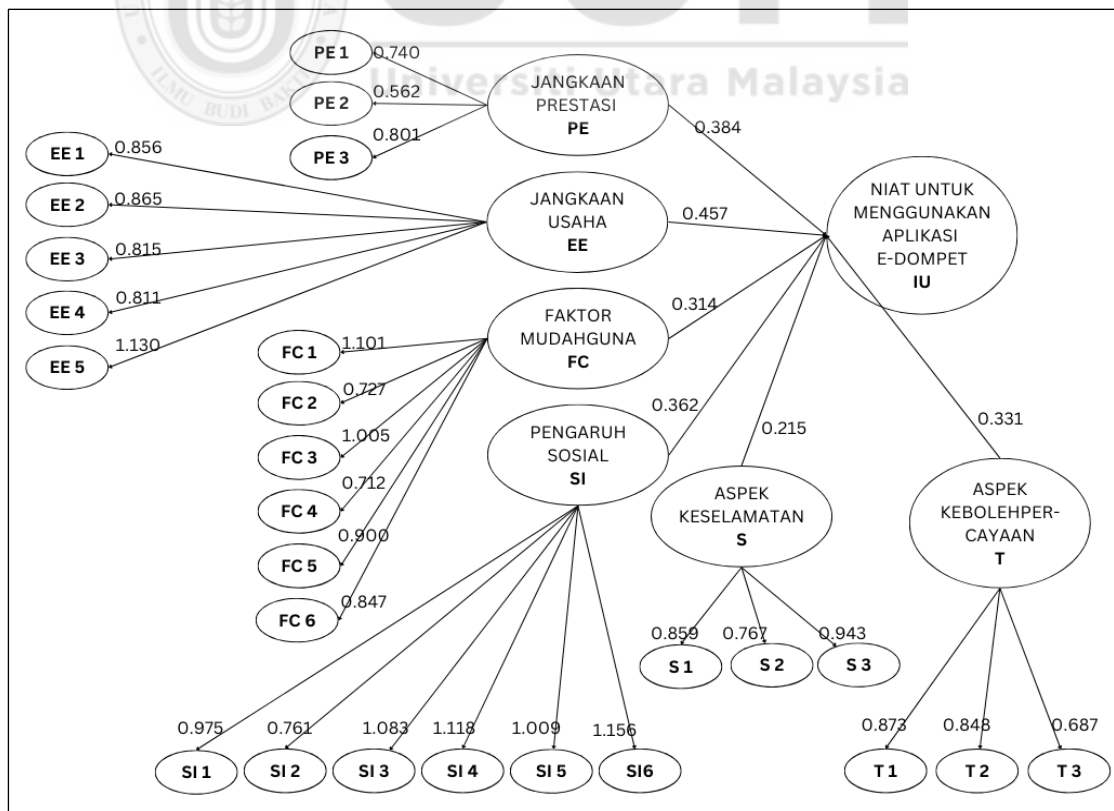
Merujuk kepada sorotan tinjauan daripada keratan akhbar terpilih yang pernah menyiarkan artikel berkaitan isu dan permasalahan dalam menggunakan e-dompet, ternyata antara kriteria yang ditekankan oleh pengguna adalah kemudahan yang diberikan berbanding alternatif pembayaran lain. Di samping dengan kemudahan e-dompet tersebut, perlu disediakan kemudahan lain yang menyokong penggunaan e-dompet iaitu rangkaian internet, dan ketersediaan server pada setiap masa untuk terminal menerima pembayaran ini. Ini terbukti dengan kesediaan Kerajaan menawarkan peranti dan rangkaian internet 5G menerusi skim 5G Rahmah yang dilancarkan pada Ogos 2023, di mana Kerajaan sedang meluaskan inisiatif 5G ke seluruh negara, di samping membantu rakyat mendapatkan internet yang lebih laju, untuk melakukan sebarang urusan, sebahagiannya adalah pengurusan kewangan.

Manakala faktor keselamatan pula menduduki tangga paling rendah dalam aspek penekanan pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Ini tidak bermakna bahawa pengguna tidak menekankan kepada aspek keselamatan, sedangkan aspek keselamatan peranti dan aplikasi adalah aspek yang paling diutamakan di dalam kajian-kajian lain yang lebih spesifik kepada aspek keselamatan. Jika ditinjau kajian-kajian lain yang berkaitan dengan pengurusan kewangan seperti perbankan internet, pembayaran dalam talian dan penggunaan kad debit dan kredit untuk pembayaran,

aspek keselamatan adalah antara yang dititikberatkan oleh pengguna dan juga pengendali.

Untuk kajian ini, bentuk soalan untuk soal selidik adalah lebih kepada bentuk positif, seperti; S1; saya berasa selamat dan terjamin apabila melakukan transaksi melalui aplikasi e-dompet, S2; saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompet kerana bank/pengendali mempunyai mekanisme keselamatan yang mencukupi untuk perlindungan transaksi, dan S3; saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompet kerana kemajuan dalam teknologi memberikan perlindungan yang mencukupi.

Majoriti jawapan yang diberikan oleh responden adalah di skala 1 hingga 3, dan sekaligus mempengaruhi nilai penekanan aspek keselamatan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet iaitu sebanyak 21.5% sahaja berbanding faktor lain.



Rajah 5.1. Kerangka Teori Penyelidikan

Persoalan kajian 2: Sejauh manakah faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet?

Setelah berjaya mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet mengikut keutamaan, persoalan kedua pula adalah untuk mengupas sejauh mana setiap faktor berperanan menyumbang kepada kadar penggunaan ke arah pencapaian matlamat akhir, penggunaan aplikasi e-dompet yang lebih menyeluruh.

Faktor jangkaan usaha seperti, mempelajari kaedah mengendalikan aplikasi e-dompet, kemudahan untuk mengendalikan aplikasi e-dompet, kemudahan untuk menggunakan antara muka aplikasi e-dompet serta proses atau langkah demi langkah pembayaran yang mudah, dikenal pasti mempengaruhi faktor penerimaan dan penggunaan aplikasi e-dompet. Hasil kajian ini adalah selari dengan dapatan kajian yang dilakukan oleh Bommer et al. (2022) yang mengkaji 7 anteseden penggunaan aplikasi e-dompet; nilai-harga, motivasi yang memudahkan (hedonik), keadaan yang memudahkan, pengaruh sosial, jangkaan usaha, jangkaan prestasi dan keselamatan, mereka mendapati bahawa faktor jangkaan usaha memainkan peranan sederhana terhadap kadar penggunaan aplikasi e-dompet.

Seterusnya faktor jangkaan prestasi juga didapati mempengaruhi tahap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Sama Ada dengan menggunakan aplikasi e-dompet dalam transaksi membolehkan pengguna menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat atau dapat meningkatkan prestasi transaksi dari aspek ketepatan pembayaran. Hasil kajian ini adalah selari dengan dapatan kajian lepas pengkaji

tempatan yang mengkaji kadar penggunaan e-dompet adalah disebabkan oleh faktor jangkaan prestasi (Shane et al., 2022). Dalam kajian tersebut, mereka tidak memfokuskan kepada mana-mana kategori pengguna aplikasi e-dompet, sebaliknya sampel kajian tersebut memfokuskan kepada pengguna aplikasi e-dompet secara umum di Malaysia. Dapatan kajian tersebut menunjukkan bahawa di kalangan pengguna e-dompet umum, jika lebih tinggi jangkaan prestasi, lebih tinggi kadar penggunaan aplikasi e-dompet. Jangkaan prestasi adalah apabila pengguna mendapati bahawa teknologi sangat berguna dalam situasi masa kini. Berbagai kajian antarabangsa juga mendapati bahawa kemudahan dan prestasi adalah faktor penting apabila melibatkan niat pengguna untuk menggunakan perkhidmatan e-dompet (Al-Saedi et al., 2020; Daragmeh et al., 2021). Kajian oleh Yang et al. (2021) menyatakan bahawa jangkaan prestasi atau kebergunaan adalah pemboleh ubah utama yang dianggap mempengaruhi niat dan penggunaan perkhidmatan e-dompet dan telah terbukti memberi kesan positif. Kajian lepas oleh Malik et al. (2017) menyimpulkan bahawa pengguna mendapati jangkaan prestasi mempunyai pengaruh penting dalam penggunaan berterusan aplikasi e-dompet. Begitu juga kajian oleh Bommer, beliau menyatakan bahawa jangkaan prestasi berperanan sederhana dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi e-dompet.

Dalam kajian ini juga, aspek pengaruh sosial telah dikenal pasti mempunyai pengaruh positif dalam mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Bagi konteks kajian ini, pengaruh sosial merujuk kepada pengaruh daripada sekitaran responden (rakan, organisasi, keluarga, kerajaan, media dan sebagainya) untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Kajian ini menjelaskan bahawa apabila individu mula dipengaruhi atau terpengaruh oleh sesetengah pihak (sama ada pihak berkepentingan seperti Kerajaan, pihak universiti, peniaga, konsesi tol dan sebagainya, atau pihak tidak

berkepentingan, seperti rakan sekerja, komuniti dan sebagainya), mereka mulai membina keyakinan untuk menggunakan aplikasi e-dompet dan menyasarkan untuk memfokuskan kepada konstruk lain pula untuk menyokong justifikasi penggunaan aplikasi e-dompet. Sebagai contoh, untuk permulaan, mereka dipengaruhi oleh kerajaan dan media untuk memasang aplikasi e-dompet di telefon bimbit melalui pemberian insentif dan galakan. Kemudian selepas menggunakan aplikasi ini untuk kali pertama, mereka mula memikirkan adakah aplikasi e-dompet ini selamat untuk digunakan, benar-benar memudahkan transaksi, mempercepatkan urusan dan sebagainya. Dapatan kajian ini selari dengan hasil kajian oleh Yang et al. (2021) dan Laywill et al. (2020) di mana mereka mendapati bahawa pengaruh sosial mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan niat untuk menggunakan. Hasil kajian mereka menunjukkan bahawa apabila individu mula terpengaruh atau dipengaruhi oleh keluarga dan rakan-rakan yang menggunakan sesetengah jenama e-dompet, semakin tinggi niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Bommer turut menyatakan bahawa pengaruh sosial memainkan peranan dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi e-dompet, dan adalah kunci paling berkesan untuk memahami niat pengguna untuk menggunakan e-dompet.

