



## DETERMINAN PENGGUNAAN E-WALLET PADA KALANGAN MAHASISWA

I Komang Wahyu Buana Kusuma<sup>1</sup> Made Yenni Latrini<sup>2</sup>

### Article history:

Submitted: 12 Mei 2024

Revised: 11 Juli 2024

Accepted: 14 September 2024

### Keywords:

Decision to Use;  
Perceived Ease of Use;  
Perceived Usefulness;  
Service Quality;  
TAM;

### Kata Kunci:

Keputusan Penggunaan;  
Kualitas Layanan;  
Persepsi Kemudahan;  
Persepsi Manfaat;  
TAM;

### Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana, Bali,  
Indonesia  
Email:  
[kmwahyubuana@gmail.com](mailto:kmwahyubuana@gmail.com)

### Abstract

*The rapid development of the digital era has reached various orders of life, without exception the payment system. Digitalization is one of the payment systems by switching conventional payment methods to digital payment methods with e-wallet services. This study aims to empirically examine the effect of perceived convenience, perceived benefits, and service quality on decisions to use e-wallets among students. The study population was undergraduate students of the 2020 batch of the Faculty of Economics and Business, Udayana University with a sample of 165 respondents determined by non-probability sampling using convenience sampling techniques. The hypothesis was tested with multiple linear regression. The results showed that perceived convenience had no effect on decisions to use e-wallets. Perceived benefits and service quality were found to have a positive effect on the decision to use e-wallets, thus indicating that the better the quality of the service resulted in the decision to apply e-wallets in financial transaction activities increasing. Theoretically, this research provides knowledge about the Technology Acceptance Model (TAM). Practically, the results of the study provide considerations for companies providing e-wallet applications to consistently provide the best convenience, benefits and quality of service for e-wallet users.*

### Abstrak

Pesatnya perkembangan era digital telah meranah pada berbagai tatanan kehidupan, tanpa kecuali sistem pembayaran. Digitalisasi adalah salah satu sistem pembayaran dengan peralihan metode pembayaran konvensional ke metode pembayaran digital dengan layanan *e-wallet*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa. Populasi penelitian adalah mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana dengan sampel sebanyak 165 orang responden ditentukan dengan *non-probability sampling* menggunakan teknik *convenience sampling*. Hipotesis diuji dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan tidak memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet*. Persepsi manfaat serta kualitas layanan ditemukan berpengaruh positif pada keputusan penggunaan *e-wallet*, sehingga menunjukkan semakin baik kualitas dari pelayanan mengakibatkan keputusan pengaplikasian *e-wallet* dalam kegiatan transaksi keuangan semakin meningkat. Secara teoretis, penelitian ini memberikan pengetahuan tentang *Technology Acceptance Model* (TAM). Secara praktis, hasil penelitian memberikan pertimbangan bagi perusahaan penyedia aplikasi *e-wallet* agar konsisten memberikan kemudahan, manfaat, dan kualitas layanan terbaik bagi pengguna *e-wallet*.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia<sup>2</sup>

Email: [madyennilatrini@unud.ac.id](mailto:madyennilatrini@unud.ac.id)

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan era digital telah meranah pada berbagai tatanan kehidupan, tanpa kecuali sistem pembayaran. Salah satu digitalisasi dalam sistem pembayaran terbukti dengan adanya peralihan metode pembayaran konvensional menjadi metode pembayaran digital melalui *e-wallet*. *E-wallet* adalah layanan dalam bentuk elektronik dengan kemampuan dapat menyimpan dana secara *online* di mana selanjutnya bisa difungsikan untuk melaksanakan pembayaran (Bank Indonesia, 2020). Transaksi menggunakan *e-wallet* bisa dengan memindai kode *quick response* melalui ponsel, sehingga transaksi akan diselesaikan secara digital tanpa mengeluarkan uang tunai. Penggunaan *e-wallet* dianggap memberikan kemudahan dalam bertransaksi karena meningkatkan efisiensi dan efektivitas ketika melaksanakan pembayaran di mana saja dan kapan saja (Affan & Ustman, 2022). Berkaitan dengan sistem internal perusahaan, aplikasi *e-wallet* terintegrasi dengan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

*Integrasi aplikasi e-wallet dengan SIA memungkinkan pencatatan transaksi dilakukan secara otomatis*, hal itu bertujuan untuk mengurangi adanya kesalahan yang dibuat oleh manusia atau *human error* serta untuk mempercepat proses akuntansi. Salah satu proses akuntansi pada aplikasi *e-wallet* adanya rekonsiliasi dari data transaksi *e-wallet* dengan catatan di SIA untuk memastikan kesesuaian dan keakuratan data keuangan. Melalui sub sistem pada SIA aplikasi *e-wallet* berhubungan dengan pengelolaan dana nasabah atau konsumen. Perusahaan atau *platform* aplikasi *e-wallet* dapat mengelola dana konsumen yang ada pada aplikasi *e-wallet* dengan lebih selektif untuk memastikan ketersediaan dana yang cukup apabila terdapat kebutuhan operasional dan pembayaran kepada pihak ketiga. Hal tersebut didukung oleh survei yang dilakukan oleh *InsightAsia* tahun 2022.

