



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 2888-2896

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Penerapan Algoritma Regresi Linier Berganda Pada Analisis Model Penggunaan Cashless Payment Di Destinasi Wisata Pulau Lombok Barat Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)

Aprila Kusuma Riskila¹, Heroe Santoso², Ismarmiaty³
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Bumigora
ismarmiaty@universitasbumigora.ac.id

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk di Pulau Lombok. Perkembangan teknologi digital mendorong sektor ini untuk beradaptasi, terutama melalui penggunaan *cashless payment* yang dinilai lebih praktis, aman, dan efisien bagi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *cashless payment* di destinasi wisata Lombok dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 119 responden yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi wisata di wilayah Lombok Barat. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan pengolahan data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python melalui *Jupyter Notebook*. Variabel penelitian terdiri atas *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, *Behavioral Intention to Use (BIU)*, dan *Actual Use (AU)*. Analisis dilakukan melalui uji reliabilitas, uji validitas, serta regresi linier berganda untuk melihat hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *PEOU* berpengaruh signifikan terhadap *PU* dan *ATU*, sehingga menjadi faktor utama yang memengaruhi penerimaan *cashless payment* oleh wisatawan. Temuan tersebut membuktikan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan sistem pembayaran digital memiliki peran penting dalam membentuk sikap, niat, dan penggunaan *actual*. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengembang aplikasi pembayaran digital dan pengelola destinasi wisata perlu meningkatkan kemudahan penggunaan serta pengalaman pengguna agar adopsi *cashless payment* semakin optimal dan berkelanjutan di sektor pariwisata Lombok.

Kata kunci: *Cashless Payment, Regresi Linier Berganda, Technology Acceptance Model (TAM)*

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor jasa unggulan yang menyediakan dan memiliki kontribusi besar dalam mendukung dan mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu negara[1]. Dengan hal tersebut, setiap masyarakat maupun negara perlu mengoptimalkan potensi daerah yang dimiliki sebagai destinasi wisata. Selain faktor kekayaan sumber daya lainnya juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara [2]. Pariwisata merupakan salah satu sektor utama yang berkontribusi terhadap kelangsungan hidup manusia salah satunya dalam perekonomian Indonesia. Lombok salah satu pulau yang terkenal dengan wisatanya yang khas pada wisatawan luar maupun lokal[3]. Lombok juga termasuk sebagai destinasi wisata internasional, karena Lombok memiliki daya tarik tersendiri kuat bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, dalam perkembangan era digital dan meningkatnya minat wisatawan terhadap transaksi non-tunai (*cashless*), infrastruktur pembayaran di berbagai destinasi wisata di Lombok masih menghadapi beberapa tantangan[4].

Pasca pandemi COVID-19 juga mempengaruhi digitalisasi dalam pariwisata yang berperan penting dalam sistem pembayaran *cashless* (non-tunai), yang menawarkan kenyamanan, efisiensi, dan keamanan bagi wisatawan serta pelaku usaha. Namun, tingkat adopsi teknologi pembayaran digital diberbagai destinasi, termasuk Lombok masih belum merata. Menimbulkan pertanyaan penting mengenai apa yang memengaruhi wisatawan dan pelaku pariwisata dalam menerima dan menggunakan sistem *cashless*. Lombok juga sudah termasuk destinasi prioritas nasional dengan potensi wisata tinggi. Namun, keberhasilan transformasi digital di sektor pariwisata sangat tergantung pada penerimaan teknologi oleh berbagai pihak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan transaksi dengan menggunakan metode digitalisasi memberikan banyak manfaat maupun keuntungan dalam banyak kegiatan kita sehari-hari yang berlangsung [5]. Penggunaan

teknologi di era modern ini sangatlah pesat dalam berbagi aspek yang mendukung digitalisasi tersebut. Dalam pengelolaan dibidang pariwisata misalnya menjadi fasilitas yang penting untuk komunikasi maupun pengelolaan database pemasaran pariwisata untuk kepuasan wisatawan [6]. Dengan demikian pada pembayaran *cashless* atau digitalisasi semakin meningkat pada sistem pembayaran disektor pariwisata [7].

Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan metode tersebut, peneliti dapat mengevaluasi sejauh mana perkembangan sistem pariwisata yang memberikan kemudahan, manfaat, untuk meningkatkan penerimaan pengguna sistem pariwisata [8]. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu metode yang memudahkan suatu efektivitas dalam beberapa kebutuhan. Dengan metode ini dapat memberikan manfaat kemudahan untuk pengguna, kita dapat mengetahui efektivitas teknologi yang berpengaruh banyak pada masyarakat dalam berpariwisata, dengan metode ini pun diharapkan berjalan sesuai dengan efektivitas dalam metode yang dapat dikembangkan bagi peneliti untuk pembayaran *cashless* tersebut dalam sektor pariwisata [9]. Dengan adanya metode ini untuk memahami prosedur kerangka kerja tersebut. Diharapkan mendapatkan identifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi para pengguna terkait dengan Infrastruktur pariwisata *cashless* dengan menggunakan metode TAM ini. TAM memiliki 2 konstruk utama yang memodelkan perilaku penggunaan teknologi, yang disebut kecenderungan perilaku dalam menerima teknologi yang mana dapat diukur melalui sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi. Dua faktor tersebut ialah manfaat dan kemudahan yang dirasakan pengguna yang mengacu pada keyakinan individu terhadap kinerja teknologi, lalu persepsi dari individu terhadap pengguna teknologi lainnya [10]. Regresi linier adalah metode statistik berbentuk garis lurus yang digunakan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel. Dalam model ini, terdapat variabel dependen yang dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel independen sebagai faktor penentu. Apabila regresi linier melibatkan lebih dari satu variabel independen, maka metode tersebut disebut regresi linier berganda [11].

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini berfokus pada analisis penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran non-tunai (*cashless payment*) oleh wisatawan di wilayah Lombok, Nusa Tenggara Barat, dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Objek penelitian meliputi penggunaan berbagai layanan pembayaran digital seperti QRIS, DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, dan Livin' by Mandiri, yang dianggap mampu mendukung konsep pariwisata cerdas melalui transaksi yang cepat, aman, dan efisien. Penelitian dilakukan di kawasan wisata Lombok Barat, khususnya daerah yang memiliki intensitas kunjungan tinggi seperti Senggigi. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingginya aktivitas wisatawan, semakin berkembangnya infrastruktur digital, serta keragaman karakteristik pengunjung. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus 2025 bertepatan dengan meningkatnya aktivitas wisata karena agenda MotoGP, sehingga memungkinkan diperolehnya data yang representatif terkait perilaku dan persepsi wisatawan terhadap penggunaan *cashless payment*.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan memilih responden yang pernah bertransaksi menggunakan pembayaran digital selama berada di lokasi wisata. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form yang berisi pernyataan mengenai konstruk TAM, yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention to Use*, dan *Actual Usage*, menggunakan skala Likert 1–5[5]. Penerimaan terhadap teknologi informasi dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain persepsi individu mengenai manfaat teknologi (*perceived usefulness*), persepsi tentang kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut (*perceived ease of use*), sikap pengguna terhadap pemanfaatan teknologi (*attitude toward using*), niat atau kecenderungan untuk menggunakan (*behavioral intention*) [12]. Instrumen disusun berdasarkan indikator penelitian terdahulu dan diuji validitas serta reliabilitasnya. Selain penyebaran kuesioner, dilakukan pula observasi lapangan untuk melihat penerapan sistem *cashless* secara langsung di beberapa titik wisata. Jumlah sampel disesuaikan dengan kebutuhan analisis, minimal 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah melalui proses *coding*, pembersihan data, pemeriksaan data hilang atau duplikasi, serta transformasi data ke format yang dapat dianalisis.