Seterusnya, faktor kebolehpercayaan dan keselamatan; apakah tahap keselamatan sesuatu aplikasi e-dompet dalam melindungi wang mereka, dan bolehkah aplikasi tersebut dipercayai; turut dikenal pasti memberi pengaruh positif dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Dalam konteks keselamatan, responden berasa selamat dan terjamin apabila melakukan transaksi melalui aplikasi e-dompet, serta mereka merasakan bahawa bank dan operator mempunyai mekanisme keselamatan yang mencukupi untuk perlindungan transaksi dan data. Selain itu, mereka

turut merasa yakin bahawa dengan peningkatan dan tahap kemajuan dalam teknologi memberikan perlindungan yang mencukupi daripada sebarang anasir jahat yang cuba memanipulasi wang mereka di dalam aplikasi e-dompet. Manakala, di pihak operator pula, demi untuk meraih kepercayaan pengguna, operator e-dompet sangat serius dengan komitmen mereka dalam memenuhi janji dengan sentiasa meningkatkan aspek keselamatan aplikasi mereka dari semasa ke semasa. Pihak pemilik aplikasi kerap menganjurkan seminar penerangan berkaitan keutamaan keselamatan aplikasi mereka, menganjurkan pertandingan *hackathon* bertujuan untuk membantu meningkatkan sekuriti aplikasi serta menilai tahap keberkesanan *firewall* mereka dari sudut pandang pengguna umum. Mereka juga sentiasa memantau aktiviti akaun pengguna untuk mengenal pasti transaksi yang mencurigakan. Terdapat juga aplikasi e-dompet yang memerlukan pengguna untuk melakukan pengesahan biometrik seperti pengesahan cap jari, atau pengesahan 2 langkah (pihak operator akan menghantar OTP, dan meminta no PIN) sebelum pengguna dapat mengakses kandungan e-dompet atau melakukan sebarang transaksi.

Bagi konteks kajian ini, tahap keselamatan dan kebolehpercayaan dilihat sebagai antara faktor pendorong yang menentukan sama ada pengguna ingin terus menggunakan aplikasi e-dompet secara konsisten, atau tidak konsisten atau terus tidak menggunakannya jika mereka mempunyai pengalaman buruk setidaknya sekali ketika berurusan menggunakan aplikasi e-dompet. Hasil kajian Prasad & Arivazhagan (2021) yang mengkaji berkaitan kepercayaan di dalam penggunaan aplikasi e-dompet juga menyokong bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet di mana mereka menyatakan bahawa teknologi merupakan penyumbang utama kepada faktor kepercayaan dalam kalangan responden.

Ia juga menunjukkan bahawa tahap kepercayaan pasti akan meningkat jika produk dirujuk oleh sebuah kumpulan yang lebih spesifik. Mereka juga menganggap bahawa syarikat yang mengoperasikan e-dompet telah melakukan kerja yang baik dalam menyebarkan kesedaran tentang kemajuan keselamatan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna. Kepercayaan terhadap keselamatan ini juga telah membawa kepada rujukan dengan pengguna yang yakin mengesyorkan jenama tertentu aplikasi e-dompet kepada kumpulan sosial mereka. Manakala penyelidikan oleh Karim et al. (2020) merumuskan bahawa privasi dan keselamatan menjadi kebimbangan utama di kalangan generasi muda untuk menggunakan teknologi digital, di mana ia adalah salah satu dimensi prasyarat yang harus dititikberatkan oleh penyedia e-dompet untuk mewujudkan niat positif untuk menggunakan e-dompet di kalangan pengguna. Tanpa perlindungan privasi dan keselamatan yang sewajarnya, pelanggan akan berhati-hati menggunakan teknologi e-dompet (Tsu Wei et al., 2009).

Terakhir, faktor kemudahan juga memberikan persepsi kepada prospek dan pengguna samada aplikasi e-dompet ini benar-benar memudahkan mereka ketika berurusan, atau sama tahap kemudahan ketika menggunakan wang tunai, atau lebih menyukarkan berbanding menggunakan wang tunai. Penyedia aplikasi e-dompet didapati kerap mengemaskini aplikasi mereka, sama ada untuk meningkatkan tahap keselamatan aplikasi dan melindungi data, serta juga untuk menjadikan aplikasi lebih mesra pengguna dari aspek antara muka, lebih lancar dan memastikan keserasian. Faktor mudah guna lain juga dipengaruhi oleh faktor rangkaian seperti kelajuan internet, jumlah data serta kawasan liputan dan juga penggunaan telefon pintar itu sendiri samada menyokong aplikasi e-dompet atau tidak serta kapasiti memori telefon.

Kerajaan telah melancarkan pelbagai inisiatif untuk menggalakkan rakyat menggunakan kemudahan yang melibatkan penggunaan internet, termasuk pembayaran tanpa sentuh. Antaranya adalah dengan memasang lebih banyak tiang pintar (*smart pole*) sebagai pemancar internet di seluruh Malaysia, serta memperkenalkan Pakej Perpaduan Jalur Lebar Malaysia Madani bagi memudahkan rakyat mengakses internet dengan laju dan melakukan sebarang transaksi dengan lancar di mana sahaja. Selain faktor kawalan terhadap aspek teknikal, pengguna juga merasakan bahawa mereka mempunyai kawalan perbelanjaan yang lebih baik jika berterusan menggunakan aplikasi e-dompet. Pengendali e-dompet juga dirasakan telah menyediakan arahan yang mencukupi tentang tatacara menggunakan aplikasi e-dompet mereka, dan menyediakan sokongan pelanggan yang mencukupi untuk membantu menyelesaikan masalah dan kesulitan aplikasi e-dompet yang mencukupi jika masalah timbul.

Terdapat juga penyedia aplikasi e-dompet yang menyediakan sokongan melalui panggilan telefon. Medium lain adalah melalui *live chat*, e-mel dan FAQ. Sekali lagi, kajian daripada Shane et al. (2022) juga menyatakan bahawa lebih tinggi keadaan memudahkan tercapai, lebih besar kesannya terhadap kadar penembusan penggunaan perkhidmatan e-dompet. Ia adalah selaras dengan banyak kajian lepas juga di mana keadaan memudahkan menggalakkan pengguna untuk menggunakan platform e-dompet [(Havidz et al., 2018; See & Goh, 2020; Tusyanah et al., 2021; Yang et al., 2021)]. Infrastruktur teknikal dan penerangan tentang cara menggunakan teknologi tertentu sememangnya boleh memberi kesan yang ketara kepada penggunaan perkhidmatan e-dompet pengguna. Menurut Malik et al. (2017), keadaan memudahkan telah muncul sebagai faktor penting dalam kajian temu bual kumpulan mereka dan ia terbukti mempunyai hubungan yang positif dengan penggunaan platform aplikasi

mudah alih. Satu lagi kajian oleh Chawla & Joshi (2020) juga menyebut bahawa keadaan memudahkan adalah antara faktor terpenting yang menyokong niat untuk menggunakan e-dompet. Dapatan kajian ini juga konsisten dengan dapatan Bommer bahawa faktor kemudahan memainkan peranan penting dalam kadar penembusan penggunaan aplikasi e-dompet.

Sebagai rumusan, kesemua konstruk yang dikaji, dilihat mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

Persoalan kajian 3: Adakah terdapat sebarang perbezaan dalam penggunaan e-dompet berdasarkan kriteria lokaliti pengguna?

Bagi menjawab persoalan kajian ketiga, dua lokasi telah dipilih bagi mewakili geografi berbeza. UKM kampus Bangi dan KL dipilih mewakili lokaliti bandar, manakala UUM kampus Sintok dipilih mewakili lokaliti luar bandar. Sebagai rumusan, bagi kedua-dua warga universiti, tidak terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan prestasi, faktor mudah guna, pengaruh sosial, tahap keselamatan dan kebolehpercayaan antara warga UKM dan UUM jika mereka berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

Majoriti pengguna tidak kira geografi mereka berada amat mementingkan aplikasi yang dapat mempercepatkan dan mempermudah kehidupan dan aktiviti seharian mereka, termasuk transaksi pembayaran, termasuk meningkatkan prestasi transaksi dari aspek ketepatan pembayaran. Faktor kemudahan pula memberikan persepsi sama ada aplikasi e-dompet ini benar-benar memudahkan mereka ketika membuat pembayaran. Faktor mudah guna ini juga dipengaruhi oleh faktor teknikal seperti kelajuan internet, jumlah

data serta kawasan liputan dan juga penggunaan telefon pintar itu sendiri samada menyokong aplikasi e-dompet atau tidak serta kapasiti memori telefon. Selain faktor kawalan terhadap aspek teknikal, pengguna juga mempertimbangkan jika mereka mempunyai kawalan perbelanjaan yang lebih baik jika menggunakan aplikasi e-dompet. Pengendali e-dompet juga menyediakan sokongan teknikal yang mencukupi berkenaan penggunaan e-dompet. Seterusnya, faktor pengaruh sosial juga tidak mempunyai perbezaan antara kedua-dua warga. Dalam konteks kajian ini, pengaruh sosial merujuk kepada pengaruh daripada sekitaran responden (rakan, organisasi, keluarga, kerajaan, media dan sebagainya) untuk menggunakan aplikasi e-dompet. Sebagai contoh, untuk permulaan, mereka dipengaruhi oleh kerajaan, pihak universiti dan media untuk menggunakan aplikasi e-dompet di sebarang transaksi di universiti. Dan terakhir, faktor kebolehpercayaan dan keselamatan, di mana persoalan biasa daripada pengguna, sama ada e-dompet dapat melindungi wang mereka di dalam akaun, dan bolehkah aplikasi tersebut dipercayai dengan tidak menyebarkan maklumat perbankan mereka kepada pihak ketiga.

Manakala terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan usaha jika mereka berniat untuk menggunakan aplikasi e-dompet antara warga UKM dan UUM. Warga UUM dilihat lebih menitikberatkan faktor jangkaan usaha jika mereka berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet.