Survei *InsightAsia* tahun 2022 mengenai *Consistency That Leads: E-Wallet Industry Outlook* menemukan bahwa 71 persen responden dari masyarakat Indonesia aktif menggunakan *e-wallet* untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Survei tersebut juga memaparkan aplikasi Gopay sebagai aplikasi *e-wallet* yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia, disusul dengan OVO, Dana, Shopeepay dan LinkAja. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai memanfaatkan metode transaksi digital, meskipun tidak keseluruhan karena ada sebagian masih betah memanfaatkan uang tunai sebagai alat pembayaran. Metode pembayaran digital memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan, khususnya setelah wabah *Covid-19* melanda Indonesia. Adanya pembatasan kegiatan akibat pandemi *Covid-19* meningkatkan pemanfaatan teknologi digital yang dilakukan oleh masyarakat, untuk memenuhi keperluan sehari-hari tanpa kecuali dalam transaksi keuangan (Ariffin *et al.*, 2021). Masyarakat didorong untuk beralih ke metode pembayaran digital, sehingga masyarakat lebih banyak memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran pasca pandemi *Covid-19* (Jakpat, 2020). Hal ini didukung juga oleh data badan statistik.

Data yang diperlihatkan Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (SPIP) Bank Indonesia, per Januari 2024 persebaran uang elektronik di Indonesia sebanyak 104,62 juta unit. Jumlah ini tercatat mengalami peningkatan dibandingkan dua bulan sebelumnya yakni, Desember 2023 di mana jumlah uang elektronik yang beredar sebanyak 100,90 juta unit. Sementara itu, bulan November 2023 jumlah uang elektronik yang tersebar sebanyak 99,68 juta unit. Apabila dilihat secara tahunan, per 2023 persebaran uang elektronik di Indonesia dengan jumlah 100,90 juta unit. Kemudian sejumlah 90,18 juta unit peredaran uang elektronik di tahun 2022, sedangkan pada 2021 terdapat 79,58 juta unit jumlah uang elektronik yang diedarkan. Sementara itu, di tahun 2020 Bank Indonesia mencatat ada 68,40 juta unit uang elektronik yang tersebar di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, terlihat penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan setiap tahunnya. Terlebih sejak tahun 2020 ke atas yang jumlah kenaikannya mencapai lebih dari 10 juta unit. Pernyataan itu menggambarkan, pemanfaatan metode pembayaran dengan uang elektronik sangat dibutuhkan terutama pada generasi Z.

Generasi Z adalah generasi dengan kelahiran yang dimulai dari tahun 1997 hingga 2012 serta diperkirakan berusia 10-25 tahun (Basuki, 2021). Generasi Z diketahui menjadi generasi dengan

kemudahan beradaptasi pada perkembangan teknologi, selain itu Generasi Z juga identik dengan *lifestyle* yang *up to date*. Hal tersebut menyebabkan Generasi Z dapat dikatakan sebagai generasi yang banyak melakukan aktivitas transaksi melalui media digital. Perkembangan metode pembayaran digital membuat Generasi Z mulai beralih ke *e-wallet* dalam melakukan kegiatan transaksi. Berdasarkan studi yang dilakukan Zigi dan Katadata Insight Center dikatakan bahwa banyak Generasi Z yang sudah menggunakan *e-wallet*. Hal tersebut dikarenakan Generasi Z menemukan adanya kemudahan penggunaan, ketersediaan promosi, kualitas layanan yang bagus dan mudahnya dalam pembuatan akun ketika menggunakan *e-wallet* (Lavinda, 2022). Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (1989).

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori yang telah terbukti membantu secara teoretis untuk memprediksi dan menjelaskan penerimaan penggunaan teknologi (Dewi *et al.*, 2022). Teori TAM dipopulerkan Fred D. Davis pada 1989 sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM dibangun dengan lima konstruk untuk memahami perilaku pengguna terhadap penerimaan teknologi, yakni *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use* dan *actual system use*. Pengembangan TAM dilakukan dengan memasukkan dua variabel yakni persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Aditya & Putra (2021) mengungkapkan variabel persepsi manfaat serta persepsi kemudahan menjadi konstruk yang memutuskan penerimaan penggunaan teknologi dikarenakan kedua konstruk tersebut mempunyai pengaruh yang tinggi dengan hasil validitas yang telah teruji. TAM telah banyak digunakan untuk meneliti fenomena mengenai adopsi, penerimaan penggunaan, dan kelanjutan dari penggunaan berbagai teknologi (Zhang & Mao, 2020; Leong *et al.*, 2021; Foster *et al.*, 2022). TAM sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana *e-wallet* dapat digunakan untuk melakukan kegiatan transaksi sehari-hari, dikarenakan *e-wallet* memberikan kemudahan dan manfaat ketika dipakai untuk bertransaksi. Kemudahan dan manfaat yang diberikan aplikasi *e-wallet*, dapat menjadi faktor dalam menentukan keputusan seseorang menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran.

Keputusan penggunaan merupakan sebuah keputusan yang dijadikan pilihan berdasarkan beberapa tindakan melalui alternatif yang ada (Ferdiansyah & Nur, 2023). Umah & Siswahyudianto (2022) mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai proses seseorang menggabungkan informasi yang didapatkan untuk menentukan satu pilihan dari banyaknya opsi yang tersedia. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, keputusan penggunaan dapat disimpulkan sebagai perilaku seseorang dalam memutuskan pilihan dari beberapa pilihan yang ada. Penelitian yang dilakukan oleh Aditiansa & Dermawan (2022) menyebutkan beberapa indikator dari keputusan penggunaan antara lain: 1) Kemantapan memilih produk atau jasa; 2) Kebiasaan menggunakan produk atau jasa; 3) Memberikan rekomendasi dari menggunakan produk atau jasa kepada orang lain; dan 4) Menggunakan produk atau jasa terus-menerus. Kemudahan dan kelancaran ketika memanfaatkan pembayaran digital, menuntun seseorang mengoperasikan *e-wallet* (Yang *et al.*, 2021). Tian *et al.* (2023) menyatakan persepsi kemudahan sebagai pandangan seseorang ketika mengaplikasikan teknologi tertentu tidak membutuhkan banyaknya usaha.