Analisis data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python, Bahasa pemrograman python dapat mempermudah proses analisis dalam penyelesaian masalah statistik atau *data mining* dibandingkan menggunakan perangkat lunak statistik lain [13] Python relevan karena mampu mengolah data survei secara efisien dan mendukung pengujian asumsi klasik. Melakukan penelitian dengan Python dalam melakukan analisis menggunakan metode regresi linier berganda. Data yang diolah adalah data yang digunakan untuk memprediksi pengaruh *cashless* [14]. Proses prediksi dilakukan dengan membagi data untuk training dan data test melalui *Jupyter Notebook* dengan memanfaatkan pustaka seperti *pandas*, *numpy*, *scipy*, *statsmodels*, serta *matplotlib* untuk visualisasi. Tahapan analisis mencakup statistik deskriptif, korelasi Pearson untuk melihat hubungan awal antarvariabel, serta analisis regresi linier berganda melalui metode *Ordinary Least Squares* (OLS) untuk menguji hipotesis dalam model TAM. Regresi digunakan untuk mengukur pengaruh PEOU terhadap PU dan ATU,

pengaruh PU terhadap ATU dan BI, pengaruh ATU terhadap BI, serta pengaruh BI terhadap AU[15]. Pengujian signifikansi menggunakan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$), dengan keputusan bahwa hipotesis alternatif diterima apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Melalui rangkaian analisis ini, penelitian bertujuan menggambarkan faktor-faktor utama yang memengaruhi penerimaan wisatawan terhadap penggunaan cashless payment di destinasi wisata Lombok.

3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap penggunaan *cashless* di destinasi wisata. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring kepada responden di lokasi penelitian. Jumlah total responden yang berpartisipasi dan datanya valid untuk dianalisis adalah sebanyak 119 orang

Analisa Korelasi



Gambar 1 Heatmap

Tampilan Heatmap pada gambar 1, adalah grafik yang menggunakan warna untuk menunjukkan nilai-nilai dalam tabel. Tabel ini menunjukkan korelasi hubungan antara setiap variabel konstruk. Nilai korelasi berkisar dari -1 (korelasi negatif sempurna) hingga +1 (korelasi positif sempurna), warna yang lebih cerah atau "hangat" (misalnya, kuning) menunjukkan korelasi positif yang kuat. Sedangkan warna yang lebih gelap atau "dingin" (misalnya, biru gelap) menunjukkan korelasi yang lemah atau negatif. Tujuan Heatmap ini membantu peneliti melihat dengan cepat dan jelas seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel penelitian sebelum melihat hasil regresi secara mendalam. Output dari Heatmap ini akan ditampilkan pada tabel 1 dan gambar 1

Tabel 1 Keterangan Hasil

Hubungan Variabel	Koefisien Korelasi	Kekuatan Hubungan	Keterangan
PU dan PEOU	0,79	Sangat Kuat	Hubungan positif yang kuat
PU dan ATU	0,70	Kuat	Hubungan positif yang kuat
PU dan BI	0,57	Sedang	Hubungan positif yang sedang
PU dan AU	0,58	Sedang	Hubungan positif yang sedang
PEOU dan ATU	0,72	Kuat	Hubungan positif yang kuat
PEOU dan BI	0,54	Sedang	Hubungan positif yang sedang
PEOU dan AU	0,54	Sedang	Hubungan positif yang sedang
ATU dan BI	0,73	Kuat	Hubungan positif yang kuat
ATU dan AU	0,72	Kuat	Hubungan positif yang kuat
BI dan AU	0,83	Sangat Kuat	Hubungan positif yang sangat kuat

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan beberapa model untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel.