Penyelidikan ini memberi tumpuan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet di kalangan warga UKM dan UUM. Jadual 5.1 merumuskan kembali persoalan kajian, objektif kajian, kaedah-kaedah pengukuran yang digunakan, dan dapatan. Setelah menjawab kesemua persoalan kajian, kajian ini

dilihat signifikan, dan dapat menjawab ketiga-tiga objektif kajian.

Jadual 5.1

Senarai persoalan kajian, objektif kajian, kaedah pengukuran yang digunakan dan dapatan kajian

Persoalan Kajian dan Objektif Kajian	Kaedah Pengukuran	Dapatan
Persoalan kajian Apakah faktor utama yang mendorong pengguna untuk menggunakan e-dompet? Objektif kajian Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi e-dompet.	Regresi Linear	Pengaruh paling kuat ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet adalah; Jangkaan usaha (45.7%); Jangkaan prestasi (38.4%); Pengaruh sosial (36.2%); Kebolehpercayaan (33.1%); Faktor mudah guna (31.4%) Faktor keselamatan (21.5%)
Persoalan kajian Sejauh manakah faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas niat untuk menggunakan aplikasi e-dompet? Objektif kajian Untuk menyelidik faktor-faktor yang dikenal pasti mempunyai	Weightage <i>result</i> daripada soal selidik	Setiap 29 jawapan daripada setiap responden diberi nilai 1 hingga 5. Markah 4 dan 5 akan ditanda sebagai faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan ewallet. Senarai pengaruh yang kuat disenaraikan untuk menjawab persoalan kajian.

Jadual 5.1 (sambungan)

pengaruh yang signifikan ke
atas niat untuk menggunakan
aplikasi e-dompet

Persoalan kajian	<i>Paired t-Test</i>	
Adakah terdapat sebarang perbezaan dalam penggunaan e-dompet berdasarkan kriteria lokaliti pengguna?		Terdapat perbezaan signifikan bagi faktor jangkaan usaha jika mereka berniat untuk menggunakan aplikasi e- dompet antara warga UKM dan UUM. Warga UUM dilihat lebih menitikberatkan faktor jangkaan usaha jika mereka berminat untuk menggunakan aplikasi e-dompet (82.6%).
Objektif kajian		Tidak terdapat perbezaan signifikan bagi pembolehubah yang lain.
Untuk meninjau jika terdapat perbezaan dalam penggunaan e-dompet berdasarkan kriteria lokaliti pengguna.		

5.3 Sumbangan Secara Teori

Dengan mengesahkan model penyelidikan bersepadu secara empirikal, kerja ini banyak menambah badan kesusasteraan mengenai UTAUT. Dalam kajian ini, rangka kerja teori diwujudkan untuk mengarahkan kursus pemboleh ubah bebas dan bersandar. Satu model telah dicipta hasil daripada gabungan pelbagai struktur.

5.4 Sumbangan Secara Praktikal

Kajian ini mempunyai beberapa sumbangan dalam kehidupan sebenar. Sebagai permulaan, kajian ini menerangkan tahap kesedaran warga kedua-dua buah universiti yang dikaji terhadap penggunaan e-dompet.

Menurut data demografi responden, dan analisis di kalangan mereka, pelajar perempuan berumur di antara 18-27 tahun, mempunyai taraf pendidikan ketiga dan telah menggunakan aplikasi e-dompet selama 1-4 tahun adalah kategori sasaran yang kerap menggunakan perbankan dalam talian seperti penggunaan aplikasi e-dompet dan sangat bergantung kepada telefon pintar dan teknologi semasa dalam menjalani aktiviti seharian. Mereka memerlukan sedikit galakan untuk kerap menggunakan e-dompet di dalam kehidupan seharian. Terdapat juga warga yang baru menggunakan aplikasi e-dompet, dan mereka memerlukan sedikit dorongan untuk terus menggunakan aplikasi e-dompet. Golongan ini hanya menggunakan aplikasi e-dompet yang disediakan oleh *superapp*. Sebagai contoh, jika sesebuah entiti perniagaan yang ingin meletakkan mesin jualan layan diri (*vending machine*), mereka boleh menggunakan hasil kajian ini dengan memfokuskan lokasi asrama pelajar perempuan yang telah berada di tahun 2 dan ke atas. Manakala pengusaha kedai makanan juga boleh menyasarkan pelajar perempuan sebagai sasaran pasaran kerana mereka kerap memesan makanan menggunakan aplikasi dan kerap membayar menggunakan aplikasi e-dompet.

Sumbangan seterusnya pula, dengan mendedahkan apakah senarai pengaruh yang dapat mempengaruhi pengguna atau pertimbangan mereka jika mereka mahu menggunakan aplikasi e-dompet, vendor yang menggunakan perkhidmatan e-dompet mendapat gambaran sebenar situasi dan menyesuaikan pembayaran tanpa tunai dengan prospek,

seperti menyediakan prasarana yang lebih mesra pengguna, lokasi premis atau mesin dan menyediakan sokongan jika berlaku sebarang isu.

Selain itu, kajian ini juga dapat memberi sumbangan kepada operator e-dompet dalam usaha mereka untuk menembusi pasaran e-dompet dengan lebih bersasar. Mereka boleh mempertimbangkan kesesuaian mengikut lokasi, demografi prospek dan keperluan prospek jika mereka berniat untuk menggunakan aplikasi e-dompet dengan lebih konsisten.

5.5 Limitasi dan Cadangan Lanjutan Kajian

Maklum balas pengguna dari negeri lain tidak diambil kira kerana kajian ini hanya memilih responden yang dipilih di UKM (mewakili kawasan bandar) dan UUM (mewakili kawasan luar bandar) sahaja. Di samping itu, kajian ini terhad kepada kajian kasual. Penemuan mungkin tidak boleh digunakan untuk menyokong model lain yang berkaitan kerana ia bertujuan untuk mengkaji kekuatan korelasi antara konstruk. Akhir sekali, kajian ini adalah kajian laporan sendiri di mana responden yang sama menilai diri mereka sendiri secara bebas pada konstruk kajian. Dengan pelaporan diri, setiap peserta mesti melengkapkan soalan berdasarkan pengetahuan dan penilaian unik mereka sendiri untuk kajian tertentu.

Untuk kajian ini, menyiasat prestasi, usaha, kemudahan, pengaruh sosial, keselamatan, kepercayaan dan penggunaan e-dompet oleh seorang responden akan membawa kepada jangkaan sosial. Operator aplikasi e-dompet mungkin mempunyai persepsi yang berbeza terhadap pelanggan / responden kerana mereka responden kajian adalah berbeza dari aspek lokaliti, lingkungan umur, pendapatan, kekerapan penggunaan dan

perbelanjaan. Oleh itu, operator aplikasi e-dompet harus mengenal pasti secara spesifik pelanggan yang kerap menggunakan produk mereka dan mendapatkan maklum balas daripada pelanggan setia mereka untuk meminimumkan kecenderungan sosial.

Terdapat beberapa cadangan yang mungkin boleh digunakan oleh penyelidik masa depan untuk menyelesaikan kekangan selepas beberapa struktur disiasat sepanjang proses. Penyelidikan masa depan harus terlebih dahulu meluaskan generasi yang dikaji dan memberi tumpuan kepada responden yang lebih muda. Penyelidik masa depan juga disarankan untuk menekankan aspek keselamatan sebagai faktor penggunaan aplikasi e-dompet ini. Penyelidik juga dicadangkan untuk mengkaji tahap penggunaan aplikasi e-dompet di kalangan negara berjiran dengan Malaysia, memandangkan rakyat dari negara jiran kerap mengunjungi Malaysia samada sebagai pelancong, sebagai pekerja atau untuk melawat harta atau saudara mereka atau yang paling penting berbelanja di Malaysia. Potensi ini dapat digunakan jika mereka juga mula beralih kepada penggunaan e-dompet untuk berbelanja di Malaysia. Negara jiran mungkin berhadapan tahap pendedahan teknologi yang berbeza-beza, terutamanya teknologi kewangan seperti aplikasi e-dompet.

5.6 Rumusan Kajian

Matlamat kajian ini adalah untuk menentukan sejauh mana penggunaan e-dompet dalam kalangan warga UKM dan UUM. Dengan matlamat menggunakan penggunaan e-dompet sebagai pemboleh ubah bersandar, prestasi, usaha, kemudahan, pengaruh sosial, keselamatan dan kepercayaan telah diperiksa sebagai faktor berkaitan penerimaan. Terdapat 375 soal selidik yang diedarkan secara keseluruhan, dan 275 daripadanya telah dikembalikan. Semua maklumat yang di kumpul melalui soal selidik

telah dianalisis secara deskriptif. Dengan menyiasat faktor yang mempengaruhi penggunaan e-dompet di kalangan warga universiti, kajian ini dapat mencapai matlamat penyelidikannya. Hasilnya, kesimpulan dibentangkan dalam bab ini berdasarkan analisis. Penggunaan e-dompet paling dipengaruhi oleh jangkaan usaha, diikuti oleh faktor jangkaan prestasi, pengaruh sosial, kebolehpercayaan, faktor mudah guna dan yang terakhir dan paling kurang pengaruh iaitu faktor keselamatan.

Hasil dan kesimpulan kajian ini mungkin menawarkan gambaran situasi penerimaan semasa aplikasi e-dompet kepada para operator e-dompet, dan vendor serta pemilik perniagaan yang menerima pembayaran melalui e-dompet untuk menyampaikan perkhidmatan yang lebih berkesan. Selain itu, pemilik perniagaan semasa boleh menumpukan perhatian pada aspek yang akan meningkatkan perkhidmatan e-dompet manakala pemilik perniagaan masa depan boleh mempelajari perkara yang pelanggan mahukan daripada e-dompet. Institusi kewangan juga boleh meningkatkan tahap keselamatan dan kebolehpercayaan transaksi untuk merangsang lebih banyak minat pelanggan untuk menggunakan e-dompet. Hasilnya, mereka akan dapat mengukuhkan kapasiti dan jenama mereka untuk persaingan pasaran.