Persepsi kemudahan juga dinyatakan sebagai kemudahan seseorang terkait dengan penggunaan maupun mempelajari suatu teknologi (Sarmah *et al.*, 2020). Kemudahan dalam sistem *e-wallet* sangat penting, jika *e-wallet* memiliki kemudahan saat digunakan cenderung meningkatkan keputusan seseorang menggunakan *e-wallet*. Banyak konsumen yang merasa menggunakan *e-wallet* masih kompleks dan susah untuk dipelajari (Liu *et al.*, 2019). Disaat yang bersamaan, konsumen membutuhkan jenis pembayaran yang cepat dan nyaman seperti *e-wallet*. Akibatnya, konsumen berharap dapat mempelajari dan menggunakan *e-wallet* secara lebih mudah. Ketika konsumen beranggapan mempelajari dan menggunakan *e-wallet* gampang dilakukan, mengakibatkan pengguna memilih mengaplikasikan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Pertiwi *et al.* (2021) menerangkan indikator dari persepsi kemudahan antara lain: 1) Mudah digunakan; 2) Mudah dipelajari; 3) Mudah dioperasikan; 4)

Penggunaannya fleksibel; 5) Jelas dan mudah dipahami dan 6) Tidak memerlukan usaha yang berlebihan ketika digunakan. Penelitian sebelumnya dari Leong *et al.* (2021); Mustofa *et al.* (2021); Aditiansa & Dermawan (2022); Astari *et al.* (2022); Latifah *et al.* (2022); Sukmawati & Kowanda (2022); Ferdiansyah & Nur (2023); Susanti & Putra (2023); Tang *et al.* (2022); Tian *et al.* (2023) menemukan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet*. Selain persepsi kemudahan, persepsi manfaat juga mempengaruhi penggunaan teknologi.

Persepsi manfaat adalah penilaian subjektif yang dirasakan oleh seseorang sebagai manfaat dari penggunaan teknologi tertentu (Zhang & Mao, 2020). Sementara itu, Daragmeh *et al.* (2021) menyatakan persepsi manfaat sebagai kepercayaan pengguna bahwa sistem teknologi bermanfaat untuk meringankan aktivitas yang dilakukan. Persepsi manfaat juga diartikan sebagai pandangan seseorang bahwa melakukan perilaku tertentu menguntungkan (Dewi & Latrini, 2023). Berdasarkan definisi tersebut, manfaat yang didapatkan adalah kepercayaan dari keputusan yang diambil yang oleh seseorang. Apabila pengguna mempercayai menggunakan teknologi akan memberikan manfaat, maka pengguna tersebut memiliki keputusan untuk mengoperasikan suatu teknologi. Berangkat dari hal tersebut, keputusan konsumen untuk menggunakan *e-wallet* timbul apabila konsumen yakin bahwa menggunakan *e-wallet* dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan kinerja, produktivitas, dan keefektifan ketika digunakan untuk melakukan transaksi keuangan. Pertiwi *et al.* (2021) menyatakan beberapa indikator dari persepsi manfaat antara lain: 1) Bermanfaat untuk melakukan transaksi; 2) Transaksi pembayaran menjadi lebih cepat; 3) Kinerja transaksi pembayaran menjadi lebih baik; 4) Meningkatkan produktivitas yang dilakukan; 5) Meningkatkan efektivitas kegiatan yang dilakukan dan 6) Memberikan banyak keuntungan. Penelitian oleh Liu *et al.* (2019); Do & Do (2020); Ariffin *et al.* (2021); Himawati & Firdaus (2021); Mustofa *et al.* (2021); Yang *et al.* (2021); Latifah *et al.* (2022); Ming & Jais (2022); Sukmawati & Kowanda (2022); Umah & Siswahyudianto (2022); Mawardi & Prabowo (2023) serta Okonkwo *et al.* (2023) menunjukkan hasil persepsi manfaat memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Faktor lainnya yang memungkinkan membuat orang-orang mengoperasikan *e-wallet* adalah kualitas layanan.

Kholifah *et al.* (2023) mengemukakan bahwa kualitas layanan bagian ciri atau karakteristik dari produk atau jasa yang mencakup fitur produk, keandalan jasa, dan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan didasarkan pada teknologi, sistem, dan manusia, oleh karena itu kualitas layanan menjadi sarana untuk memenuhi harapan akan kebutuhan dan keinginan dari seseorang. Kualitas layanan menjadi faktor penting dalam produk maupun jasa karena akan berpengaruh pada penilaian dan kepuasan konsumen saat memutuskan memilih produk atau jasa. Perusahaan yang bergerak dibidang transaksi digital seperti *e-wallet*, kualitas layanan yang ditawarkan sangat diperhitungkan oleh konsumen (Susanti & Putra, 2023). Konsumen dapat memanfaatkan kualitas layanan dari fitur *e-wallet* untuk membandingkan kualitas layanan antara merek *e-wallet* yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih merek *e-wallet* tersebut. Beberapa indikator kualitas layanan menurut Ferdiansyah & Nur (2023) antara lain: 1) Kemudahan akses informasi produk atau layanan; 2) Keberagaman layanan; 3) Keberagaman fitur dan 4) Inovasi produk atau layanan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprilia & Susanti (2022); Latifah *et al.* (2022); Setiawan & Sunaryo (2022); Ferdiansyah & Nur (2023); Isnaini & Istiyanto (2023); Kholifah *et al.* (2023); Okonkwo *et al.* (2023); Susanti & Putra (2023) serta Tian *et al.* (2023) berhasil memberikan bukti kualitas layanan menjadi pengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan latar belakang serta bukti empiris penelitian sebelumnya, dijabarkan hipotesis penelitian ini yakni: “H<sub>1</sub>: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa”; “H<sub>2</sub>: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa”; “H<sub>3</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa.”