Analisis Model 1 H₁: Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU)

Hasil analisis regresi pada model pertama ini menunjukkan adanya pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel tersebut dalam penggunaan sistem pembayaran digital (*cashless payment*) pada destinasi wisata Lombok. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis pertama (H₁) yang Dimana bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan Masyarakat atau pengguna, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kemanfaatan sistem tersebut. Perhitungan maupun hasil dari analisis pertama ini dapat dilihat pada gambar 4.7 dan tabel 4.6.

--- Analisis OLS untuk H1: PEOU -> PU ---

OLS Regression Results

Dep. Variable:	PU	R-squared:	0.623
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.620
Method:	Least Squares	F-statistic:	193.3
Date:	Mon, 20 Oct 2025	Prob (F-statistic):	1.54e-26
Time:	10:43:35	Log-likelihood:	-75.586
No. Observations:	119	AIC:	155.2
Df Residuals:	117	BIC:	160.7
Df Model:	1		
Covariance Type:	nonrobust		

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Intercept	0.7534	0.275	2.740	0.007	0.205	1.298
PEOU	0.8679	0.062	13.983	0.000	0.744	0.992

Omnibus: 28.225 Durbin-Watson: 2.034
 Prob(Omnibus): 0.000 Jarque-Bera (38): 35.862
 Skew: -0.745 Prob(38): 1.63e-08
 Kurtosis: 5.239 Cond. Nr.: 30.1

Notes:
 [1] Standard Errors assume that the covariance matrix of the errors is correctly specified.

Gambar 2 H₁ PEOU terhadap PU

Model ini digunakan untuk menguji hipotesis H₁. Hasil analisis regresi disajikan pada tabel 4.6.

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Model 1 (H₁)

Indikator model	Nilai	Keterangan			
R ²	0.623	62,3% variasi PU dijelaskan oleh model.			
F-statistic	193.3	Model signifikan secara keseluruhan.			
Sig. F	0.000	< 0.05, model signifikan.			
Variabel Independen	Koefisien	t-hitung	Signifikansi (p-value)	Keterangan	
Konstanta	0.7534	2.740	0.007	-	
PEOU	0.8679	13.903	0.000	Signifikan	

Berdasarkan Tabel 2, nilai R² sebesar 0.623 menunjukkan bahwa 62.3% variasi pada variabel *Perceived Usefulness* (PU) dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU). Nilai F-statistic sebesar 193.3 dengan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$) menunjukkan bahwa model regresi ini signifikan secara keseluruhan dalam memprediksi variabel dependen. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel PEOU memiliki koefisien regresi positif (0.8679) dengan nilai signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa PEOU berpengaruh signifikan dan positif terhadap PU. Temuan ini mendukung hipotesis H₁, yang berarti semakin mudah suatu teknologi dirasakan, semakin besar pula manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna.

Analisis Model 2: Pengaruh PEOU dan PU terhadap *Attitude Toward Using* (ATU)

Analisis model kedua ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) atau sikap pengguna dalam menggunakan sistem *cashless payment* ini di destinasi wisata Lombok. Model ini juga didasarkan pada kerangka *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan merupakan dua faktor utama yang membentuk sikap positif pengguna terhadap penerapan suatu teknologi. Dengan pernyataan tersebut, pengujian ini diharapkan dapat menyajikan bagaimana tingkat kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna dapat mempengaruhi sikap mereka dalam adopsi transaksi non-

tunai di sektor pariwisata ini. Perhitungan dan hasil dari analisis model kedua ini dapat dilihat pada gambar 3 dan tabel 3.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. (Constant)	1.119	1	1.119	4.889	.000
2. PEOU	.424	1	.424	17.542	.000
3. PU	.301	1	.301	12.542	.001
Total	1.844	3			
Adjusted R Square				73.15	

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. (Constant)	1.119	1	1.119	4.889	.000
2. PEOU	.424	1	.424	17.542	.000
3. PU	.301	1	.301	12.542	.001
Total	1.844	3			
Adjusted R Square				73.15	

Gambar 3 H2 & H3 PEOU, PU terhadap ATU

Model regresi kedua bertujuan untuk menguji hipotesis H2 (PEOU → ATU) dan H3 (PU → ATU). Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Model 2 (H2 & H3)

