

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN
E-WALLET* SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL
(Studi Empiris pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

NURUL AZAROH

20.21.0047

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurul Azaroh

NIM : 20210047

Program Studi : S1 Akuntansi

**Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet*
Sebagai Sistem Pembayaran *Digital* (Studi Empiris pada
Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)**

Disetujui dan disahkan oleh :

Hari : Kamis

Tanggal : 21 Desember 2023

Pembimbing,



Astuning Saharsini, S.E., M.Acc.

NIDN. 0606129102

Mengetahui,

Wakil Ketua 1 STIE Surakarta



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurul Azaroh
NIM : 20210047
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet*
Sebagai Sistem Pembayaran *Digital* (Studi Empiris pada
Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)

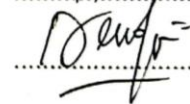
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 05 Januari 2024

Tim Penguji

Ketua : Astuning Saharsini, S.E., M.Acc.
Anggota : Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si.

Tanda Tangan

Mengetahui,
Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istivanto, S.E., M.M., M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *E-WALLET* SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL* (Studi Empiris pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 21 Desember 2023

Yang memberi pernyataan



Nurul Azaroh

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S.Al-Insyirah: 5)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Satu-satunya cara untuk melakukan pekerjaan yang hebat adalah mencintai apa yang kamu lakukan.”

(D.O Exo)

“Hakikat hidup bukanlah apa yang kita ketahui, bukan buku-buku yang kita baca atau kalimat-kalimat yang kita pidatikan, melainkan apa yang kita kerjakan, apa yang paling mengakar di hati, jiwa dan inti kehidupan kita.”

(Emha Ainun Najib)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang penulis persembahkan kepada :

1. Ibu saya (Rini Lestari) dan Ayah saya (Ali Mahmudi) yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, dukungan dan kasih sayang kepada penulis.
2. Adikku (Lutviana Azahra) yang selalu mendukung dan memberi semangat dan motivasi.
3. Keluarga besar serta kerabat, terimakasih atas dukungan dan doa sehingga memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Amelia, Aqila, Ilyasika, Ristiya Alfina, Wulan serta teman-teman lainnya, terimakasih atas segala doa dan dukungan, sehingga mampu menyalurkan energi positif serta semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman-teman R1 Akuntansi B serta Almamater STIE Surakarta, terimakasih atas doa dan dukungannya, sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Diri sendiri, terimakasih sudah berusaha, bertahan dan tidak patah semangat. Kamu kuat dan hebat. Masya Allah Tabarakallah Alhamdulillah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet* Sebagai Sistem Pembayaran *Digital* (Studi Empiris pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, kritik, dan saran yang sangat berarti bagi penulis dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H., selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Ibu Adeviani Fiardhani, S.E.,M.Ak., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi STIE Surakarta.
3. Ibu Astuning Saharsini, S.E.,M.Acc., selaku pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Segenap dosen dan karyawan STIE Surakarta.
5. Ibu dan Bapak selaku orang tua penulis yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis.
6. Adik tercinta dan teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menempuh studi di STIE Surakarta.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kelemahan ilmu pengetahuan dan pengalaman, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dalam penyelesaian laporan ini. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Sukoharjo, 21 Desember 2023



Nurul Azaroh

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Teori yang Relevan	11
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek Penelitian	34
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	34
C. Populasi dan Sampel	35
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Definisi Operasional.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	45

B. Deskripsi Responden (Identitas Responden)	46
C. Analisis Data	49
D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia ..	2
Gambar 1. 2 Dompot Digital yang Populer di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Survey Awal Penggunaan E-wallet Mahasiswa STIE Surakarta	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	28

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Skala Likert	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Program Studi Responden.....	47
Tabel 4. 3 Tahun Angkatan Responden	48
Tabel 4. 4 Responden yang Menggunakan E-wallet.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Promosi	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan E-wallet	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Anova).....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas

Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda dan Uji Parsial (t)

Lampiran 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Lampiran 10. Hasil Uji Determinasi (Uji R^2)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* pada mahasiswa di STIE Surakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel pada penelitian ini sejumlah 96 responden yang merupakan pengguna aplikasi dompet *digital* atau *e-wallet*. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dan jenis yang digunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) uji instrumen data, meliputi uji validitas dan reliabilitas (2) uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (3) analisis regresi berganda, (4) uji t, (5) uji F, dan (6) koefisien determinasi. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, promosi dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*. Secara simultan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, promosi dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Promosi, Literasi Keuangan, dan Minat Penggunaan *E-wallet*.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the interest in using e-wallets as a digital payment system for students at STIE Surakarta. This research is a type of quantitative research with a data collection method using questionnaires. The sample in this study was 96 respondents who were users of digital wallet applications or e-wallets. The sampling method uses non-probability sampling and the type used is purposive sampling. The data analysis methods used in this study are (1) data instrument tests, including validity and reliability tests, (2) classical assumption tests, including normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity, (3) multiple regression analysis, (4) t tests, (5) F tests, and (6) coefficients of determination. The results in this study show that the perception of convenience, perception of benefits, perception of trust, promotion and financial literacy affect the interest in using e-wallets as a digital payment system. Simultaneously, perceived convenience, perceived benefits, perceived trust, promotion and financial literacy influence the interest in using e-wallets as a digital payment system.