Terakhir, walaupun negara dilanda wabak COVID-19 dan telah serba sedikit menjatuhkan ekonomi negara, tetapi ia juga telah mewujudkan keadaan yang menggalakkan bagi beberapa situasi untuk berkembang, terutamanya seperti pembelian dalam talian dan semestinya penggunaan transaksi tanpa tunai dan pembayaran tanpa sentuh yang kini telah dilihat mampu merancakkan ekonomi negara, terutama sekali, penggunaan e-dompet adalah salah satunya.

RUJUKAN

- Aboobucker, I., & Bao, Y. (2018). What obstruct customer acceptance of internet banking? Security and privacy, risk, trust and website usability and the role of moderators. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 109–123. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2018.04.010>
- Adhar, Z. (2020, January 24). *e-Tunai: Cabaran sekuriti privasi pengguna*. HarakahDaily. <https://harakahdaily.net/index.php/2020/01/21/e-tunai-cabaran-sekuriti-privasi-pengguna/>
- Admin. (2019, November 1). *e-dompet atau e-wallet*. Retrieved May 8, 2022, from <https://www.mywilayah.com/2019/10/e-dompet-atau-e-wallet.html>
- Admin. (2021, July 24). *Evolving Trends in Vending*. Apriva. Retrieved April 6, 2022, from <https://payments.apriva.com/evolving-trends-in-vending/>
- Aguirre, E., Mahr, D., Grewal, D., De Ruyter, K., & Wetzels, M. (2015). Unraveling the Personalization Paradox: The Effect of Information Collection and Trust-Building Strategies on Online Advertisement Effectiveness. *Journal of Retailing*, 91(1), 34–49. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.09.005>
- Ahmad, Prof. Dr., Khan, M. I., & Jan, M. T. (2010). Online Banking Acceptance in Malaysia: A Students' Behaviour Perspective. *Malaysian Management Review*, Jul-Dec 2010.
- Ahmad, S. (2021, April 7). *Selangor mungkin wajibkan peniaga kecil guna e-wallet*. Berita Harian. <https://www.bharian.com.my/berita/wilayah/2021/04/804518/selangor-mungkin-wajibkan-peniaga-kecil-guna-e-wallet>
- AIA. (n.d.). *E-Wallets, Convenient Or Complicated?* <https://www.aia.com.my.https://www.aia.com.my/en/what-matters/finance/e-wallets-convenient-or-complicated.html>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice Hall.
- alliedwallet. (2017, August 2). *Why Secure E-Wallets Are Gaining a Competitive Edge*. <https://www.alliedwallet.com>. Retrieved May 3, 2022, from

<https://www.alliedwallet.com/blog/blog-posts/secure-e-wallets-gaining-competitive-edge/>

- Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Aldraiweesh, A. A., Alamri, M. M., Aljarboa, N. A., Alturki, U., & Aljeraiwi, A. A. (2019). Integrating Technology Acceptance Model With Innovation Diffusion Theory: An Empirical Investigation on Students' Intention to Use E-Learning Systems. *IEEE Access*, 7, 26797–26809. <https://doi.org/10.1109/access.2019.2899368>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62, 101293. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Amit, P. R., & Kameshvari, B. J. (2012). A Study on Consumer Behaviour of Organized and Unorganized Retail Outlets in Vadodara City. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(4), 466–474.
- Anis, M. N. (2021, June 1). e-wallet credit increases to RM150 under eBelia Programme. *The Star*. <https://www.thestar.com.my/news/nation/2021/06/01/e-wallet-credit-increases-to-rm150-under-ebelia-programme>
- Arcand, M., Promtep, S., Brun, I., & Rajaobelina, L. (2017). Mobile banking service quality and customer relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1068–1089. <https://doi.org/10.1108/ijbm-10-2015-0150>
- Arof, F. M. (2021, September 11). *Ekonomi digital pulihkan negara*. Utusan Digital. <https://www.utusan.com.my/rencana/2021/09/ekonomi-digital-pulihkan-negara/>
- Attuquayefio, S. N., & Addo, H. (2014). Using the UTAUT model to analyze students' ICT adoption. *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology*, 10(3), 75–86. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1059042.pdf>
- Babulal, V. (2020, January 19). Petty traders, consumers not keen on e-wallet. <https://www.nst.com.my>.
- Baharuddin, R., Singh, D., & Razali, R. (2013). Usability Dimensions for Mobile Applications-A Review. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 11(9), 2225–2231. <https://doi.org/10.19026/rjaset.5.4776>

- Balaji, M. S., Roy, S. K., Sengupta, A., & Chong, A. (2018). User Acceptance of IoT Applications in Retail Industry. *Technology Adoption and Social Issues*, 1331–1352. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5201-7.ch061>
- Basu, A., & Muylle, S. (2011). Assessing and enhancing e-business processes. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(4), 437–499. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.12.001>
- Bell, B. (2022). *Business Research Methods 6th Edition* (6th ed.). Oxford University Press, USA.
- Bernama. (2020a, February 12). *Rakyat Kelantan mahu lebih banyak premis tawar khidmat e-Tunai*. Sinar Harian. <https://www.sinarharian.com.my/article/69706/BERITA/Nasional/Rakyat-Kelantan-mahu-lebih-banyak-premis-tawar-khidmat-e-Tunai>
- Bernama. (2020b, February 20). *E-dompot: Aspirasi kerajaan ke arah warga tanpa tunai*. Malaysiakini. <https://www.malaysiakini.com/news/511496>
- Bernama. (2023, July 1). Padah cuba tukar kredit eBeliaRahmah kepada tunai. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2023/07/1121054/padah-cuba-tukar-kredit-ebeliarahmah-kepada-tunai>
- Beyari, H., & Abareshi, A. (2018). The Interaction of Trust and Social Influence Factors in the Social Commerce Environment. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 931–944. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99007-1_86
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Birruntha. (2021, October 18). Pandemic pushes more than 80% growth for e-wallet players. <https://themalaysianreserve.com>. <https://themalaysianreserve.com/2021/10/18/pandemic-pushes-more-than-80-growth-for-e-wallet-players/>
- Boey, E. (2020, August 17). *Finance - Digital payments give users more bang for their ringgit*. The Edge Markets. <https://www.theedgemarkets.com/article/finance-digital-payments-give-users-more-bang-their-ringgit>
- Bommer, W. H., Rana, S., & Milevoj, E. (2022). A meta-analysis of eWallet adoption using the UTAUT model. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 791–819. <https://doi.org/10.1108/ijbm-06-2021-0258>

- BOTS team. (2022, December 30). Man loses RM1,900 in less than 5 minutes after TnG e-wallet “hacked.” <https://www.nst.com.my>.
- Budu, K. W. A., Yinping, M., & Mireku, K. K. (2018). Investigating The Effect of Behavioral Intention on E-learning Systems Usage: Empirical Study on Tertiary Education Institutions in Ghana. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9(3), 201–216. <https://doi.org/10.2478/mjss-2018-0062>
- Burns, A. C., & Bush, R. F. (2023). *Marketing Research: Online Research Applications & Spss 13.0- Student* (5th ed.). Pearson College Div.
- BusinessToday. (2020, December 30). Covid-19 has compelled 6 in 10 Malaysians to depend more on contactless payments, says UOB study. [businessstoday.com.my](https://www.businesstoday.com.my/2020/12/30/covid-19-has-compelled-6-in-10-malaysians-to-depend-more-on-contactless-payments-says-uob-study/). <https://www.businesstoday.com.my/2020/12/30/covid-19-has-compelled-6-in-10-malaysians-to-depend-more-on-contactless-payments-says-uob-study/>
- Byrne, B. M. (2022). *Structural Equation Modeling With Amos: Basic Concepts Applications And Programming 3Rd Edition*. T&F INDIA.
- Cambridge Dictionary. (2022a). *consumer definition: 1. a person who buys goods or services for their own use: 2. a person who buys goods or services. . . . Learn more*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/consumer>
- Cambridge Dictionary. (2022b). *digital wallet definition: a way of storing a user’s digital cash and online shopping information: . Learn more*. Retrieved December 31, 2022, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digital-wallet>
- Cambridge Dictionary. (2022c). *retailer definition: 1. a person, shop, or business that sells goods to the public: 2. a person, shop, or business that. . . . Learn more*.
- Chan, F., Thong, J., Venkatesh, V., Brown, S., Hu, P., & Tam, K. (2010). Modeling Citizen Satisfaction with Mandatory Adoption of an E-Government Technology. *Journal of the Association for Information Systems*, 11(10), 519–549. <https://doi.org/10.17705/1jais.00239>
- Chao, S. L., & Lin, P. S. (2009). Critical factors affecting the adoption of container security service: The shippers’ perspective. *International Journal of Production Economics*, 122(1), 67–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.12.021>

- Chauhan, M., & Shingari, I. (2017). Future of e-Wallets: A Perspective From Under Graduates'. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 7(8), 146. <https://doi.org/10.23956/ijarcsse.v7i8.42>
- Chauhan, P. (2013). E-wallet: The Trusted Partner In Our Pocket. *International Journal for Research in Management and Pharmacy*, Vol. 2(4).
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483–504.
<https://doi.org/10.1108/fs-11-2019-0094>
- Chen, Y., Mao, Z., & Qiu, J. L. (2018). *Super-sticky WeChat and Chinese Society*. Emerald Group Publishing.
- Cheng, T. E., Lam, D. Y., & Yeung, A. C. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572.
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.01.002>
- Cheong, S. N., Ling, H. C., & Teh, P. L. (2014). Secure Encrypted Steganography Graphical Password scheme for Near Field Communication smartphone access control system. *Expert Systems With Applications*, 41(7), 3561–3568.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2013.10.060>
- Chien, Y. Y., Cheng, C. C., & Tsai, M. C. (2018). Upgrading service quality of mobile banking. *International Journal of Mobile Communications*, 16(1), 82.
<https://doi.org/10.1504/ijmc.2018.10007782>
- Chiou, J. S., & Shen, C. C. (2012). The antecedents of online financial service adoption: the impact of physical banking services on Internet banking acceptance. *Behaviour & Information Technology*, 31(9), 859–871.
<https://doi.org/10.1080/0144929x.2010.549509>
- Chiu, J. L., Bool, N. C., & Chiu, C. L. (2017). Challenges and factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking services in the Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 246–278. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2017-029>
- Choose a category and tags for your app or game - Play Console Help. (n.d.).
<https://support.google.com>. Retrieved January 2, 2022, from
<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9859673?hl=en>