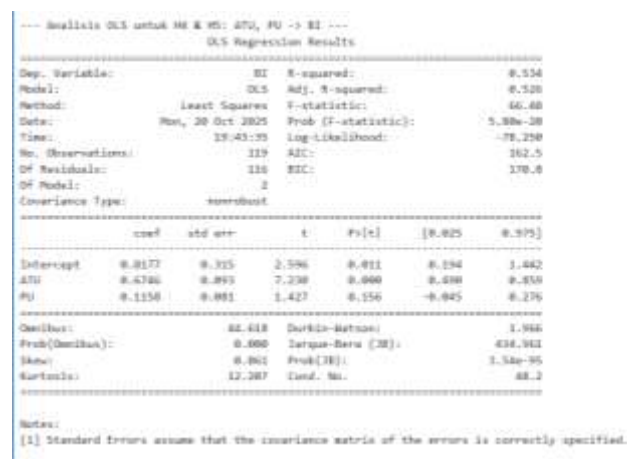
Indikator model	Nilai	Keterangan		
R ²	0.558	55.8% variasi ATU dijelaskan oleh model.		
F-statistic	73.15	Model signifikan secara keseluruhan.		
Sig. F	0.000	< 0.05, model signifikan.		
Variabel Independen	Koefisien	t-hitung	Signifikansi (p-value)	Keterangan
Konstanta	1.3119	4.889	0.000	-
PEOU	0.4240	4.409	0.000	Signifikan
PU	0.3005	3.436	0.001	Signifikan

Berdasarkan Tabel 3, nilai R² sebesar 0.558 menunjukkan bahwa 55.8% variasi pada *Attitude Toward Using* (ATU) dapat dijelaskan oleh variabel PEOU dan PU. Model ini juga signifikan secara keseluruhan dengan nilai F-statistic 73.15 dan signifikansi 0.000.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel PEOU memiliki koefisien regresi positif (0.4240) dengan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Ini menunjukkan PEOU berpengaruh signifikan dan positif terhadap ATU. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima. Demikian pula, variabel PU memiliki koefisien positif (0.3005) dengan nilai signifikansi 0.001 ($p < 0.05$), yang menunjukkan PU berpengaruh signifikan dan positif terhadap ATU. Dengan demikian, hipotesis H3 juga diterima.

Analisis Model 3: Pengaruh ATU dan PU terhadap *Behavioral Intention* (BI)

Analisis model ketiga ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Attitude Toward Using* (ATU) dan *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI) atau niat perilaku pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital *cashless payment* di destinasi wisata Lombok. Model ini juga termasuk dalam kerangka *Technology Acceptance Model* yang menjelaskan bahwa sikap positif terhadap penggunaan teknologi serta persepsi akan manfaat yang diperoleh merupakan faktor kunci membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, melalui analisis ini dapat diketahui sejauh mana sikap pengguna dan manfaat untuk mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk bertransaksi *cashless payment*, yang menjadi indikator penting dalam penerimaan teknologi pembayaran digital di sektor pariwisata. Analisis dan hasil model ini dapat dilihat pada gambar 4.9 dan tabel 4.8.



Gambar 4 H4 & H5 ATU & PU terhadap BI

Model regresi ketiga bertujuan untuk menguji hipotesis H4 (ATU → BI) dan H5 (PU → BI). Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Model 3 (H4 & H5)

Indikator model	Nilai	Keterangan		
R ²	0.534	53.4% variasi ATU dijelaskan oleh model.		
F-statistic	66.48	Model signifikan secara keseluruhan.		
Sig. F	0.000	< 0.05, model signifikan.		
Variabel Independen	Koefisien	t-hitung	Signifikansi (p-value)	Keterangan
Konstanta	0.8177	2.596	0.011	-
ATU	0.6746	7.230	0.000	Signifikan
PU	0.1158	1.427	0.156	Tidak Signifikan