Keywords: *Perception Ease of Use, Perception Usefulness, Perception of Trust, Promotion, Financial Literacy, and Interest in Using E-wallets.*

BAB 1

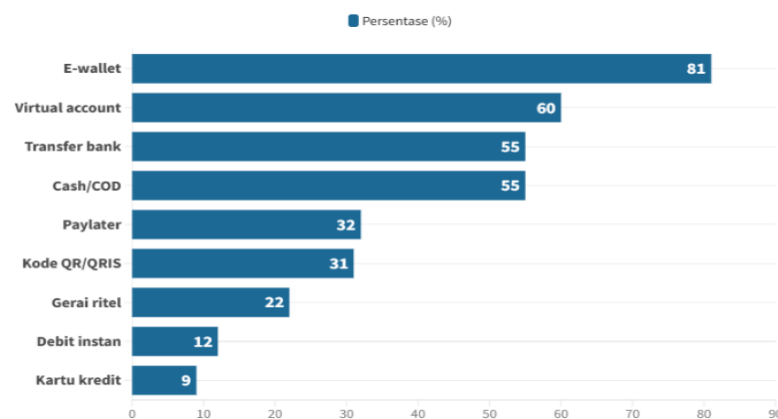
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat dari tahun ke tahun telah mengakibatkan perubahan yang luar biasa. Memasuki era industri 4.0, Indonesia telah mengalami kemajuan teknologi yang signifikan di sejumlah sektor, termasuk ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya. Salah satu inovasi utama dalam ranah keuangan adalah *financial technology (fintech)*. Walaupun tidak termasuk dalam lembaga keuangan, *fintech* tetap diawasi Bank Indonesia untuk melindungi kepentingan konsumen. *Fintech* diatur sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2018. Salah satu hasil dari perkembangan ini adalah popularitas yang tinggi dari dompet *digital* atau *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran *digital* yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Menurut laporan *East Ventures (EV)* yang berjudul "*Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*," *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling dominan digunakan di Indonesia pada tahun 2022, mencapai persentase sebesar 81%. Metode *virtual account* juga menjadi salah satu metode yang populer, dengan penggunaan mencapai 60%. Selain itu, terdapat metode transfer bank dan *cash/COD (Cash On Delivery)* yang digunakan oleh 55% dari masyarakat. Diikuti oleh metode *paylater* yang mencapai persentase 32% dan *QR/QRIS (Quick Response*

Code Indonesian Standard) dengan persentase 31% pada tahun 2022. Berdasarkan kepemilikan produk keuangan non tunai, terdapat tren yang menunjukkan penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Ini mengindikasikan bahwa *e-wallet* menjadi produk keuangan utama dalam aktivitas transaksi. Ketersediaan opsi baru seperti *e-wallet* memberikan akses kepada masyarakat yang sebelumnya belum memiliki akses ke layanan keuangan konvensional.

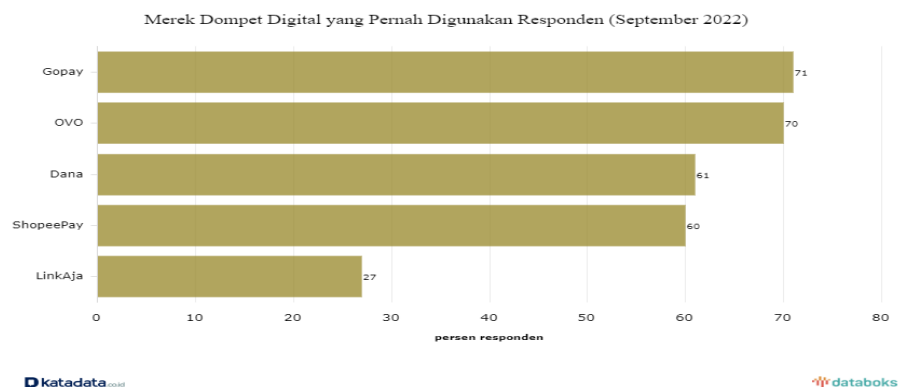


Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber : *East Ventures. (2023)*

Menurut informasi Bank Indonesia (BI), terdapat 38 *e-wallet* yang telah memperoleh izin resmi. Aplikasi *e-wallet* yang memiliki jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak adalah *GoPay*, *OVO*, *Dana*, *ShopeePay*, dan *LinkAja*. *GoPay* menjadi *platform* yang paling banyak digunakan dengan persentase mencapai 71%. *OVO* juga menjadi *platform* populer dengan persentase mencapai 70%. *Dana* dan *ShopeePay* masing-masing dengan persentase 61% dan 60%. Selain itu pada *platform LinkAja* dengan

persentase sebesar 27%. Teknologi finansial seperti *e-wallet* yang membuka akses ke berbagai aktivitas transaksi akan meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam menghadapi perkembangan teknologi saat ini. Dengan banyaknya *platform e-wallet* yang ada, akan memberikan banyak pilihan kepada pengguna yang diuntungkan.

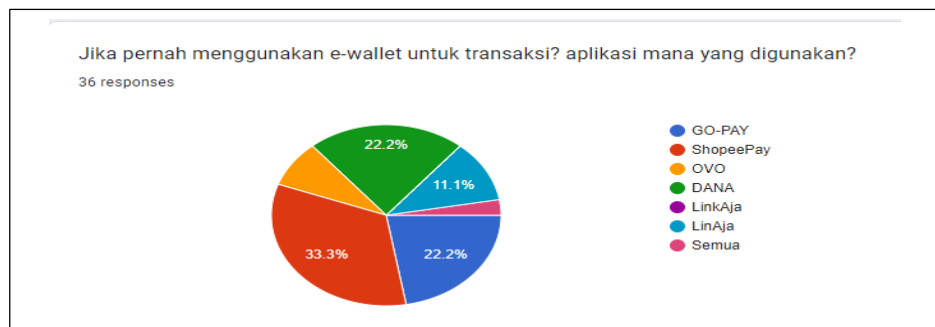


Gambar 1. 2 Dompet Digital yang Populer di Indonesia

Sumber : *databoks*. (2023)

Mahasiswa memiliki kemampuan beradaptasi yang baik terhadap kemajuan teknologi. Mahasiswa yang berperan sebagai agen perubahan dalam masyarakat, dihadapkan pada tuntutan untuk memiliki kemahiran dalam pemanfaatan teknologi. Salah satu contohnya adalah dalam ranah ekonomi, di mana mereka mengadopsi sistem pembayaran berbasis *digital*. Dapat dilihat dari beberapa perguruan tinggi yang telah mengimplementasikan sistem pembayaran *digital*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) merupakan perguruan tinggi swasta yang berada di Kota Surakarta yang menjadi salah satu perguruan tinggi yang telah menerapkan sistem pembayaran *digital* dengan *e-wallet* seperti

Gopay, ShopeePay, Dana, OVO, dan Flip. Teknologi yang digunakan secara meluas oleh mahasiswa memiliki pengaruh yang sangat signifikan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan mereka.