## METODE PENELITIAN

Penelitian ditetapkan dengan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Pendekatan ini memiliki tujuan untuk menguji hipotesis melalui analisis data statistik agar didapatkan pengaruh variabel endogen pada variabel eksogen. Pengaruh variabel yang diuji yaitu pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana. Adapun objek penelitiannya yakni keputusan mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Variabel terikat adalah keputusan penggunaan *e-wallet* (Y), sedangkan persepsi kemudahan ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) ditetapkan sebagai variabel bebas.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Sampel yang ditetapkan adalah mahasiswa yang menggunakan *e-wallet*. Mahasiswa angkatan 2020 program studi sarjana ditetapkan sebagai sampel penelitian berkaitan dengan teknik *convenience sampling*. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan maksud agar tidak ada pemberian peluang serupa pada populasi yang dijadikan sampel (Sugiyono, 2019). Sementara itu, penentuan subjek untuk dijadikan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling* yakni teknik penentuan sampel di mana peneliti memilih individu yang paling mudah untuk ditemui atau dijangkau untuk menjadi bagian dari sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Untuk mempermudah peneliti dalam pemilihan sampel maka ditetapkan kriteria sampel penelitian yakni: 1) Mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dan 2) Memiliki aplikasi *e-wallet* pada *smartphone*-nya dan digunakan untuk melakukan transaksi.

Data penelitian terdiri dari data kuantitatif yakni jawaban responden dengan angka-angka atas kuesioner yang dibagikan serta data kualitatif yakni pernyataan yang dipakai sebagai indikator dalam kuesioner penelitian. Data penelitian bersumber melalui data primer berangkat dari respons kuesioner yang telah dijawab oleh responden penelitian yakni mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang dipakai adalah kuesioner tertutup dengan skala *likert* lima poin untuk pengukuran jawaban responden.

Diterapkan uji validitas untuk mengetahui kesesuaian tiap butir pernyataan yang terkandung pada kuesioner. Pengujian validitas ditentukan apabila *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan valid. Kemudian dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui kemampuan instrumen menghasilkan data yang sama. Penentuan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*, nilai lebih besar dari 0,6 maka instrumen reliabel. Selanjutnya, sebelum melakukan analisis lebih lanjut dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah semua uji asumsi klasik dilakukan dan telah terpenuhi, maka dilanjutkan dengan dengan uji selanjutnya yakni analisis regresi linier berganda.

**Tabel 1.**  
**Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Mudah digunakan (X1.1)	Pertiwi <i>et al.</i> (2021)
	Mudah dipelajari (X1.2)	
	Mudah dioperasikan (X1.3)	
	Penggunaannya fleksibel (X1.4)	
	Jelas dan mudah dipahami (X1.5)	
	Tidak memerlukan usaha yang berlebihan (X1.6)	
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	Bermanfaat untuk transaksi (X2.1)	Pertiwi <i>et al.</i> (2021)
	Transaksi menjadi lebih cepat (X2.2)	
	Kinerja transaksi menjadi lebih baik (X2.3)	
	Meningkatkan produktivitas (X2.4)	
	Meningkatkan efektivitas (X2.5)	
	Memberikan banyak keuntungan (X2.6)	
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	Kemudahan akses informasi (X3.1)	Ferdiansyah & Nur (2023)
	Keberagaman layanan (X3.2)	
	Keberagaman fitur (X3.3)	
	Inovasi produk atau layanan (X3.4)	
Keputusan Penggunaan (Y)	Kemantapan memilih (Y.1)	Aditiansa & Dermawan (2022)
	Kebiasaan menggunakan (Y.2)	
	Memberikan rekomendasi (Y.3)	
	Menggunakan secara terus-menerus (Y.4)	

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi 165 orang mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, Manajemen, dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Dari hal itu, didapatkan karakteristik responden meliputi program studi, gender, usia, rincian rerata pengeluaran per bulan dan jenis aplikasi *e-wallet* yang dimanfaatkan responden. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa program studi responden didominasi oleh program studi sarjana akuntansi yakni dengan total 70 orang.

**Tabel 2.**  
**Karakteristik Responden**

Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Program Studi	Sarjana Ekonomi Pembangunan	45	27,20
	Sarjana Manajemen	50	30,30
	Sarjana Akuntansi	70	42,50
	Jumlah	165	100,00
Jenis Kelamin	Laki-Laki	39	23,60
	Perempuan	126	76,40
	Jumlah	165	100,00
Usia	< 18 tahun	0	0,00
	18-20 tahun	8	4,90
	21-23 tahun	157	95,10
	24-26 tahun	0	0,00
	> 26 tahun	0	0,00
	Jumlah	165	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 2 menjelaskan jenis kelamin responden kebanyakan adalah wanita dengan total 126 orang. Apabila diamati melalui usia, responden penelitian ini kebanyakan masih berusia antara 21 hingga 23 tahun yakni sebanyak 157 orang atau sebesar 95,1 persen yang membuktikan bahwa mayoritas mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud sebagai Generasi Z. Berdasarkan Tabel 3 dapat diperoleh informasi bahwa pengeluaran rata-rata responden setiap bulannya didominasi pada rentang Rp1.000.000 hingga Rp2.500.000 yakni sebanyak 79 orang atau 47,9 persen. Sementara itu, aplikasi Shopeepay menjadi *e-wallet* paling digemari oleh responden dengan total yang memakainya sebanyak 125 orang atau 75,8 persen.