Berdasarkan Tabel 4, nilai R² sebesar 0.534 menunjukkan bahwa 53.4% variasi pada *Behavioral Intention* (BI) dapat dijelaskan oleh variabel ATU dan PU. Model ini signifikan secara keseluruhan dengan nilai F-statistic 66.48 dan signifikansi 0.000.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel ATU memiliki koefisien regresi positif (0.6746) dengan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$), sehingga ATU berpengaruh signifikan dan positif terhadap BI. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima. Sebaliknya, variabel PU memiliki signifikansi 0.156 ($p > 0.05$), yang menunjukkan bahwa PU tidak berpengaruh signifikan terhadap BI. Dengan demikian, hipotesis H5 ditolak.

Analisis Model 4: Pengaruh *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Actual Use* (AU)

Analisis model keempat ini untuk menguji pengaruh *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Actual Use* (AU) atau penggunaan aktual sistem *cashless payment* di destinasi wisata Lombok. Analisis ini juga termasuk dalam kerangka *Technology Acceptance Model* di mana niat perilaku dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku penggunaan aktual suatu teknologi. Artinya, semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran digital, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut benar-benar menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari, termasuk transaksi dalam sektor pariwisata. Melalui analisis ini, dapat diketahui apakah niat wisatawan untuk menggunakan *cashless payment* benar-benar berujung pada perilaku nyata di lapangan, sehingga dapat memberikan gambaran tingkat penerimaan dan keberhasilan implementasi *cashless payment* di sektor pariwisata Lombok. Analisis dan hasil dari model ini dapat dilihat pada gambar 5 dan tabel 5.

```

--- Analisis OLS untuk H6: BI -> AU ---
OLS Regression Results
=====
Dep. Variable:      AU      R-squared:      0.693
Model:              OLS      Adj. R-squared: 0.688
Method:             Least Squares      F-statistic: 263.9
Date:               Mon, 20 Oct 2025     Prob (F-statistic): 9.10e-16
Time:              13:41:15      Log-likelihood: -69.753
No. Observations:   110      AIC:          142.5
DF Residuals:       107      BIC:          146.1
DF Model:            3
Covariance Type:    nonrobust
=====
coef    std err          t      Pr(>|t|)    [0.025    0.975]
-----
Intercept    0.1202    0.281      0.428    0.668    -0.397    0.637
BI           0.9544    0.090     10.244    0.000    0.838    1.071
=====
Durbin-Watson:      1.940      Durbin-MacLeod:      2.116
Prob(>Durbin):      0.001      Jarque-Bera (JB):      23.844
Skew:               -0.399      Prob(JB):              4.95e-05
Kurtosis:           5.285      Cond. No.              30.5
=====
Notes:
[1] Standard errors assume that the covariance matrix of the errors is correctly specified.

--- CE/IMPULSIY AKHIR BERHASILAN ANALISIS OLS ---
=====
Berikut adalah hasil analisis OLS standar (p-value < 0.05), hipotesis berikut ditolak:
- H1 (PEOU -> PU)
- H2 (PEOU -> ATU)
- H3 (PU -> ATU)
- H4 (ATU -> BI)
- H5 (BI -> AU)

```

Gambar 5 H6 BI terhadap AU

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Model 4 (H6)

Indikator model	Nilai	Keterangan		
R ²	0.693	69.3% variasi AU dijelaskan oleh model.		
F-statistic	263.9	Model signifikan secara keseluruhan.		
Sig. F	0.000	< 0.05, model signifikan.		
Variabel Independen	Koefisien	t-hitung	Signifikansi (p-value)	Keterangan
Konstanta	0.1202	0.460	0.646	-
BI	0.9544	16.244	0.000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 5, nilai R² sebesar 0.693 menunjukkan bahwa 69.3% variasi pada *Actual Use* (AU) dapat dijelaskan oleh *Behavioral Intention* (BI). Model ini juga signifikan secara keseluruhan dengan nilai F-statistic 263.9 dan signifikansi 0.000.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel BI memiliki koefisien regresi positif (0.9544) dengan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa BI berpengaruh signifikan dan positif terhadap AU. Dengan demikian, hipotesis H6 diterima.