Gambar 1. 3 Survey Awal Penggunaan *E-wallet* Mahasiswa STIE Surakarta

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan observasi awal pada 36 mahasiswa STIE Surakarta, didapatkan data bahwa sebagian besar telah menggunakan berbagai aplikasi *e-wallet* untuk bertransaksi. Tidak hanya untuk bertransaksi belanja *online* dan pesan makanan *online*. Saat ini, mahasiswa STIE Surakarta bisa melakukan pembayaran uang kuliah melalui *e-wallet*. Hal ini tentunya menjadi salah satu alasan mahasiswa untuk menggunakan *e-wallet*. Pesatnya perkembangan *e-wallet* tentu tidak terlepas dari isu transaksi *digital* seperti, kurangnya kegunaan, kurangnya keamanan, persepsi pengguna mengenai kemudahan, sangat mahal dan mengonsumsi waktu.

Menurut teori *TAM*, minat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Kemudahan adalah sesuatu yang diinginkan oleh setiap individu, oleh karena itu penyedia layanan akan berupaya

memberikan kemudahan kepada pelanggan. Salah satu contohnya adalah kemudahan dalam memahami cara menggunakan teknologi. Maka dari itu, penyedia layanan sering kali memperkenalkan teknologi yang inovatif dan kreatif, namun dirancang untuk tidak memberikan kesulitan berlebihan kepada pengguna. Dengan hanya bermodalkan ponsel dan jaringan internet sudah bisa melakukan berbagai macam transaksi tanpa harus mengantri di bank atau tempat pembayaran. Dengan kemudahan yang diberikan tidak menutup kemungkinan penggunaan *e-wallet* akan semakin meningkat di kalangan mahasiswa. Pada penelitian Prameswari dkk. (2021) menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital* di kalangan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Mayanti (2023) menyatakan persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Menurut teori *TAM*, selain persepsi kemudahan, minat penggunaan sebuah teknologi juga dipengaruhi oleh persepsi manfaat. Seseorang akan memilih untuk menggunakan teknologi apabila sistem teknologi tersebut memberikan nilai guna yang signifikan bagi penggunanya. Sebaliknya, jika teknologinya dianggap tidak memberikan nilai atau manfaat yang cukup, maka teknologi tersebut tidak akan digunakan (Kirana dkk, 2023). *E-wallet* memberikan sejumlah manfaat berupa kemudahan penggunaan dalam menyimpan uang serta sebagai alternatif metode pembayaran *digital*. Pengguna *e-wallet* juga akan terjamin keamanannya karena setiap pengguna wajib melakukan verifikasi data identitas. Jika sebuah produk memberikan

manfaat yang dapat memudahkan dalam transaksi, kemungkinan seseorang akan tertarik untuk menggunakan produk *e-wallet* tersebut. Dalam penelitian Hakim dkk. (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Risda (2023) menyatakan persepsi manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Menurut Altara dan Triyanto (2023) minat penggunaan *e-wallet* juga dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan. Konsumen akan membentuk kepercayaan terhadap produk kemudian mengembangkan sikap atau konsumen menggunakan produk terlebih dahulu kemudian membentuk kepercayaan dan sikap terhadap produk tersebut (Muffaidah, 2020). Berdasarkan hasil observasi awal pada mahasiswa STIE Surakarta, bahwa dalam penggunaan *e-wallet* sejauh ini aman. Mereka menggunakan *e-wallet* sebagai media mereka dalam bertransaksi secara berkelanjutan. Tingkat kepercayaan atau keandalan *e-wallet* dalam penggunaan mencakup pada keamanan, privasi, dan kinerja *e-wallet*. Dalam penelitian Muffaidah (2020) menyatakan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital*. Penelitian yang dilakukan oleh Segoro dan Ferdiansyah (2023) menyatakan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Minat menggunakan *e-wallet* juga dipengaruhi oleh promosi (Dirwan dan Latief, 2020). Dalam hal promosi, perusahaan menyampaikan

informasi kepada calon konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan. Dengan adanya banyak iklan tentu akan memberikan dampak pada khalayak yang menyaksikan iklan tersebut. Video iklan dompet *digital* di Indonesia yang ada dalam *platform* iklan *Youtube* ataupun pada televisi dapat menarik perhatian penonton karena mengajak penonton beralih ke *platform* dompet *digital* dengan menggambarkan keadaan realita penggunaan metode transaksi dalam bentuk fisik yang seringkali mengalami permasalahan dalam bertransaksi. Dengan mempertimbangkan kemudahan yang diperoleh, orang akan tertarik untuk menggunakannya apalagi sekarang sudah banyak yang menggunakan sistem pembayaran *cashless* yang memungkinkan pengguna tanpa perlu repot-repot membawa banyak uang. Transaksi menggunakan dompet *digital* sangat nyaman dan juga praktis. Semakin sering iklan promosi mengenai penggunaan *e-wallet* dilihat, lama-kelamaan akan semakin banyak pengguna baru yang tertarik untuk mencoba beralih ke metode pembayaran *digital*. Dalam penelitian Mulia dan Gunawan (2022) menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet *digital*. Penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Dirwan (2020) menyatakan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Walaupun pembayaran melalui *e-wallet* telah menjadi pilihan yang populer karena kemudahannya, masih ada mahasiswa yang belum memahami secara menyeluruh potensi manfaat yang ditawarkan oleh *e-wallet*. Oleh karena itu, selain dilakukannya promosi melalui media sosial,

menurut Pramesti (2023) untuk mendorong minat dalam penggunaan *e-wallet* yaitu dengan meningkatkan literasi keuangan. Apabila seseorang memiliki pemahaman yang baik terhadap literasi keuangan maka semakin baik pula dalam mengelola keuangan pribadi. Dalam hal ini seseorang akan dapat merasakan manfaat yang lebih besar dalam pengelolaan keuangan terutama pada penggunaan *e-wallet*. Dalam penelitian Indahyani dan Dewi (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital*. Penelitian yang dilakukan oleh Safira dan Susanti (2020) menyatakan literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital*.