**Tabel 3.**  
**Pengeluaran per Bulan dan Jenis E-Wallet yang Digunakan**

Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Rata-Rata Pengeluaran per Bulan	< Rp1.000.000	59	35,80
	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	79	47,90
	Rp2.500.000 – Rp4.000.000	22	13,30
	Rp4.000.000 – Rp5.500.000	4	2,40
	> Rp5.500.000	1	0,60
	Jumlah	165	100,00
<i>E-Wallet</i>	OVO	77	46,70
	Gopay	96	58,20
	Shopeepay	125	75,80
	Dana	92	55,80
	LinkAja	7	4,20
	i.saku	1	0,60
	Sakuku	2	1,20
	Doku	1	0,60
	Uangku	0	0,00
Lainnya	2	1,20	

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 4 menerangkan bahwa nilai variabel persepsi kemudahan dengan minimum 19 dan maksimum 30 diikuti nilai rata-rata yakni 27,05 yang mengindikasikan jawaban terkait persepsi kemudahan cenderung baik.

**Tabel 4.**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Simpangan Baku
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	165	19	30	27,050	2,149
Persepsi Manfaat ( $X_2$ )	165	19	30	26,810	2,355
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	165	13	20	17,580	1,704
Keputusan Penggunaan ( $Y$ )	165	11	20	17,550	1,751

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 4 menjelaskan secara rerata mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud sebagai Generasi Z setuju bahwa *e-wallet* mudah untuk digunakan. Standar deviasi persepsi kemudahan sebesar 2,149 lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, yang diartikan data tersebar merata. Nilai minimum variabel persepsi manfaat adalah 19 dengan nilai maksimum 30, dan nilai rata-rata adalah 26,81 mengindikasikan respon mengenai persepsi manfaat telah bagus. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud sebagai Generasi Z setuju bahwa *e-wallet* memiliki manfaat ketika digunakan. Nilai simpangan baku

persepsi manfaat sebesar 2,355 lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, mengindikasikan meratanya sebaran data. Kualitas layanan memiliki angka terkecil tiga belas dan terbesar dua puluh, jumlah *mean* 17,58 yang diartikan umpan balik kualitas layanan sudah baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud sebagai Generasi Z setuju bahwa *e-wallet* memiliki kualitas layanan bagus ketika digunakan. Nilai simpangan baku kualitas layanan sebesar 1,704 lebih kecil dari nilai rata-rata, mengindikasikan sebaran data sudah merata. Nilai minimum variabel keputusan penggunaan adalah 11 dengan nilai maksimum 20, nilai rata-rata sebesar 17,55 memperlihatkan balasan yang berhubungan dengan keputusan penggunaan bagus. Hal tersebut diartikan secara rerata mahasiswa mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud sebagai Generasi Z setuju untuk memutuskan mengoperasikan *e-wallet*. Standar deviasi keputusan penggunaan yakni 1,751 lebih kecil dari nilai rata-rata, berarti sebaran data sudah merata.

Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas instrumen penelitian, dari tabel itu diperoleh informasi nilai *r*-hitung dari semua *item* pertanyaan lebih besar dibandingkan nilai *r*-tabel (0,361). Hal tersebut mengindikasikan keseluruhan butir pertanyaan valid serta sesuai dijadikan instrumen penelitian.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Pearson Correlation
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,961
	X1.2	0,972
	X1.3	0,964
	X1.4	0,964
	X1.5	0,954
	X1.6	0,941
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,923
	X2.2	0,912
	X2.3	0,956
	X2.4	0,891
	X2.5	0,933
	X2.6	0,919
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,950
	X3.2	0,949
	X3.3	0,926
	X3.4	0,954
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,942
	Y.2	0,832
	Y.3	0,833
	Y.4	0,944

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Sementara itu, Tabel 6 memperlihatkan hasil uji reliabilitas, terlihat nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,6 yang mengindikasikan instrumen penelitian andal dan layak dipakai.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	0,982
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	0,964
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	0,959
Keputusan Penggunaan (Y)	0,895

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 7 diketahui hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan telah normal. Tabel 8 mengenai uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dengan nilai VIF kurang dari 10 mengindikasikan model persamaan regresi penelitian ini tidak ada gejala multikolinearitas. Dilihat dari Tabel 9, hanya variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat lolos uji heteroskedastisitas sedangkan variabel kualitas layanan ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Beranjak dari hal tersebut, peneliti mencoba menggunakan alternatif uji lainnya yakni uji *Spearman's Rho* agar model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas (Gunawan, 2019). Melalui uji *Spearman's Rho* yang ditunjukkan pada Tabel 10 keseluruhan variabel endogen mendapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, diterangkan bahwa model regresi bebas dari unsur heteroskedastisitas.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	165
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	0,755	1,325
Persepsi Manfaat ( $X_2$ )	0,687	1,455
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	0,683	1,465

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser**

Variabel	Signifikansi
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	0,361
Persepsi Manfaat ( $X_2$ )	0,159
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	0,003

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

**Tabel 10.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Spearman's Rho**

Variabel	Signifikansi
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	0,823
Persepsi Manfaat ( $X_2$ )	0,810
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	0,432

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 11, nilai konstanta sebesar 5,457 mengindikasikan apabila semua variabel bebas dinyatakan tetap pada angka nol, maka nilai variabel terikat sebesar 5,457. Hal tersebut juga dapat dimaknai jika tidak terdapat persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan maka keputusan penggunaan *e-wallet* sebesar 5,457.