4.6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk memberikan gambaran yang lebih ringkas mengenai hasil pengujian hipotesis penelitian, pada bagian ini ditampilkan rekapitulasi hasil analisis regresi yang telah dijelaskan pada Subbab 4.4. Tabel berikut merangkum hubungan antar variabel, nilai koefisien, tingkat signifikansi, serta keputusan terhadap hipotesis penelitian.

Tabel 6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien (B)	p-value	Hasil
H1	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) berpengaruh terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.8679	0.000	Diterima
H2	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0.4240	0.000	Diterima
H3	<i>Perceived Usefulness</i> (PU) berpengaruh terhadap <i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	0.3005	0.001	Diterima
H4	<i>Perceived Usefulness</i> (PU) berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	0.6749	0.000	Diterima
H5	<i>Attitude Toward Using</i> (ATU) berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> (BI)	0.1158	0.156	Ditolak

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien (B)	p-value	Hasil
H6	<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU) berpengaruh terhadap <i>Actual Use</i> (AU)	0.9544	0.000	Diterima

Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis yang disajikan pada Tabel 4.9, dapat diketahui bahwa dari enam hipotesis yang diajukan, lima hipotesis dinyatakan diterima dan satu hipotesis ditolak. Hasil ini menggambarkan hubungan antarvariabel dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang melibatkan variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using* (ATU), *Behavioral Intention to Use* (BI), dan *Actual Use*

(AU).

1. Pada hipotesis pertama (H1), diperoleh nilai koefisien sebesar 0,8679 dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hal ini berarti semakin mudah sistem digunakan, maka semakin tinggi pula persepsi kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna.
2. Hipotesis kedua (H2) dengan koefisien 0,4240 dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Artinya, ketika sistem mudah digunakan, pengguna cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan sistem tersebut.
3. Hipotesis ketiga (H3) memperoleh koefisien 0,3005 dengan p-value 0,001 yang juga lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka sikap mereka terhadap penggunaan sistem akan semakin positif.
4. Hipotesis keempat (H4), nilai koefisien sebesar 0,6749 dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. Hal ini mengandung makna bahwa persepsi kebermanfaatan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong niat pengguna untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan.
5. Berbeda dengan hipotesis sebelumnya, hipotesis kelima (H5) dengan nilai koefisien 0,1158 dan p-value 0,156 $> 0,05$ menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. Artinya, meskipun pengguna memiliki sikap positif terhadap sistem, hal tersebut tidak selalu meningkatkan niat mereka untuk menggunakannya.
6. Terakhir, hipotesis keenam (H6) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,9544 dengan p-value $0,000 < 0,05$, yang berarti *Behavioral Intention to Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*. Dengan kata lain, semakin kuat niat perilaku seseorang untuk menggunakan sistem, maka semakin besar kemungkinan sistem tersebut benar-benar digunakan secara aktual.

Secara keseluruhan, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* memiliki peran dominan dalam membentuk sikap, niat, serta penggunaan aktual terhadap sistem. Sementara itu, sikap terhadap penggunaan (ATU) tidak selalu menjadi penentu utama dalam membentuk niat penggunaan (BI). Temuan ini sejalan dengan konsep dasar TAM yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan dan kebermanfaatan merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna.

4. Kesimpulan

hasil penelitian ini menegaskan bahwa aspek kemudahan penggunaan *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan kebermanfaatan *Perceived Usefulness* (PU) merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi sikap, niat, serta perilaku aktual wisatawan dalam mengadopsi *cashless payment*. Sementara itu, sikap terhadap penggunaan *Attitude Toward Using* (ATU) tidak terbukti secara signifikan memengaruhi niat penggunaan *Behavioral Intention to Use* (BI), sehingga menunjukkan bahwa niat wisatawan lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi manfaat secara langsung.