Dari hasil pemaparan diatas, terdapat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian antara variabel-variabel dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*. Topik yang akan diangkat berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Wallet* Sebagai Sistem Pembayaran *Digital* (Studi Empiris pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*?
5. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
2. Mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
3. Mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

5. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan literatur atau bahan informasi ilmiah.
- b) Memberikan wawasan bagi penulis mengenai faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, promosi, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
- c) Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya guna menambah wawasan dan pengembangan terkait minat keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

2. Manfaat Praktis

- a) Dapat digunakan sebagai sarana pengetahuan bagi masyarakat khususnya mahasiswa dalam pemilihan menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
- b) Memberikan kebermanfaatan untuk perkembangan pengetahuan di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Relevan

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang menjelaskan perilaku seseorang dalam menerima atau mengadopsi teknologi baru. Teori tersebut pertama dikenalkan oleh Fred D. Davis tahun 1989 dan telah menjadi dasar bagi banyak penelitian dalam bidang penerimaan teknologi. *Technology Acceptance Model* atau Model Penerimaan Teknologi adalah pengembangan dari *Theory Reasoned Action (TRA)* yang sederhana dan fokus kajiannya adalah perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek. Model ini menunjukkan bahwa ketika pengguna dihadapkan dengan teknologi baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan mereka menggunakannya (Soegiastuti dan Anggraeni, 2022). Menurut teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, penerimaan seseorang terhadap sebuah teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi akan kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*).

Jika seseorang merasa bahwa *e-wallet* berguna bagi mereka dalam mencapai tujuan mereka, maka mereka cenderung menerima dan menggunakannya. Dalam penggunaan *e-wallet* yang tidak memerlukan

usaha yang berlebihan, maka seseorang merasa bahwa penggunaan *e-wallet* tersebut mudah untuk dioperasikan, semakin besar kemungkinan mereka akan menerimanya (Arisa, 2023). *TAM* juga mengasumsikan bahwa persepsi tentang manfaat dan kemudahan berdampak pada sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi. *TAM* telah digunakan dalam berbagai konteks, termasuk penerimaan konsumen terhadap produk teknologi, adopsi sistem informasi di lingkungan kerja, dan penggunaan aplikasi perangkat lunak. Ini adalah alat yang berguna bagi peneliti untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam hal ini adalah produk *e-wallet*.

2. Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi keperilakuan adalah bidang pengetahuan yang mempelajari dampak perilaku manusia yang mempengaruhi informasi akuntansi dan proses pengambilan keputusan serta sebaliknya, bagaimana akuntansi dapat mempengaruhi perilaku manusia dan proses pengambilan keputusan dalam suatu usaha/bisnis (Supriyono, 2018). Akuntansi keperilakuan mempertimbangkan kaitan antara perilaku individu terhadap akuntansi dan dampak informasi akuntansi yang dihasilkan terhadap perilaku manusia. Menurut Supriyono (2018) cakupan dari akuntansi keperilakuan sangat luas, meliputi:

1. Aplikasi konsep ilmu keperilakuan pada penyusunan sistem akuntansi.

2. Studi mengenai bagaimana individu merespon format dan isi laporan keuangan.
3. Cara-cara pengolahan informasi untuk pengambilan keputusan.
4. Pengembangan metode pelaporan efektif untuk menyampaikan informasi perilaku kepada para pemakainya.
5. Pengembangan rencana untuk mendorong dan mempengaruhi tindakan, ambisi, dan target individu yang mengelola suatu badan/organisasi.

Akuntansi dalam kegiatan sehari-hari akan membantu dan memudahkan dalam melakukan kegiatan secara terstruktur dan bersistem sesuai dengan informasi akuntansi. Dalam proses kegiatan transaksi keuangan, dompet *digital* atau *e-wallet* dapat membantu dan memudahkan terkait dengan proses transaksi. Keperilakuan dijadikan sebagai tanggapan atau reaksi seseorang yang bersifat mendukung atau menentang (Hazbiyah dan Wuryanta, 2020). Individu yang bertindak sebagai konsumen memiliki hak untuk menerima ataupun menolak suatu produk. Suatu penolakan atau penerimaan terhadap suatu produk merupakan salah satu wujud dari perilaku (Hazbiyah dan Wuryanta, 2020).

3. Persepsi Kemudahan

Technology Acceptance Model (TAM) mengasumsikan bahwa adopsi teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use*

(persepsi kemudahan). Persepsi kemudahan adalah keyakinan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi bahwa hal tersebut tidak akan menimbulkan kesulitan atau memerlukan usaha yang besar saat digunakan (Ridwan, 2023). Kemudahan adalah sesuatu yang diinginkan oleh setiap individu, oleh karena itu penyedia layanan akan berupaya memberikan kemudahan kepada pelanggan. Salah satu contohnya adalah kemudahan dalam memahami cara menggunakan teknologi tersebut (Arisa, 2023).

Maka dari itu, layanan sering kali memperkenalkan teknologi yang inovatif dan kreatif, namun tetap dirancang untuk tidak memberikan kesulitan berlebihan kepada pengguna saat digunakan. Dengan diharapkan bahwa faktor kemudahan ini akan mempengaruhi perilaku, yang berarti semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan sistem, semakin tinggi pula tingkat adopsi teknologi informasi (Muffaidah, 2020). Menurut Ridwan (2023) persepsi kemudahan penggunaan dibangun oleh beberapa indikator-indikator yaitu:

1. Sistem yang mudah dipahami.
2. Mudah dalam mengoperasikan sistem sesuai dengan kebutuhan.
3. Tidak memerlukan usaha yang besar.