- Coakes, S. J. (2009). *SPSS: Analysis Without Anguish Using SPSS Version 17.0 for Windows* (1st ed.). Wiley.
- Comănescu, A. Șerban. (2018). Current Consumer Behaviour. “Ovidius” University Annals, *Economic Sciences Series, Vol 19*(Issue 2), 589–597.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98–104.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.1.98>
- Cox, D. F., & Rich, S. U. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision-Making: The Case of Telephone Shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32.
<https://doi.org/10.2307/3150375>
- Cunningham, S. M. (1967). The Major Dimensions of Perceived Risk. *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, 82–111.
- Curran, J. M., & Meuter, M. L. (2005). Self-service technology adoption: comparing three technologies. *Journal of Services Marketing*, 19(2), 103–113.
<https://doi.org/10.1108/08876040510591411>
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous Intention to Use E-Wallet in the Context of the COVID-19 Pandemic: Integrating the Health Belief Model (HBM) and Technology Continuous Theory (TCT). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 132.
<https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Davenport, T. H., & Kirby, J. (2016). Just how smart are smart machines? *MIT Sloan Management Review*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Di Pietro, L., Di Virgilio, F., & Pantano, E. (2012). Social network for the choice of tourist destination: attitude and behavioural intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(1), 60–76.
<https://doi.org/10.1108/17579881211206543>
- Dimitriadis, S., & Kyrezis, N. (2010). Linking trust to use intention for technology-enabled bank channels: The role of trusting intentions. *Psychology & Marketing*, 27(8), 799–820. <https://doi.org/10.1002/mar.20358>

- Easterby-Smith, M., Jaspersen, L. J., Thorpe, R., & Valizade, D. (2021). *Management and Business Research* (Seventh). SAGE Publications Ltd.
- Eastin, M. S. (2002). Diffusion of e-commerce: an analysis of the adoption of four e-commerce activities. *Telematics and Informatics*, 19(3), 251–267.
[https://doi.org/10.1016/s0736-5853\(01\)00005-3](https://doi.org/10.1016/s0736-5853(01)00005-3)
- Eslami, Z., & Talebi, M. (2011). A new untraceable off-line electronic cash system. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(1), 59–66.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.08.002>
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E., & Lim, K. H. (2014). Trust, Satisfaction, and Online Repurchase Intention: The Moderating Role of Perceived Effectiveness of E-Commerce Institutional Mechanisms. *MIS Quarterly*, 38(2), 407–427. <https://doi.org/10.25300/misq/2014/38.2.04>
- Farag, S., Schwanen, T., Dijst, M., & Faber, J. (2007). Shopping online and/or in-store? A structural equation model of the relationships between e-shopping and in-store shopping. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 41(2), 125–141. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2006.02.003>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/s1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/s1071-5819(03)00111-3)
- Field, A. (2018). *BUNDLE: Field: Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics 5e + SPSS 24* (Fifth). SAGE Publications, Inc.
- Fink, A. (2003). *The Survey Handbook* (2nd ed.). SAGE.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Philosophy and Rhetoric*.
- Fowler, F. J. (2013). *Survey Research Methods (Applied Social Research Methods)* (Fifth). SAGE Publications, Inc.
- Gefen, Karahanna, & Straub. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Groß, M. (2015). Mobile shopping: a classification framework and literature review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3), 221–241. <https://doi.org/10.1108/ijrdm-06-2013-0119>
- Hairom, H. (2020, March 11). *TNGD nafi TNG eWallet punca akaun bank pengguna digodam*. Sinarharian.

- <https://www.sinarharian.com.my/article/73425/BERITA/Viral/TNGD-nafi-TNG-eWallet-punca-akaun-bank-pengguna-digodam>
- Han, Y. S. (2020, September 16). *Golongan belia perlu didedahkan dengan teknologi digital berimpak tinggi*. Utusan Borneo Online. Retrieved April 4, 2022, from <https://www.utusanborneo.com.my/2020/09/16/golongan-belia-perlu-didedahkan-dengan-teknologi-digital-berimpak-tinggi>
- Hassanzadeh, A., Kanaani, F., & Elahi, S. (2012). A model for measuring e-learning systems success in universities. *Expert Systems With Applications*, 39(12), 10959–10966. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.03.028>
- Havidz, I. L. H., Aima, M. H., Ali, H., & Iqbal, M. K. (2018). Intention to adopt WeChat mobile payment innovation toward Indonesia citizenship based in China. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM)*, 7(6).
- Hennessy, J. L., & Patterson, D. A. (2011). Computer Architecture, Fifth Edition: A Quantitative Approach. *Morgan Kaufmann Publishers Inc. eBooks*, 880. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3207796>
- Hertzog, M. (2008). Considerations in determining sample size for pilot studies. *Research in Nursing & Health*, 31(2), 180–191. <https://doi.org/10.1002/nur.20247>
- Hinkin, T. R. (1998). A Brief Tutorial on the Development of Measures for Use in Survey Questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1(1), 104–121. <https://doi.org/10.1177/109442819800100106>
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2012). *Consumer behavior*. Cengage Learning.
- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Zhang, R. W., Koch, V., & Riedl, R. (2019). The influence of acceptance and adoption drivers on smart home usage. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1073–1098. <https://doi.org/10.1108/ejm-12-2016-0794>
- Ikram, I. (2021, September 21). *e-wallet, QR payments and online banking surged exponentially in one year up to June 2021, says Tengku Zafrul*. The Edge Markets. <https://www.theedgemarkets.com/article/ewallet-qr-payments-and-online-banking-surged-exponentially-one-year-june-2021-says-tengku>

- Ismail, A. I. (2022, February 14). *Enam laporan diterima kes wang dalam e-wallet lesap: Polis*. Sinar Harian.
<https://www.sinarharian.com.my/article/187744/berita/semasa/enam-laporan-diterima-kes-wang-dalam-e-wallet-lesap-polis>
- Ismail, N. S. (2021, April 7). *Peniaga IKS guna e-wallet masih rendah*. Utusan Digital. <https://www.utusan.com.my/berita/2021/04/peniaga-iks-guna-e-wallet-masih-rendah/>
- Jaafar, N. (2022, February 12). *Wang dalam e-wallet lesap angkara “scammer.”* Sinar Harian.
<https://www.sinarharian.com.my/article/187468/berita/semasa/wang-dalam-e-wallet-lesap-angkara-scammer>
- Jawing, J. (2018, July 7). *Sarawak Pay terus dipertingkatkan untuk kemudahan rakyat*. Utusan Borneo Online.
<https://www.utusanborneo.com.my/2018/07/07/sarawak-pay-terus-dipertingkatkan-untuk-kemudahan-rakyat>
- Jayaseelan, R. (2019, November 29). The e-wallet race hots up. *The Star*. Retrieved April 5, 2022, from <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2017/07/29/the-ewallet-race-hots-up/>
- Jee Yee. (2019, June 30). Nielsen sees security concerns as main barrier to e-wallet adoption. *Digital News Asia*. <https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/nielsen-sees-security-concerns-main-barrier-e-wallet-adoption>
- Junaidi, M. F. F. (2021, August 6). *Identiti Digital Nasional memanfaatkan pengguna*. Utusan Digital. <https://www.utusan.com.my/terkini/2021/08/identiti-digital-nasional-manfaatkan-pengguna/>
- Jung, Y. (2013). What a smartphone is to me: understanding user values in using smartphones. *Information Systems Journal*, 24(4), 299–321.
<https://doi.org/10.1111/isj.12031>
- Kagan, J. (2021, March 29). *What Is a Digital Wallet?* Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/d/digital-wallet.asp>
- Kamaghe, J. S., Luhanga, E. T., & Kisangiri, M. (2020). The Challenges of Adopting M-Learning Assistive Technologies for Visually Impaired Learners in Higher Learning Institution in Tanzania. *International Journal of Emerging*

- Technologies in Learning (iJET)*, 15(01), 140.
<https://doi.org/10.3991/ijet.v15i01.11453>
- Kana, G. (2019, November 28). CEO: Time for e-wallet environment to consolidate. *The Star*. Retrieved May 4, 2022, from
<https://www.thestar.com.my/business/business-news/2019/06/19/ceo-time-for-ewallet-environment-to-consolidate>
- Karim, W., Haque, A. K. M. A., Ulfy, M. A., Hossain, A., & Anis, Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*.
<https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Kaur, M. (2018). Exploring the Determinants of E-Service Quality in E-Retailing. *Researchers World: Journal of Arts, Science and Commerce*, 9(1), 09.
<https://doi.org/10.18843/rwjasc/v9i1/02>
- Kiwanuka, A. (2015). Acceptance Process: The Missing Link between UTAUT and Diffusion of Innovation Theory. *American Journal of Information Systems*, 3(2), 40–44. <https://doi.org/10.12691/ajis-3-2-3>
- Lai, P. C., & Ahmad, Z. A. (2015). Consumers Intention to Use a Single Platform E-Payment System: A Study Among Malaysian Internet and Mobile Banking Users. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1).
- Laywilla, E., Kartar Singh, J. S., & Yin Fah, B. C. (2020). Drivers of Intention to Adopt Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8061>
- Lee, H. S., Kim, T. G., & Choi, J. Y. (2012). A Study on the Factors Affecting Smart Phone Application Acceptance. *Semantic Scholar*.
- Lewis, B. R., Templeton, G. F., & Byrd, T. A. (2005). A methodology for construct development in MIS research. *European Journal of Information Systems*, 14(4), 388–400. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000552>
- Lewis, M., Bromley, K., Sutton, C. J., McCray, G., Myers, H., & Lancaster, G. (2021). Determining sample size for progression criteria for pragmatic pilot RCTs: the hypothesis test strikes back! *Pilot and Feasibility Studies*, 7(1).
<https://doi.org/10.1186/s40814-021-00770-x>