Referensi

- [1] F. Hanum, "Konsep smart tourism sebagai implementasi digitalisasi di bidang pariwisata," *Tornare J. Sustain. Res.*, vol. 2, no. 2, hal. 17, 2020, doi: 10.24198/tornare.v2i2.25787.
- [2] A. A. Rahma, "Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia," *J. Nas. Pariwisata*, vol. 12, no. 1, hal. 1–8, 2020, doi: 10.22146/jnp.52178.
- [3] E. Puspitasari, "Perbandingan Sistem Cashless dan Reimbursement pada Asuransi Kesehatan Swasta di Indonesia," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 7, no. 2, hal. 66–74, 2018.
- [4] P. M. Mezoh dan X. Zhou, "Exploring the Advantages of Cashless Payment Systems: A Comprehensive Review," *Int. J. Res. Innov. Soc. Sci.*, vol. VIII, no. X, hal. 553–564, 2024, doi: 10.47772/IJRIS.2024.8100047.
- [5] Y. Fitriani, "Analisa Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Online Sebagai Media Untuk Mengelola Atau Memanajemen Keuangan," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 5, no. 2, hal. 454–461, 2021, doi: 10.52362/jisamar.v5i2.432.
- [6] S. Purnomo, E. S. Rahayu, A. L. Riani, S. Suminah, dan U. Udin, "Empowerment model for sustainable tourism village in an emerging country," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 2, hal. 261–270, 2020, doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.261.
- [7] W. Oentoro, "Mobile payment adoption process: a serial of multiple mediation and moderation analysis," *Bottom Line*, vol. 34, no. 3/4, hal. 225–244, 2021, doi: 10.1108/BL-09-2020-0059.
- [8] A. Umanailo, N. D. Rumlaklak, dan T. Widiastuti, "Metode Technology Acceptance Model (TAM) pada Sistem Informasi Tugas Akhir Program Studi Ilmu Komputer Universitas Nusa Cendana," *J. Inov.*, vol. 1, no. 2, hal. 75–81, 2022, doi: 10.58300/inovatif-wira-wacana.v1i2.283.
- [9] S. Khaqiqi dan L. Alfansi, "Penerimaan teknologi virtual reality untuk virtual tourism di Indonesia," *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 5, no. 1, hal. 53–66, 2022, doi: 10.17509/jithor.v5i1.43751.
- [10] A. Alsyouf *et al.*, "The use of a technology acceptance model (TAM) to predict patients' usage of a personal health record system: the role of security, privacy, and usability," *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 20, no. 2, hal. 1347, 2023.
- [11] D. Tampubolon, D. Saripurna, dan A. Azlan, "Implementasi Regresi Linier Berganda Untuk Memprediksi Tingkat Penjualan Alat Kelistrikan," *J. Cyber Tech*, vol. 3, no. 1, hal. 176–185, 2020.
- [12] V. Venkatesh dan F. D. Davis, "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies," *Manage. Sci.*, vol. 46, no. 2, hal. 186–204, 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [13] M. Alrammal, X. Dimitrios, dan N. Munir, "Machine Learning with Python," in *Handbook of Computer Programming with Python*, Chapman and Hall/CRC, 2022, hal. 409–448.
- [14] A. R. Shidiq, I. Ermawati, dan M. Santoni, "Penerapan Algoritma Regresi Linier Untuk Prediksi Pada Data Obat Antibiotik," in *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer Dan Aplikasinya (SENAMIKA)*, UPN VETERAN JAWA TIMUR, 2020, hal. 102–111.
- [15] R. Komalasari, "Sistem Pembayaran Digital Bank Indonesia untuk Pariwisata ASEAN," Kompasiana.