4. Persepsi Manfaat

Technology Acceptance Model (TAM) mengasumsikan bahwa adopsi teknologi informasi dipengaruhi oleh *perceived usefulness*

(persepsi manfaat). Persepsi manfaat menurut Davis tahun 1989 adalah sejauh mana seseorang memiliki keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya dalam tugas-tugasnya. Menurut Ridwan (2023) persepsi manfaat dalam penggunaan *e-wallet* ialah pandangan pengguna terhadap manfaat yang akan diperoleh dari *e-wallet* tersebut. Ketika seseorang yakin bahwa sistem yang digunakan akan membantu meningkatkan efisiensi dalam pekerjaannya, itu berarti sistem tersebut dianggap bermanfaat. Tingkat kepercayaan yang dimiliki individu adalah ukuran sejauh mana sistem teknologi tertentu dianggap dapat memberikan manfaat (Ridwan, 2023).

Persepsi manfaat dalam konteks minat penggunaan *e-wallet* mengacu pada pandangan atau keyakinan pengguna tentang sejauh mana *e-wallet* dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari (Arisa, 2023). Menurut Ridwan (2023) komponen-komponen yang membentuk persepsi manfaat adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan produktivitas.
2. Meningkatkan efektivitas pekerjaan.
3. Membuat pekerjaan lebih mudah.
4. Memberikan manfaat.

5. Persepsi Kepercayaan

Kepercayaan adalah pemahaman kognitif yang kita miliki tentang suatu objek, sementara sikap adalah respon emosional yang kita

tunjukkan terhadap objek tersebut (Muffaidah, 2020). Kepercayaan merujuk pada pemahaman kognitif terhadap suatu objek. Di sisi lain, sikap adalah respon emosional terhadap objek tersebut. Ada dua urutan yang mungkin terjadi dalam hubungan antara kepercayaan dan sikap terhadap produk. Pertama, konsumen mungkin membentuk kepercayaan terhadap produk terlebih dahulu, kemudian mengembangkan sikap terhadapnya dan akhirnya membelinya. Atau sebaliknya, konsumen melakukan pembelian produk kemudian membentuk kepercayaan dan sikap terhadap produk tersebut (Muffaidah, 2020). Tingkat kepercayaan terhadap *e-wallet* mencakup pada keamanan, privasi, dan kinerja *e-wallet*. Keamanan menjadi salah satu faktor yang sangat penting karena digunakan sebagai jaminan privasi pengguna *e-wallet* (Sukmawati dan Kowanda, 2022). Jika seseorang merasa bahwa *e-wallet* memberikan keamanan akan privasi data, maka seseorang akan menerima dan menggunakan *e-wallet* untuk melakukan berbagai transaksi. Keamanan digunakan untuk melindungi pengguna dari ancaman kejahatan pada teknologi *digital*.

Terdapat dua dimensi kepercayaan menurut Muffaidah (2020) yaitu:

1. *Trusting belief* (keyakinan kepercayaan)

Trusting belief merujuk pada tingkat keyakinan dan kepercayaan seseorang terhadap keandalan, keamanan, dan kegunaan *e-wallet*.

Trusting belief mencerminkan keyakinan seseorang terhadap *e-*

wallet sebagai alat pembayaran yang dapat diandalkan dan aman dalam penggunaannya untuk berbagai transaksi keuangan.

2. *Trusting intention* (niat kepercayaan)

Trusting intention adalah ketika seseorang bersedia untuk mempercayai dan bergantung pada *e-wallet* dalam berbagai situasi. Ini berarti seseorang memiliki niat atau keinginan menggunakan *e-wallet* dan mengandalkannya untuk melakukan transaksi keuangan.

Dalam kedua konteks ini, *trusting belief* dan *trusting intention* sangat penting karena mereka mempengaruhi apakah seseorang akan menggunakan *e-wallet* secara aktif dan sejauh mana mereka akan mempercayai sebagai alternatif pembayaran yang aman dan efisien.

6. Promosi

Menurut Kharisma (2023), promosi adalah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, meyakinkan target pasar mengenai produknya dengan tujuan agar mereka bersedia menerima dan membeli produk yang ditawarkan tersebut. Promosi merupakan rangkaian program terencana dan terintegrasi yang melibatkan berbagai metode komunikasi dan materi yang dirancang untuk memperkenalkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen (Mulia dan Gunawan, 2022). Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sebuah upaya untuk memberi informasi, mempengaruhi, dan mengajak pelanggan baru agar bersedia

menerima produk tertentu. Media *digital* merupakan bentuk promosi paling canggih pada masa kini. Promosi *digital* meliputi berbagai saluran seperti situs *web*, *platform* media sosial, mesin pencari, aplikasi, *email*, dan berbagai lainnya.

Promosi bertujuan untuk menumbuhkan minat calon konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan (Laily, 2021). Apabila seseorang sering melihat promosi iklan *e-wallet* yang menayangkan sejumlah keunggulannya, maka akan menimbulkan minat seseorang untuk menerima dan menggunakan *e-wallet* tersebut. Adapun indikator promosi menurut Kharisma (2023) yaitu:

1. Jangkauan promosi, kemampuan dalam menjangkau konsumen menggunakan berbagai media promosi.
2. Kuantitas penayangan iklan, jumlah promosi yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi.
3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan, tolak ukur seberapa baik promosi yang dilakukan.

7. Literasi Keuangan

Menurut Indahyani dan Dewi (2021) literasi keuangan adalah pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk memahami informasi mengenai apa, bagaimana, dimana, dan kapan melakukan aktivitas keuangan dan untuk mengerti tentang produk-produk

keuangan (*finansial*). Literasi keuangan menurut Ningsih (2023) merupakan kemampuan dalam menerapkan pemahaman dan pengetahuan tentang konsep keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan, produk, dan layanan keuangan juga untuk mengelola sumber daya keuangan secara mandiri (Indahyani dan Dewi, 2021).