- Liu, S.-H., Liao, H.-L., & Peng, C.-J. (2005). Applying The Technology Acceptance Model And Flow Theory To Online E-Learning Users' Acceptance Behavior. *Issues in Information Systems, Volume 6*(No. 2), 175–181.
- Liyana. (2021, April 28). *Tinjauan Dapati Secara Purata - Setiap Individu Di Malaysia Melakukan 170 Pembayaran Elektronik Pada Tahun 2020*. Rnggt.com. Retrieved December 27, 2022, from <https://rnggt.com/202113317/>
- Lui, H. K., & Jamieson, R. (2003). *Integrating trust and risk perceptions in business-to-consumer electronic commerce with the technology acceptance model*. Proceedings of the 11th European Conference on Information Systems, ECIS 2003, Naples, Italy.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems, 49*(2), 222–234. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.02.008>
- Madan, A., & Dubey, S. K. D. (2012). Usability Evaluation Methods: A Literature Review. *International Journal of Engineering Science and Technology (IJEST), Vol. 4*(02), 590–599.
- Malik, A., Suresh, S., & Sharma, S. (2017). Factors influencing consumers' attitude towards adoption and continuous use of mobile applications: a conceptual model. *Procedia Computer Science, 122*, 106–113. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.348>
- Mathieson, K. (1991). Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research, 2*(3), 173–191. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.173>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review, 20*(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research, 13*(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- McLean, G., Al-Nabhani, K., & Wilson, A. (2018). Developing a Mobile Applications Customer Experience Model (MACE)- Implications for

- Retailers. *Journal of Business Research*, 85, 325–336.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.018>
- McLeod, A. J., Pippin, S., & Mason, R. (2009). Individual Taxpayer Intention to Use Tax Preparation Software: Examining Experience, Trust, and Perceived Risk. *Journal of Information Science and Technology*, 6(1), 25–44.
- Meikeng, Y. (2019, November 28). Cashing in on e-wallets. *The Star*.
<https://www.thestar.com.my/news/nation/2019/02/03/cashing-in-on-ewallets-its-a-growing-trend-more-people-are-using-ewallets-in-their-phones-these-days>
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465–485. <https://doi.org/10.1108/intr-09-2012-0199>
- Miwil, O. (2021, November 1). Sabah is ahead of Klang Valley in eWallet adoption. <https://www.nst.com.my>.
- Mohamad, H. F. (2020, July 10). Orang bandar lebih belanja rumah utiliti, orang kampung utamakan makanan. *Berita Harian*.
<https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2020/07/709283/orang-bandar-lebih-belanja-rumah-utiliti-orang-kampung-utamakan>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5–15.
<https://doi.org/10.1108/02652320310457767>
- Mulup, A. (2023). Ramai peniaga luar bandar tidak percaya e-wallet. *Utusan Malaysia*. <https://www.utusan.com.my/ekonomi/2023/02/ramai-peniaga-luar-bandar-tidak-percaya-e-wallet/>
- Murray, K. B. (1991). A Test of Services Marketing Theory: Consumer Information Acquisition Activities. *Journal of Marketing*, 55(1), 10.
<https://doi.org/10.2307/1252200>
- Murugiah, S. (2021, October 7). *Malaysian retail industry grew 3.4% year-on-year in second quarter*. The Edge Markets.

- <https://www.theedgemarkets.com/article/malaysian-retail-industry-grew-34-yoy-2q2021>
- Nayebi, F., Desharnais, J. M., & Abran, A. (2012). The state of the art of mobile application usability evaluation. *2012 25th IEEE Canadian Conference on Electrical and Computer Engineering (CCECE)*.
<https://doi.org/10.1109/ccece.2012.6334930>
- Neslin, S. A., & Shankar, V. (2009). Key Issues in Multichannel Customer Management: Current Knowledge and Future Directions. *Journal of Interactive Marketing*, 23(1), 70–81.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2008.10.005>
- Nicolaou, A. I., & McKnight, D. H. (2006). Perceived Information Quality in Data Exchanges: Effects on Risk, Trust, and Intention to Use. *Information Systems Research*, 17(4), 332–351. <https://doi.org/10.1287/isre.1060.0103>
- Non-bank E-money issuers - Bank Negara Malaysia. (n.d.). <https://www.bnm.gov.my>.
<https://www.bnm.gov.my/non-bank-e-money-issuers>
- Noor, A. M. (2019, September 24). *Cabaran di sebalik kemudahan era 'fintech'*; Berita Harian.
<https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2019/09/610311/cabaran-di-sebalik-kemudahan-era-fintech>
- Norazam, M. N. (2022, April 14). Permudah pelaksanaan e-Pemula, kekalkan transaksi dalam talian. *bharian.com.my*. Retrieved July 6, 2022, from <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2022/04/945765/permudah-pelaksanaan-e-pemula-kekalkan-transaksi-dalam-talian>
- Nuruddin, N. A. H. (2020, March 30). *Dompert Digital (e-wallet) dan Perlindungan Data Peribadi*. <https://www.ikim.gov.my>.
<https://www.ikim.gov.my/index.php/2020/03/30/dompert-digital-e-wallet-dan-perlindungan-data-peribadi/>
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems With Applications*, 59, 33–46.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>

- Oppotus. (2023, January 25). *How COVID-19 Shaped The E-Wallet Landscape in Malaysia - Oppotus*. <https://www.oppotus.com/how-covid-19-shaped-the-e-wallet-landscape-in-malaysia/>
- Park, J., Yang, S., & Lehto, X. (2007). Adoption of Mobile Technologies for Chinese Consumers. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(3), 196.
<http://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/20073/Paper3.pdf>
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37–59.
<https://doi.org/10.1287/isre.1040.0015>
- Peter, J. P., & Tarpey, Sr., L. X. (1975). A Comparative Analysis of Three Consumer Decision Strategies. *Journal of Consumer Research*, 2(1), 29.
<https://doi.org/10.1086/208613>
- Pinsonneault, A., & Kraemer, K. (1993). Survey Research Methodology in Management Information Systems: An Assessment. *Journal of Management Information Systems*, 10(2), 75–105.
<https://doi.org/10.1080/07421222.1993.11518001>
- PLANMalaysia. (2019). *Garis Panduan Perancangan Sempadan Pertumbuhan Bandar* (2020th ed.). PLANMalaysia (Jabatan Perancangan Bandar dan Desa).
https://mytownnet.planmalaysia.gov.my/ver2/gp/GPP_SEMPADAN_BANDA_R.pdf
- Prasad, A. G. S., & Arivazhagan, R. (2021). A Study On User Perceived Trust In Mobile Wallet. *International Journal of Management (IJM)*, 12(3), 125–133.
- Punwatkar, S., & Verghese, D. M. (2018). Adaptation of e-Wallet Payment: An Empirical Study on Consumers' Adoption Behavior in Central India. *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences*, 8(3), 1147–1156.
- Rathore, H. S. (2016). Adoption of Digital Wallet by Consumers. *Social Science Research Network*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3215675
- Ray, A. (2021, June 21). *What are the different types of e-commerce payment systems?* | *Seller Blog*. <https://sell.amazon.in>. Retrieved April 4, 2022, from <https://sell.amazon.in/seller-blog/different-types-of-e-commerce-payment-systems>

- Razali, H. (2021, December 10). *Salah tekan e-wallet, bayar RM1,234.56 untuk sesikat pisang bernilai RM7.30*. Berita Harian.
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/12/897556/salah-tekan-e-wallet-bayar-rm123456-untuk-sesikat-pisang-bernilai>
- Roberti, M. (2020, July 1). *The Benefits of Going Cashless*. RFID Journal. Retrieved April 2, 2022, from <https://www.rfidjournal.com/the-benefits-of-going-cashless>
- Rosli, R. M. (2020, March 15). *Perdaya mangsa guna e-wallet*. Sinar Harian.
<https://www.sinarharian.com.my/article/73930/berita/jenayah/perdaya-mangsa-guna-e-wallet>
- Ruiz-Martínez, A., Reverte, S. C., & Gómez-Skarmeta, A. F. (2012). Payment frameworks for the purchase of electronic products and services. *Computer Standards & Interfaces*, 34(1), 80–92.
<https://doi.org/10.1016/j.csi.2011.05.007>
- Sarwar, M., Emirates, U. A., & Soomro, T. R. (2013). Impact of Smartphone's on Society. *European Journal of Scientific Research*, Vol. 98(No 2), 216–226.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2022). *Research Methods For Business Students*. PEARSON.
- Schaupp, L. C., Carter, L., & McBride, M. E. (2010). E-file adoption: A study of U.S. taxpayers' intentions. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 636–644.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.12.017>
- See, S. F., & Goh, Y. N. (2020). Factors Affecting Restaurant Customer Intention To Adopt Mobile Payment. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25.
- Sekaran, U. (2022). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (4th ed.). Wiley.
- Selvanathan, M., Tan, P. J., Bow, T. F., & Supramaniam, M. (2016). The Impact of Cost, Customer Experience, Ease of Use, and Trust towards Adoption of Online Banking. *International Business Research*, 9(11), 235.
<https://doi.org/10.5539/ibr.v9n11p235>
- Shane, J. M. S. S., Chan, T. J., & Mohan, Y. M. (2022). Factors Affecting the Intention to Adopt E-Wallet Services During Covid-19 Pandemic. *Journal of Arts & Social Sciences*, 5(2), 28–40.

- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>
- Singh, S., & Rana, R. (2017). Study of Consumer Perception of Digital Payment Mode. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(3), 1–14.
<https://www.icommercecentral.com/open-access/study-of-consumer-perception-of-digital-payment-mode.php?aid=86419>
- Sternad, S., & Bobek, S. (2013). Impacts of TAM-based External Factors on ERP Acceptance. *Procedia Technology*, 9, 33–42.
<https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.12.004>
- Sudarji, S. (2021, April 6). *e-wallet syarat baharu bagi peniaga pasar tani dan awam*. Utusan Digital. <https://www.utusan.com.my/nasional/2021/04/e-wallet-syarat-baharu-bagi-peniaga-pasar-tani-dan-awam/>
- Taheam, K., Sharma, R., & Goswami, S. (2016). Drivers of digital wallet usage: Implications for leveraging digital marketing. *International Journal of Economic Research*, 13(1), 175–186.
- Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Chong, S. C., & Hew, T. S. (2014). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Telematics and Informatics*, 31(2), 292–307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.06.002>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176.
<https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Teck, O. B. (2020, July 5). *Covid-19 ubah rakyat guna e-wallet*. Sinar Harian. <https://www.sinarharian.com.my/article/90777/BERITA/Dari-Media-Cina/Covid-19-ubah-rakyat-guna-e-wallet>
- The Economic Times. (n.d.). *What is E-wallets? Definition of E-wallets, E-wallets Meaning*. Retrieved December 31, 2022, from <https://economictimes.indiatimes.com/definition/e-wallets>
- The Edge Malaysia. (2021, August 23). *E-Wallet Trends in Malaysia*. The Edge Markets. <https://www.theedgemarkets.com/content/advertise/ewallet-trends-malaysia>

- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Trivedi, J. P. (2016). Factors Determining the Acceptance of E-Wallet. *International Journal of Applied Marketing and Management*, 1(2), 42–53.
- Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K., & Arumugam, S. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 109(3), 370–388. <https://doi.org/10.1108/02635570910939399>
- Tusyanah, Wahyudin, A., & Khafid, M. (2021). Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable. *Journal of Economic Education*, 10(1).
- Udo, G. J. (2001). Privacy and security concerns as major barriers for e-commerce: a survey study. *Information Management & Computer Security*, 9(4), 165–174. <https://doi.org/10.1108/eum0000000005808>
- Undale, S., Kulkarni, A., & Patil, H. (2020). Perceived eWallet security: impact of COVID-19 pandemic. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 18(1), 89–104. <https://doi.org/10.1108/xjm-07-2020-0022>
- Urbach, N., & Ahlemann, F. (2010). Structural Equation Modeling in Information Systems Research Using Partial Least Squares. *The Journal of Information Technology Theory and Application*, 11(2), 2.
- Utah, R. (2013). *SPSS Statistik*. Pejabat Teknologi Maklumat, UITM.
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wei, L. Z., & Tsu, D. K. P. (2018). Transforming Mobile Phones into E-Wallets in Malaysia. *BNM Quarterly Bulletin Second Quarter 2018*, 2018(2), 35–43.
- Weir, J. P. (2005). Quantifying Test-Retest Reliability Using The Intraclass Correlation Coefficient And The SEM. *Journal of Strength and Conditioning*

- Research*, 19(1), 231–240. <https://doi.org/10.1519/00124278-200502000-00038>
- Weston, R., & Gore, P. A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 719–751.
<https://doi.org/10.1177/0011000006286345>
- Wiedmann, K., Hennigs, N., & Siebels, A. (2007). Measuring Consumers' Luxury Value Perception: A Cross-Cultural Framework. *Academy of Marketing Science Review*, 7(7).
<https://www.kommunikationsforum.dk/Profiler/ProfileFolders/Kkort/luksus.pdf>
- Winer, R. S. (2009). New Communications Approaches in Marketing: Issues and research directions. *Journal of Interactive Marketing*, 23(2), 108–117.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.004>
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85–102.
<https://doi.org/10.1287/isre.1050.0042>
- Wong, J. (2020, February 1). Long wait for e-wallet issue to be resolved.
<https://www.nst.com.my>.
- Yahid, B., Shahbahrami, A., & Nobakht, M. B. (2013). Providing security for E-wallet using E-cheque. *7th International Conference on e-Commerce in Developing Countries: With Focus on e-Security*.
<https://doi.org/10.1109/ecdc.2013.6556725>
- Yang, M., Mamun, A. A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yang, S., Lu, Y., Chau, P. Y., & Gupta, S. (2017). Role of channel integration on the service quality, satisfaction, and repurchase intention in a multi-channel (online-cum-mobile) retail environment. *International Journal of Mobile Communications*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijmc.2017.080574>
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2010). Explaining Internet Banking Behavior: Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model? *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1172–1202. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00615.x>

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods* (9th ed.). Cengage India.

Zolkiply, Z. I. (2021, October 30). *e-wallet diperluas ke luar bandar*. Berita Harian.
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/10/881825/e-wallet-diperluas-ke-luar-bandar>



Lampiran A

Borang soal selidik



SURVEY QUESTIONNAIRE ON ACCEPTANCE LEVEL OF MAJOR E-WALLET

My name is Mohd Firdaus bin Razali, MSc IT student at Universiti Utara Malaysia. I am currently conducting a study entitled "A STUDY ON USER ACCEPTANCE FACTORS RELATED TO THE USE OF E-WALLET FROM THE PERSPECTIVE OF UNIVERSITY STUDENTS IN URBAN AND COUNTRYSIDE". This questionnaire aims to study on the level of user acceptance related to the use of e-wallet QR codes for product payment in the retail industry from the perspective of university students and staff, in urban and rural areas.

Nama saya Mohd Firdaus bin Razali, pelajar MSc IT Universiti Utara Malaysia. Saya sedang menjalankan kajian yang bertajuk "KAJIAN TERHADAP FAKTOR PENERIMAAN PENGGUNA BERKAITAN PENGGUNAAN E-DOMPET DARIPADA PERSPEKTIF WARGA UNIVERSITI DI BANDAR DAN LUAR BANDAR". Soalselidik ini memfokuskan kajian terhadap tahap penerimaan pengguna berkaitan penggunaan kod QR e-dompot untuk pembayaran produk di dalam industri peruncitan dari perspektif pelajar dan kakitangan universiti di bandar dan luar bandar.

Part 1. Demography

Bahagian 1. Demografi

1. Gender (Jantina)

☐	Female (Perempuan)
☐	Male (Lelaki)

2. University (Universiti)

☐	UKM
☐	UUM

3. Age range (Umur)

☐	18 – 27
☐	28 – 37
☐	38 – 47
☐	48 and above (48 ke atas)

4. Profession (Pekerjaan)

☐	Staff (Kakitangan universiti)
☐	Student (Pelajar)
☐	Others (Lain-lain)

5. Highest level of education (*Tahap pendidikan tertinggi*)

☐	Doctor of Philosophy (<i>Doktor Falsafah</i>)(Ph.D)
☐	Master's degree (<i>Ijazah Sarjana</i>)
☐	Bachelor's degree (<i>Ijazah Sarjana Muda</i>)
☐	Diploma
☐	STPM/ Certificate (<i>STPM/ Sijil</i>)
☐	SPM
☐	Others (<i>Lain-lain</i>)

6. Ever used any major e-wallet application (Examples: Touch N Go eWallet, GrabPay, Boost, ShopeePay etc)?

Pernah menggunakan mana-mana aplikasi e-dompet utama (Contoh: Touch N Go eWallet, GrabPay, Boost, ShopeePay dll)?

☐	No – end of the question (<i>Tidak - soalselidik tamat</i>)
☐	Yes – jump to Q7 (<i>Ya - teruskan ke soalan berikutnya</i>)

7. How long have you been using the e-wallet application?

Sudah berapa lama anda mula menggunakan aplikasi e-dompet?

☐	Over 5 years (<i>Lebih 5 tahun yang lalu</i>)
☐	3 – 4 years (<i>3 - 4 tahun yang lalu</i>)
☐	1-2 years (<i>1 - 2 tahun yang lalu</i>)
☐	Less than a year (<i>Kurang dari setahun</i>)

Part 2. Behavior of using e-wallet application in purchasing and selling transactions

Bahagian 2. Tingkahlaku apabila menggunakan aplikasi e-wallet dalam transaksi pembayaran

This section consists of 7 research dimensions, will ask for your views regarding the use of e-wallet applications vs physical (cash) transactions. **There is no right or wrong answer.** Bahagian ini mengandungi 7 dimensi kajian, akan meminta pandangan anda mengenai penggunaan aplikasi e-dompet vs transaksi fizikal (tunai). **Tiada jawapan yang betul atau salah.**

Strongly agree (SA) <i>Sangat bersetuju</i>	Agree (A) <i>Setuju</i>	Neutral (N) <i>Berkecuali</i>	Disagree (D) <i>Tidak bersetuju</i>	Strongly disagree (SD) <i>Sangat tidak setuju</i>
---	----------------------------	----------------------------------	--	--

SA	A	N	D	SD
☐	☐	☐	☐	☐

Performance Expectation / Jangkaan Prestasi

How fast or slows your e-wallet application load and run, and how smooth of the features (like payments) work.

Seberapa pantas atau perlahan aplikasi e-dompot anda berfungsi, dan kelancaran ciri yang telah ditetapkan berfungsi.

1. Using the e-wallet application in my transactions allows me to complete payments more quickly (in terms of speed).

Menggunakan aplikasi e-dompot dalam transaksi saya membolehkan saya menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat (dari aspek kelajuan).

SA	A	N	D	SD

2. Using the e-wallet application improves my transaction performance (in terms of accuracy).

Menggunakan aplikasi e-dompot meningkatkan prestasi transaksi saya (dari aspek ketepatan pembayaran).

SA	A	N	D	SD

3. I find e-wallet application is convenient for my transactions (be a practical alternative to physical cash transactions).

Saya mendapati aplikasi e-dompot adalah mudah untuk transaksi saya (menjadi alternatif yang praktikal kepada transaksi tunai fizikal).

SA	A	N	D	SD

Effort Expectation / Jangkaan Usaha

Superbly personalized experience of using e-wallet application, capable of adapting themselves (namely – the content and features they provide) to match whatever interests, needs, or habits their respective users have.

Pengalaman yang sangat diperibadikan ketika menggunakan aplikasi e-dompot, dan ia juga mampu menyesuaikan diri mereka (iaitu – kandungan dan ciri yang mereka sediakan) untuk memadankan minat, keperluan atau tabiat yang dimiliki oleh pengguna.

1. Learning how to operate the e-wallet application was easy for me.

Mempelajari kaedah mengendalikan aplikasi e-dompot adalah mudah bagi saya.

SA	A	N	D	SD

2. It is easy to operate the e-wallet application to do what I want it to do.
Mudah untuk mengendalikan aplikasi e-dompet untuk melakukan apa yang saya mahu ia lakukan.

SA	A	N	D	SD

3. It is easy for me to use the e-wallets application interfaces to access its functions.
Mudah untuk saya menggunakan antaramuka aplikasi e-dompet untuk mengakses fungsinya.