**Tabel 11.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

	Koefisien Regresi (B)	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	5,457	1,731	3,153	0,002
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	0,078	0,064	1,230	0,220
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	0,246	0,061	4,047	0,000
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	0,192	0,084	2,280	0,024

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 11 menjelaskan angka koefisien persepsi kemudahan (X<sub>1</sub>) 0,078 lalu nilai signifikansi 0,220 diartikan peningkatan satu persen persepsi kemudahan, membuat keputusan penggunaan *e-wallet* bertambah 0,078 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Variabel persepsi manfaat (X<sub>2</sub>) memiliki nilai koefisien 0,246 diikuti nilai signifikansi yakni 0,000 mengindikasikan kenaikan satu persen persepsi manfaat maka keputusan penggunaan *e-wallet* mengalami peningkatan 0,246 dengan asumsi variabel yang lain tetap. Koefisien variabel kualitas layanan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,192 sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,024 yang berarti setiap ada penambahan satu persen kualitas layanan mengakibatkan keputusan penggunaan *e-wallet* mengalami peningkatan 0,192 apabila variabel lain diasumsikan tetap.

Berdasarkan Tabel 12 *Adjusted R*<sup>2</sup> bernilai 0,246 diartikan 24,6 persen faktor keputusan penggunaan *e-wallet* dipengaruhi persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan sedangkan sekitar 75,4 persen dipengaruhi faktor lain dimana belum termasuk dalam model penelitian.

**Tabel 12.**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,510	0,260	0,246	1,520

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 13 menunjukkan nilai F-hitung 18,830 lebih besar dibandingkan nilai F-tabel yakni 2,660 sedangkan signifikansinya 0,000 yang mana lebih rendah dari nilai *alpha* yakni 0,05. Hal tersebut mengindikasikan model regresi telah sesuai untuk dipakai serta dapat diartikan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan bersama-sama mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*.

**Tabel 13.**  
**Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)**

	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	130,600	3	43,533	18,830	0,000
Residual	372,213	161	2,312		
Total	502,812	164			

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

**Tabel 14.**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

	B	t	Sig.
(Constant)	5,457	3,153	0,002
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	0,078	1,230	0,220
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	0,246	4,047	0,000
Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )	0,192	2,280	0,024

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 14  $H_1$  menyuratkan nilai t-hitung positif 1,230 dengan signifikansi 0,220. Angka t-hitung lebih rendah dibandingkan angka t-tabel yakni 1,654 serta signifikansi lebih besar daripada nilai  $\alpha$  mengindikasikan  $H_1$  dengan pernyataan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa ditolak. Hal tersebut membuktikan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud, dapat diartikan meskipun ketika menggunakan *e-wallet* memberikan banyak kemudahan tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengoperasikan dompet elektronik. Hasil penelitian tidak mengkonfirmasi teori TAM yang mengungkapkan bahwa besarnya kemudahan dari pemakaian teknologi cenderung meningkatkan keputusan orang-orang memakai teknologi yang tersedia. Hal tersebut dapat disebabkan, karena adanya kepentingan dari *platform* yang memiliki tujuan untuk menghimpun dana konsumen serta untuk mendongkrak penjualan *platform*, menyebabkan konsumen memiliki banyak aplikasi *e-wallet*. Mahasiswa ditemukan memiliki aplikasi *e-wallet* lebih dari satu dalam *smartphone*-nya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa terkadang kebingungan menggunakan aplikasi *e-wallet* dikarenakan tampilan pengguna (*user interface*) dari setiap aplikasi *e-wallet* berbeda. Hasilnya mahasiswa membayangkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak terlihat sederhana (Okonkwo *et al.*, 2023). Hasil penelitian ini selaras dengan Ernawati & Noersanti (2020); Giri & Suardana (2021); Aprilia & Susanti (2022); Umah & Siswahyudianto (2022); Mawardi & Prabowo (2023) Okonkwo *et al.* (2023) yang mendapatkan hasil persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet*.

Pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ ) memberikan informasi t-hitung positif sebesar 4,047 dibarengi signifikansi 0,000. T-hitung mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan t-tabel yakni 1,654 serta signifikansi lebih rendah ketimbang  $\alpha$  menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) tentang persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa diterima. Hal tersebut diartikan persepsi manfaat berpengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud, yang mengindikasikan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan mahasiswa menyebabkan pengoperasian *e-wallet* bertambah. Berangkat melalui teori TAM hasil penelitian sejalan, yang mana mengemukakan ketika orang-orang merasakan manfaat yang ditawarkan oleh teknologi, maka pandangan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut akan meningkat. Hal tersebut disebabkan dengan memiliki dan menggunakan *e-wallet* sebagai metode untuk melakukan transaksi pembayaran mempercepat proses pembayaran yang dilakukan dan meningkatkan efektivitas ketika melakukan suatu transaksi (Ariffin *et al.*, 2021). Penyebab lainnya adalah banyak tersedia promosi dan manfaat menarik yang dirasakan oleh mahasiswa, seperti aplikasi Gopay yang membebaskan biaya tambahan ketika melakukan *transfer* dan aplikasi Shopeepay yang menawarkan banyak *voucher* diskon ketika membeli makanan, produk baju, produk *skincare* dan produk lainnya. Menggunakan *e-wallet* juga tidak membuat mahasiswa merasa kebingungan untuk mencari mesin ATM ketika memerlukan dana yang dipakai sebagai pembayaran, dikarenakan pemenuhan transaksi dapat diselesaikan dengan aplikasi *e-wallet*. Hasil ini mengkonfirmasi penelitian Liu *et al.* (2019); Pratama & Suputra (2019); Do & Do (2020); Ariffin *et al.* (2021); Himawati & Firdaus (2021); Mustofa *et al.* (2021); Yang *et al.* (2021); Latifah *et al.* (2022); Ming & Jais (2022) yang membuktikan terdapat pengaruh antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Hasil uji  $H_3$  memperlihatkan t-hitung positif 2,280 diikuti signifikansi 0,024. Koefisien t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel yakni 1,654 serta signifikansi lebih kecil daripada nilai  $\alpha$  menunjukkan bahwa  $H_3$  dengan keterangan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa diterima. Hal tersebut berarti kualitas layanan mempengaruhi keputusan dalam menggunakan dompet elektronik di kalangan mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud, yang menunjukkan semakin bagus pemberian kualitas layanan meningkatkan keputusan mahasiswa mengaplikasikan *e-wallet*. Penilaian kualitas layanan baik atau

buruknya suatu teknologi, setelah pengguna menemukan atau merasakan manfaat yang ditawarkan oleh teknologi tersebut. Mahasiswa program studi angkatan 2020 FEB Unud menemukan kualitas layanan yang baik ketika menggunakan *e-wallet*. Hal tersebut disebabkan karena aplikasi *e-wallet* banyak menawarkan fitur layanan yang memudahkan mahasiswa ketika melakukan transaksi secara digital. Aplikasi *e-wallet* juga mampu menginformasikan secara detail mengenai informasi produk atau jasanya serta *e-wallet* juga terus melakukan inovasi untuk meningkatkan layanan yang dibagikan melalui menawarkan *update* fitur-fitur pelayanan kepada konsumennya. Hasil ini didukung penelitian Aprilia & Susanti (2022); Latifah *et al.* (2022); Setiawan & Sunaryo (2022); Ferdiansyah & Nur (2023); Isnaini & Istiyanto (2023); Kholifah *et al.* (2023); Okonkwo *et al.* (2023); Susanti & Putra (2023) serta Tian *et al.* (2023) dengan menunjukkan bahwa kualitas layanan didapatkan memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini menawarkan implikasi teoretis dengan memberikan pengetahuan tentang TAM sebagai teori yang dijabarkan melalui persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kualitas layanan sebagai pengaruh keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh keputusan mahasiswa mengoperasikan *e-wallet* hanya persepsi manfaat dan kualitas layanan, sedangkan persepsi kemudahan tidak ditemukan menjadi pengaruh bagi mahasiswa untuk memutuskan memanfaatkan dompet elektronik. Mengenai itu dapat diakibatkan, mudah atau tidaknya penggunaan *e-wallet* tidak mempengaruhi mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud untuk menggunakannya, sebaliknya mahasiswa program studi sarjana angkatan 2020 FEB Unud tetap memakai dompet elektronik jika dirasakan terdapat keuntungan apabila menggunakan *e-wallet*. Beragamnya fitur layanan dengan informasi yang detail mengenai layanan yang diberikan serta mampu untuk terus berinovasi juga meningkatkan keputusan mahasiswa mengoperasikan *e-wallet* menjadi alat transaksi yang dilakukan secara digital. Implikasi praktis penelitian ini adalah membuktikan persepsi manfaat dibarengi kualitas layanan berpengaruh positif pada keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa, sebaliknya persepsi kemudahan tidak ditemukan adanya pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa. Melalui keluaran tersebut diharapkan perusahaan penyedia aplikasi *e-wallet* agar konsisten memberikan kemudahan, manfaat, dan kualitas layanan yang terbaik kepada pengguna sehingga meningkatkan jumlah konsumen untuk menggunakan *e-wallet*.

## SIMPULAN DAN SARAN

Merujuk pada pembahasan dapatan penelitian dapat diberikan pemahaman persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet* pada kalangan mahasiswa. Hal tersebut berarti meskipun penggunaan *e-wallet* menawarkan banyak kemudahan tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa memakai dompet elektronik ketika bertransaksi. Persepsi manfaat ditemukan mempunyai pengaruh positif dalam memutuskan pengoperasian *e-wallet* di lingkungan mahasiswa, pernyataan itu mengindikasikan besarnya manfaat yang dirasakan ketika mengaplikasikan *e-wallet* menyebabkan adanya peningkatan keputusan yang dibuat oleh mahasiswa untuk mengoperasikan *electronic wallet* dalam kegiatan transaksi keuangan. Variabel kualitas layanan membuktikan adanya pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan semakin baik kualitas dari pelayanan saat diberikan ketika mengoperasikan dompet elektronik, mengakibatkan keputusan mahasiswa mengaplikasikan *e-wallet* dalam kegiatan transaksi keuangan semakin meningkat.

Saran yang dapat diberikan bagi perusahaan penyedia aplikasi *e-wallet* agar membuat tampilan pengguna (*user interface*) yang terlihat sederhana, sehingga pengguna baru mudah beradaptasi ketika menggunakannya. Perusahaan juga diharapkan agar tetap memberikan penawaran berupa manfaat yang menarik kepada penggunanya serta agar konsisten memberikan layanan terbaik dengan meningkatkan

dan terus melakukan inovasi pada fitur layanan yang tersedia diaplikasi *e-wallet*. Bagi penelitian selanjutnya, diketahui bahwa masih terdapat 75,4 persen faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan ketika memakai dompet elektronik di kalangan mahasiswa. Maka diharapkan peneliti selanjutnya memasukkan faktor lain yang dianggap menjadi determinan keputusan penggunaan *e-wallet* seperti popularitas aplikasi *e-wallet*, promosi, dan karakteristik mahasiswa atau pengguna. Peneliti selanjutnya bisa juga memperbesar sampel agar menghasilkan gambaran lebih luas lagi berkaitan dengan keputusan penggunaan *e-wallet*, sebagai contoh menambahkan Generasi Milenial dan Generasi X sebagai sampel penelitian.