SA	A	N	D	SD

4. I can quickly familiarize myself on using an e-wallet application.
Saya dapat membiasakan diri menggunakan aplikasi e-dompet dengan cepat.

SA	A	N	D	SD

5. The steps to operate an e-wallet application are simpler than using physical payments.
Langkah demi langkah untuk mengoperasikan aplikasi e-dompet adalah lebih mudah berbanding menggunakan pembayaran fizikal.

SA	A	N	D	SD

Facilitating Conditions / Keadaan Yang Memudahkan

Situations where e-wallet operators provide support that facilitate their e-wallet applications.
Keadaan di mana pengendali e-dompet menyediakan sokongan untuk memudahkan penggunaan aplikasi e-dompet mereka.

1. I have better spending control when using e-wallet application.
Saya mempunyai kawalan perbelanjaan yang lebih baik jika menggunakan aplikasi e-dompet.

SA	A	N	D	SD

2. *I have sufficient smartphone and internet resources needed to use e-wallet application.*
Saya mempunyai telefon dan sumber internet yang mencukupi yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi e-dompot.

SA	A	N	D	SD

3. *I have the necessary knowledge to use the e-wallet application.*
Saya mempunyai pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi e-dompot.

SA	A	N	D	SD

4. *I have the option to select which e-wallet service operator I want to use.*
Saya mempunyai pilihan untuk memilih pengendali perkhidmatan e-dompot.

SA	A	N	D	SD

5. *E-wallet operators provide adequate instructions on how to use their e-wallets (different operators provide different instructions).*
Pengendali e-dompot menyediakan arahan yang mencukupi tentang cara menggunakan e-dompot mereka (pengendali yang berbeza memberikan arahan yang berbeza).

SA	A	N	D	SD

6. *There is customer support to help with e-wallet application issues and difficulties.*
Terdapat sokongan pelanggan untuk membantu menyelesaikan masalah dan kesulitan aplikasi e-dompot.

SA	A	N	D	SD

Social Influence / Pengaruh Sosial

For example, friends, family members, relatives and co-workers who can influence a person's decision based on their own experiences, and organizations side that support the use of technology. **Question 1 - 3 represent social influence from the organizational aspect. Question 4 - 6 represent social influence from the aspect of community, friends and/or spouse.**

Contohnya, rakan, ahli keluarga, saudara mara dan rakan sekerja yang boleh mempengaruhi keputusan seseorang berdasarkan pengalaman mereka sendiri, dan pihak organisasi yang menyokong penggunaan teknologi. Soalan 1 - 3 mewakili pengaruh sosial dari aspek organisasi, manakala soalan 4 - 6 pula mewakili pengaruh sosial dari aspek komuniti, rakan dan/atau pasangan.

1. In general, my organization prefers the use of e-wallet payment.

Secara umumnya, organisasi saya lebih suka kaedah pembayaran e-dompet.

SA	A	N	D	SD

2. My organization's staff and/or students who use e-wallets applications appear more technologically aware than those who don't.

Kakitangan organisasi/pelajar yang menggunakan aplikasi e-dompet kelihatan lebih mahir berkenaan teknologi berbanding mereka yang tidak menggunakan e-dompet.

SA	A	N	D	SD

3. Having an e-wallet application is part of the status indicator in my organization.

Mempunyai aplikasi e-dompet adalah sebahagian daripada penunjuk status dalam organisasi saya.

SA	A	N	D	SD

4. People who are able to influence my behavior think that I should use an e-wallet application payment option.

Orang yang boleh mempengaruhi saya meyakinkan saya untuk menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e-dompet.

SA	A	N	D	SD

5. My significant other suggested I use e-wallet application payment option.
Pasangan/rakan baik saya mencadangkan saya menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e-dompot.

SA	A	N	D	SD

6. I use e-wallet application payment option because many of my colleagues or friends use them.
Saya menggunakan pilihan pembayaran aplikasi e-dompot kerana ramai rakan menggunakannya.

SA	A	N	D	SD

Security / Keselamatan

1. I feel safe and secure when conducting transactions through e-wallet applications.
Saya berasa selamat dan terjamin apabila melakukan transaksi melalui aplikasi e-dompot.

SA	A	N	D	SD

2. I feel safe using the e-wallet service because the bank/operator has adequate security mechanisms for my transaction protection.
Saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompot kerana bank/pengendali mempunyai mekanisme keselamatan yang mencukupi untuk perlindungan transaksi.

SA	A	N	D	SD

3. I feel safe using e-wallet services because advances in information communication technology provide adequate protection.
Saya berasa selamat menggunakan perkhidmatan e-dompot kerana kemajuan dalam teknologi memberikan perlindungan yang mencukupi.

SA	A	N	D	SD

Trust / Kepercayaan

1. I believe the e-wallet services can be trusted.
Saya yakin perkhidmatan e-dompot boleh dipercayai.

SA	A	N	D	SD

2. I believe the e-wallet services live up to their promises and commitments.
Saya yakin perkhidmatan e-dompot memenuhi janji dan komitmen mereka.

SA	A	N	D	SD

3. I believe in the benefits of e-wallet services.
Saya yakin dengan faedah yang disediakan oleh perkhidmatan e-dompot.

SA	A	N	D	SD

Intention to Use / Niat Untuk Menggunakan

As in nutshell, what is your level of intention in using e-wallet application?

Secara ringkasnya, apakah tahap niat anda menggunakan aplikasi e-dompot?

1. I believe the e-wallet application I am using now is the best, and I am very satisfied with my current e-wallet application.
Saya percaya aplikasi e-dompot yang saya gunakan sekarang adalah yang terbaik, dan saya sangat berpuas hati dengan aplikasi e-dompot tersebut.

SA	A	N	D	SD

2. I will recommend my current e-wallet application to friends and acquaintances.
Saya akan mengesyorkan aplikasi e-dompot yang saya gunakan sekarang kepada rakan.

SA	A	N	D	SD

3. I prefer to use e-wallet services over physical (cash) transactions.

Saya lebih berminat untuk menggunakan perkhidmatan e-dompet berbanding transaksi fizikal (tunai).

SA	A	N	D	SD

End of questions.

Soalan tamat.

Thank you for your time in answering this questionnaire.

Terima kasih atas masa anda untuk menjawab soal selidik ini.



UUM
 Universiti Utara Malaysia

Save trees. Reduce paper.

Scan the QR below to answer this questionnaire via Google Form.



Lampiran B
Ketekalan Dalam Setiap Ukuran

	Mean	Std. Deviation	N
PE1	4.51	.740	271
PE2	4.54	.562	271
PE3	4.37	.801	271
EE1	4.29	.856	271
EE2	4.09	.865	271
EE3	4.11	.815	271
EE4	4.35	.811	271
EE5	3.94	1.130	271
FC1	3.69	1.101	271
FC2	4.28	.727	271
FC3	3.85	1.005	271
FC4	4.30	.712	271
FC5	4.04	.900	271
FC6	4.02	.847	271
SI1	3.82	.975	271
SI2	4.13	.761	271
SI3	3.44	1.083	271
SI4	3.67	1.118	271
SI5	3.60	1.009	271
SI6	3.82	1.156	271
S1	3.92	.859	271
S2	3.99	.767	271
S3	3.94	.943	271
T1	3.86	.873	271
T2	3.88	.848	271
T3	4.10	.687	271
IU1	4.13	.723	271
IU2	4.10	.982	271
IU3	4.14	.798	271

Lampiran C
Statistik Item-Jumlah

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	112.41	238.384	.601	.939
PE2	112.38	242.385	.569	.940
PE3	112.55	237.730	.578	.940
EE1	112.63	237.160	.560	.940
EE2	112.83	232.598	.732	.938
EE3	112.81	234.452	.703	.938
EE4	112.58	235.556	.661	.939
EE5	112.98	227.522	.700	.938
FC1	113.23	238.059	.394	.942
FC2	112.64	247.068	.221	.943
FC3	113.07	239.380	.394	.942
FC4	112.62	239.887	.556	.940
FC5	112.88	234.075	.646	.939
FC6	112.90	236.972	.574	.940
SI1	113.11	240.755	.362	.942
SI2	112.79	240.416	.494	.940
SI3	113.48	233.977	.528	.940
SI4	113.25	227.589	.706	.938
SI5	113.32	229.626	.720	.938
SI6	113.11	233.555	.503	.941
S1	113.00	235.481	.623	.939
S2	112.93	237.307	.624	.939
S3	112.99	231.141	.720	.938
T1	113.06	235.404	.615	.939
T2	113.04	233.809	.699	.938
T3	112.83	239.351	.604	.940

IU1	112.79	235.641	.743	.938
IU2	112.82	232.443	.643	.939
IU3	112.79	236.991	.612	.939



Lampiran D

Dapatan Ujian Regresi Linear

Ringkasan model regresi untuk jangkaan prestasi dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.619a	.384	.381	.57596

ANOVA untuk jangkaan prestasi dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55.555	1	55.555	167.472	.000b
Residual	89.234	269	.332		
Total	144.789	270			

Ringkasan model regresi untuk jangkaan usaha dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.676a	.457	.455	.54081

ANOVA untuk jangkaan usaha dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	66.113	1	66.113	226.049	.000b
Residual	78.675	269	.292		

Total 144.789 270

Ringkasan model regresi untuk faktor mudahguna dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.561a	.314	.312	.60757

ANOVA untuk faktor mudahguna dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	45.491	1	45.491	123.235	.000b
Residual	99.298	269	.369		
Total	144.789	270			

Ringkasan model regresi untuk pengaruh sosial dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.601a	.362	.359	.58622

ANOVA untuk pengaruh sosial dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	52.345	1	52.345	152.316	.000b
Residual	92.444	269	.344		
Total	144.789	270			

Ringkasan model regresi untuk keselamatan dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.464a	.215	.212	.65008

ANOVA untuk keselamatan dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31.107	1	31.107	73.607	.000b
Residual	113.682	269	.423		
Total	144.789	270			

Ringkasan model regresi untuk kebolehpercayaan dan niat untuk menggunakan

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.575a	.331	.328	.60027

ANOVA untuk kebolehpercayaan dan niat untuk menggunakan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	47.862	1	47.862	132.832	.000b
Residual	96.927	269	.360		
Total	144.789	270			