## REFERENSI

- Aditiansa, J. F., & Dermawan, R. (2022). *Effect of Brand Awareness, Promotion and Ease of Use Perceptions on Decisions to Use Linkaja E-Wallet*. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb>
- Aditya, I. M. F., & Putra, I. M. P. D. (2021). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi dan Minat Penggunaan: Studi pada Pengguna E-commerce. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1318. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i05.p18>
- Affan, M. W., & Ustman. (2022). Analisis Penggunaan Fintech: Perspektif Technology Acceptance Model. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 31–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jrak.v10i1.34836>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 3). <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the Consumer's Intention to Use the E-Wallet Services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Integration of Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB): An E-Wallet Behavior with Fear of Covid-19 as a Moderator Variable. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1427–1436. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.008>
- Bank Indonesia. (2020). *Dompot Elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#Dompot-Elektronik>
- Basuki, R. (2021). *Generasi Milenial dan Generasi Kolonial*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenuke.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>
- 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). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Dewi, L. G. K., & Latrini, M. Y. (2023). Apakah Gender Masih Berfungsi Sebagai Pemoderasi Pada Fintech Payment Dalam Masa Pandemi Covid-19? *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(11), 2111–2123. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Dewi, N. P. A. T., Yadnyana, I. K., Yasa, G. W., & Wirajaya, I. G. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fintech Lending Pada Generasi Milenial. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(05), 557–568. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Do, N. B., & Do, H. N. T. (2020). An Investigation of Generation Z's Intention to Use Electronic Wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89–99. <https://doi.org/10.15722/jds.18.10.202010.89>
- Dwijayanti, N. M. A., Mariani, W. E., & Utami, N. M. M. A. (2022). Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Berbasis Server Untuk Mendukung Gerakan Cashless Society Pada Generasi Milenial. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10).
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 03(02), 27–37. <https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/908>
- Ferdiansyah, M. R., & Nur, D. I. (2023). Factors Affecting Decisions to Use E-Wallet DANA for Students of the Faculty of Economics and Business UPN "Veteran" East Java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Foster, B., Hurriyati, R., & Johansyah, M. D. (2022). The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116475>

- Giri, P. K., & Suardana, K. A. (2021). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Decisions to Use E-Wallet in Financial Transactions. *International Journal of Management and Commerce Innovations* (Vol. 9). [www.researchpublish.com](http://www.researchpublish.com)
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear Tutorial SPSS Lengkap*. Skripsi Bisa.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Isnaini, W. I., & Istiyanto, B. (2023). Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 239–256. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i2.1081>
- Jakpat. (2020). *Indonesia Digital Wallet Trend 1st Semester of 2020*. Jakpat Survey Report. <https://blog.jakpat.net/indonesia-digital-wallet-trend-1st-semester-of-2020-jakpat-survey-report/>
- Kholifah, A. P., Hidayati, N., & Athia, I. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Brimo pada Nasabah Bank BRI Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 241–252. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex>
- Lavinda. (2022, January 13). *Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai E-Wallet Dibanding ATM Bank*. Katadata. <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>
- Leong, C. M., Tan, K. L., Puah, C. H., & Chong, S. M. (2021). Predicting Mobile Network Operators Users M-Payment Intention. *European Business Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263>
- Liu, Y., Wang, M., Huang, D., Huang, Q., Yang, H., & Li, Z. (2019). The Impact of Mobility, Risk, and Cost on the Users' Intention to Adopt Mobile Payments. *Information Systems and E-Business Management*, 17(2–4), 319–342. <https://doi.org/10.1007/s10257-019-00449-0>
- Mawardi, T. F. R., & Prabowo, B. (2023). The Influence of Perceived Benefit, Perceived Convenience and Trust on the Decision to Use the DANA E-Wallet Application (Study on UPN Veterans East Java FISIP Students) “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Ming, K. L. Y., & Jais, M. (2022). Factors Affecting the Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Mustofa, M. Z., Nuringwahyu, S., & Dadang, K. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Pelayanan Elektronik Payment terhadap Keputusan Penggunaan Brizzi Card. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga Bisnis*, 10(1), 163–176. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/10004>
- Okonko, C. W., Amusa, L. B., Twinomurinzi, H., & Wamba, S. F. (2023). Mobile Wallets in Cash-Based Economies During Covid-19. *Industrial Management and Data Systems*, 123(2), 653–671. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2022-0029>
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2021). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927–953. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). Understanding Intentions and Actual Use of Mobile Wallets by Millennial: An Extended TAM Model Perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Setiawan, W., & Sunaryo, D. (2022). Analisis Fitur Layanan dan Keamanan terhadap Penggunaan Dompot Digital (Shopee Pay). *DIGIBIS: Digital Business Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 62–68. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Susanti, N. L. P. R., & Putra, I. M. P. D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Risiko Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(03), 407–420. <https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i03.p05>
- Tang, M. B., Dieo, B. A., Suhaimi, M. K. A. M., & Andam, J. L. A. (2022). The Emergence of E-Wallet in Sarawak: Factors Influencing The Adoption of Sarawak Pay. *International Journal of Business and Society*, 23(3), 1423–1442. <https://doi.org/10.33736/ijbs.5172.2022>

- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023). Moderating Role of Perceived Trust and Perceived Service Quality on Consumers' Use Behavior of Alipay E-Wallet System: The Perspectives of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/5276406>
- Umah, U. N., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kegunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329–339. <https://doi.org/10.34308/eqien.v10i2.606>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of E-Wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Zhang, J., & Mao, E. (2020). Cash, Credit, or Phone? An empirical Study on the Adoption of Mobile Payments in the United States. *Psychology and Marketing*, 37(1), 87–98. <https://doi.org/10.1002/mar.21282>