Literasi keuangan memberikan seseorang keterampilan untuk menerapkan pengetahuan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari, seperti melakukan transaksi secara *daring* menggunakan *e-wallet*. Pengetahuan tinggi yang dimiliki seseorang mengenai keuangan dapat mendorong seseorang dalam penggunaan teknologi *e-wallet*. Semakin besar pengetahuan yang dimiliki akan semakin baik pula dalam memilih atau menggunakan suatu produk *e-wallet*. Adapun indikator literasi keuangan menurut Ningsih (2023) sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Dalam mengembangkan literasi keuangan yang baik adalah memahami industri jasa keuangan termasuk perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Selanjutnya memahami produk dan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan, penting juga dalam mengenali ciri khas produk dan layanan keuangan, seperti manfaat, fitur, risiko, dan memilih layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan.

2. Keterampilan

Semakin baik pemahaman individu terhadap literasi keuangan maka semakin baik pula seseorang dalam mengelola keuangan.

3. Keyakinan

Keyakinan terhadap lembaga, produk dan layanan keuangan.

4. Sikap dan perilaku

Tidak hanya mengetahui dan terampil dalam penggunaan teknologi tetapi juga mengenai sikap dan perilaku agar hidup lebih sejahtera.

8. Minat

Minat diartikan sebagai dorongan dari dalam diri seseorang untuk mengejar objek tertentu sesuai dengan keinginan mereka (Ridwan, 2023). Dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI), minat didefinisikan sebagai sifat yang kuat terhadap sesuatu, keinginan, gairah. Minat pada dasarnya adalah pemahaman terhadap hubungan antara diri seseorang dan elemen di luar dirinya. Semakin erat atau kuat hubungan tersebut, semakin tinggi minatnya (Marliza, 2021).

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu objek khusus yang memicu keinginan untuk memilikinya. Minat seseorang muncul ketika ada ketertarikan pada sesuatu yang bersifat konsisten, dan tujuannya adalah untuk memperhatikan secara berkelanjutan apa yang diminati, dengan perasaan senang, sehingga menciptakan kepuasan (Agustino dkk, 2021).

Menurut Ridwan (2023) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat digolongkan menjadi 3 faktor:

1. Faktor kebutuhan yang berasal dari dalam diri seseorang.
2. Faktor motif sosial yang timbul akibat dorongan dari lingkungan sekitar.
3. Faktor emosional, sejauh mana seseorang memberikan respon emosional terhadap suatu hal.

9. *E-Wallet*

E-wallet yang juga dikenal sebagai dompet *digital* atau dompet elektronik adalah sebuah aplikasi atau layanan yang memungkinkan individu untuk menyimpan uang secara elektronik di perangkat seluler (Kharisma, 2023). Menurut Bank Indonesia (BI), dompet *digital* adalah sebuah aplikasi elektronik yang memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan dana dan merupakan alternatif sistem pembayaran yang dirancang untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi. Dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* salah satu aspek dari teknologi keuangan yang dapat digunakan sebagai alternatif pembayaran secara *digital*. *E-wallet* digunakan untuk melakukan berbagai jenis transaksi keuangan secara *online*, seperti pembelian barang dan layanan, transfer uang, pembayaran tagihan, dan masih banyak lagi (Laily, 2021). Menurut informasi yang disampaikan oleh Bank Indonesia (BI) beberapa jenis *e-wallet* yang populer di Indonesia adalah *GoPay*, *OVO*, *Jenius*, *iSaku*, *Dana*, *LinkAja*, *ShopeePay* dan masih banyak lainnya.

Dengan berbagai kemudahan tersebut, tentu banyak manfaat yang diberikannya. Menurut Perdana (2023) beberapa manfaat dari *e-wallet* adalah:

1. Mewujudkan *cashless society*

Pada tahun 2014, Bank Indonesia memulai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap transaksi non tunai. Selain memiliki kepraktisan dan kenyamanan, transaksi non tunai juga memiliki manfaat dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien.

2. Adanya promo

Ada berbagai jenis promo yang dapat dimanfaatkan, seperti diskon harga atau pengembalian uang (*cashback*). Beberapa aplikasi juga memiliki program poin setiap kali melakukan transaksi kemudian dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah menarik.

3. Mempermudah pencatatan transaksi

Dengan berbasis elektronik akan lebih mudah untuk melacak dan memahami pengeluaran keuangan pengguna.

4. Lebih aman

Dengan menjaga akun dan kata sandi dengan baik serta tidak memberikan kode *One Time Password (OTP)* kepada pihak lain, sistem *e-wallet* dapat dianggap cukup aman dari potensi pencurian.

5. Dapat melakukan berbagai transaksi

Fitur dan layanan yang semakin lengkap dalam *e-wallet* memudahkan berbagai jenis transaksi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
1.	Agustino, dkk, (2021)	Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Banjarmasin	Variabel X: Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Variabel Y: Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Teknik Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan Uji Sobel/Uji Mediasi menggunakan AMOS 24	Promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> .
2.	Darma dan Devi, (2022)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> di Masa New Normal	Variabel X: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif Variabel Y: Minat	Regresi linear berganda menggunakan SPSS	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> di

No	Penulis & Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
					masa new normal.
3.	Hakim, dkk, (2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-Wallet</i> di Sumatera Utara	Variabel X: Persepsi Manfaat, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Promosi Variabel Y: Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda menggunakan SPSS	Persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> di Sumatera Utara
4.	Mulia dan Gunawan, 2023	Dampak Promosi dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot <i>Elektronik</i>	Variabel X: Promosi, Persepsi Kemudahan Variabel Y: Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda menggunakan SPSS	Promosi, persepsi kemudahan, berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik.
5.	Desita dan Dewi, (2022)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi <i>Non Cash</i> pada Aplikasi Dompot <i>Elektronik (E-Walet)</i>	Variabel X: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan Variabel Y: Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda dengan SPSS versi 25	Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> . Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat

No	Penulis & Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
					menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> .
6.	Rodiah dan Melati, (2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, kemanfaatan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Generasi Milenial Kota Semarang	Variabel X: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan Variabel Y: Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda dengan SPSS	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> . Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> .
7.	Kirana dkk, (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> pada Mahasiswa di Kota Jambi	Variabel X : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko Variabel Y : Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda dengan SPSS	Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> .
8.	Sukmawati dan Kowanda, (2022)	Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> GoPay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan	Variabel X : Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat	Regresi linear berganda dengan SPSS versi 25	Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan

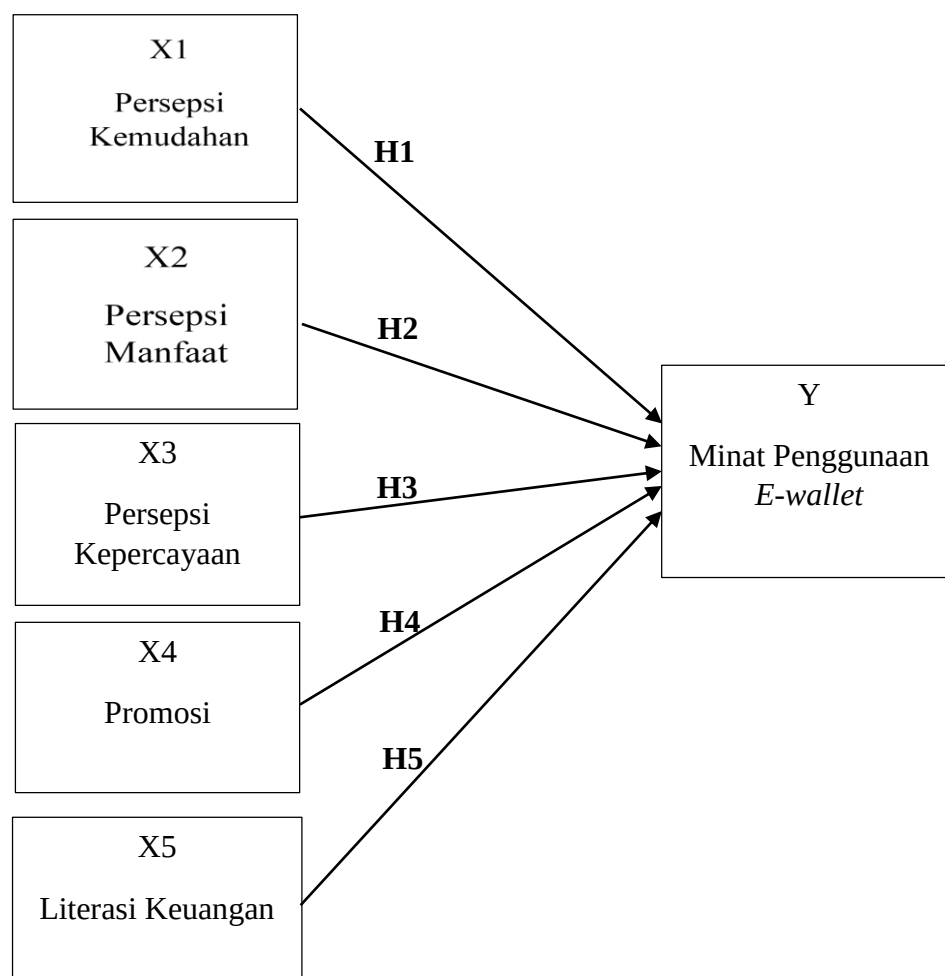
No	Penulis & Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
		dan Persepsi Manfaat	Variabel Y : Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i>		<i>e-wallet</i> gopay. Sedangkan keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> .
9.	Laily, (2021)	Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Variabel X : Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan Variabel Y : Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Regresi linear berganda dengan SPSS	Daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> .
10.	Ridwan, (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Risiko terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Melalui Dompot <i>Digital (E-Wallet)</i>	Variabel X : Persepsi Kemudahan, Kegunaan, Risiko Variabel Y : Minat	Regresi linear berganda dengan SPSS 20	Persepsi kemudahan, kegunaan, risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui <i>e-wallet</i> .
11.	Kharisma, (2023)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Penggunaan Dompot <i>Digital</i> Sebagai Alat Pembayaran	Variabel X : Promosi, Efisiensi, Uang Saku Variabel Y : Permintaan Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Regresi logistik dengan SPSS 25	Promosi, efisiensi penggunaan berpengaruh terhadap permintaan penggunaan <i>e-wallet</i> . Sedangkan uang saku

No	Penulis & Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
		Non Tunai Mahasiswa Universitas Jambi			tidak berpengaruh terhadap permintaan penggunaan <i>e-wallet</i> .
12.	Indahyani dan Dewi (2021)	Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (ShopeePay) Dalam Transaksi Keuangan	Variabel X: Nilai Harga, Literasi Keuangan, Kemampuan Finansial Variabel Y: Minat Penggunaan Dompot Digital (ShopeePay)	Regresi linear berganda dengan SPSS 25	Nilai harga dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital (<i>shopeepay</i>). Sedangkan kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital (<i>shopeepay</i>).

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan (Sugiyono, 2018). Kerangka berpikir sangat membantu peneliti dalam menentukan alur penelitian hingga tahap penyelesaian.

Kerangka pemikiran mempunyai variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, berdasarkan rangkuman teori beserta penelitian terdahulu, maka variabel independen pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi kepercayaan (X3), promosi (X4), dan literasi keuangan (X5). Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat penggunaan *e-wallet* (Y). Berikut adalah konsep pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Variabel Independen : Persepsi Kemudahan (X1)

Persepsi Manfaat (X2)

Persepsi Kepercayaan (X3)

Promosi (X4)

Literasi Keuangan (X5)

Variabel Dependen : Minat Penggunaan *E-Wallet*

D. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian biasanya dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diterima didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta (Sugiyono, 2017). Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif tidak merumuskan hipotesis, tetapi justru menemukan hipotesis (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan di bawah ini.

1. Pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* (Y)

Persepsi kemudahan adalah keyakinan individu terhadap penggunaan *e-wallet* bahwa dalam hal penggunaannya tidak akan menimbulkan kesulitan atau memerlukan usaha yang besar saat

digunakan (Kirana dkk, 2023). Jika seseorang menganggap bahwa penggunaan *e-wallet* mudah digunakan maka akan timbul minat individu tersebut untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika *e-wallet* sulit untuk digunakan maka minat untuk menggunakan *e-wallet* tersebut tidak akan ada. Dalam penelitian Prameswari dkk. (2021) menemukan fakta bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital* di kalangan mahasiswa. Sejalan dengan penelitian Prameswari dkk. (2021), maka dapat dirumuskan:

H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

2. Pengaruh persepsi manfaat (X2) terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* (Y)

Persepsi manfaat mengacu pada pandangan atau keyakinan pengguna tentang sejauh mana *e-wallet* dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari (Arisa, 2023). Ketika *e-wallet* memberikan manfaat untuk pengguna dengan membantu meningkatkan efisiensi dalam pekerjaannya, maka sistem tersebut dianggap bermanfaat bagi penggunaannya. Dengan adanya manfaat tersebut maka akan timbul minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*. Dalam penelitian Hakim dkk. (2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di kalangan

mahasiswa. Sejalan dengan penelitian Hakim, dkk, (2022), maka dapat dirumuskan:

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

3. Pengaruh persepsi kepercayaan (X3) terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* (Y)

Kepercayaan atau keandalan *e-wallet* dalam konteks penggunaan, mencakup keyakinan terhadap keamanan, privasi, dan kinerja *e-wallet* tersebut yang dapat membuat penggunanya percaya untuk dapat menggunakannya (Agustino dkk, 2021). Kepercayaan ini merupakan tanggung jawab penyelenggara *e-wallet*, dengan memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan transaksi maka akan membuat penggunanya percaya terhadap produk *e-wallet* tersebut sehingga minat untuk menggunakan *e-wallet* juga akan timbul. Dalam penelitian Muffaidah (2020) menyatakan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet *digital*. Sejalan dengan penelitian Muffaidah (2020) maka dapat dirumuskan:

H3 : Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

4. Pengaruh persepsi promosi (X4) terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* (Y)

Promosi merupakan sebuah upaya untuk memberi informasi, mempengaruhi, dan mengajak pelanggan baru agar bersedia menerima produk *e-wallet* (Kharisma, 2023). Semakin sering iklan promosi mengenai penggunaan *e-wallet* dilihat, lama-kelamaan akan semakin banyak pengguna baru untuk mencoba beralih ke metode pembayaran *digital*. Dalam penelitian Mulia dan Gunawan (2022) menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet *digital*. Sejalan dengan penelitian Mulia dan Gunawan (2022) maka dapat dirumuskan:

H4 : Promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

5. Pengaruh persepsi literasi keuangan (X5) terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

Literasi keuangan merupakan kemampuan dalam menerapkan pemahaman dan pengetahuan tentang konsep keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat (Ningsih, 2023). Pengetahuan yang dimiliki mengenai keuangan dapat mendorong seseorang dalam penggunaan teknologi *e-wallet*. Semakin besar pengetahuan yang dimiliki akan semakin baik pula dalam memilih atau menggunakan suatu produk *e-wallet*. Dalam penelitian Indahyani dan Dewi (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat penggunaan dompet *digital*. Sejalan dengan penelitian Indahyani dan Dewi (2021), maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H5 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, promosi, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital* (studi kasus mahasiswa STIE Surakarta), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
3. Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
4. Promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.
5. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran *digital*.

B. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Diharapkan bagi penyedia layanan *e-wallet* dapat terus melakukan peningkatan pada sektor kemudahan dalam penggunaan, memberikan sejumlah manfaat seperti efisiensi dalam bertransaksi, dan terus memberikan kepercayaan terhadap *customer* dengan memberikan keamanan pada data pribadi, juga memberikan promosi seperti menekan pada biaya administrasi.
2. Bagi mahasiswa STIE Surakarta diharapkan terus meningkatkan pengetahuan literasi keuangan, sehingga dapat mengambil sikap dan keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah dan mengembangkan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti risiko, biaya, dan kualitas layanan. Selain itu, penggunaan objek dapat lebih luas, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna *E-Wallet* Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422.
- Ahdiat, A. (2023). *Merek Dompot Digital yang Pernah Digunakan Responden (September 2022)*. Databoks.
- Arisa, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang *Elektronik*.
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis.
- Darma, G. P. G. W. W., & Devi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna *E-Wallet* di Kota Denpasar). *Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(04), 1422–1433.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot *Elektronik (E-Wallet)*. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124.
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang *Digital* di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
- East Ventures. (2023). *E-wallet* Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan *E-Wallet* di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183.
- Hazbiyah, S., & Wuryanta, E. W. (2020). Fenomena *Cashless* pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial. *Jurnal Ikon Agustus*, XXV(2), 235–242.
- Indahyani, K., & Dewi, I. G. A. K. R. S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot *Digital (Shopeepay)* dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 12(3), 932–942.
- Kharisma, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Penggunaan Dompot *Digital* Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Mahasiswa Universitas Jambi.

- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 82–99.
- Laily, I. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang *Digital*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Marliza. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran *Elektronik* Gopay.
- Mayanti, P. T. D. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Minat Menggunakan terhadap Penggunaan *E-wallet*.
- Muffaidah, A. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Kartu *E-Money* Di Pekanbaru.
- Mulia, H., & Gunawan, C. (2022). Dampak Promosi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot *Elektronik*. *Marketgram Journal*, 1(1), 1–10.
- Ningsih, F. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* dalam Perspektif Bisnis Islam.
- Perdana, A. (2023). *E-Wallet: Pengertian, Sistem Transaksi, Manfaat, dan Contohnya*. Glints.
- Pramesti, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-wallet* (DANA) Education Pada Masyarakat Desa Natar.
- Prameswari, A., Namira, D., Nur, L., & Nurbaiti. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139.
- Putri Altara, K., & Triyanto, E. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta). *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205–3220.
- Ridwan, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Melalui Dompot *Digital (E-Wallet)*.
- Risda, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* Sebagai Sistem Pembayaran Non-Tunai Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Lambung Mangkurat.

- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. *Economic Education and Entrepreneurship*
- Safira, M. E., & Susanti, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4(2), 97–112.
- Segoro, W., & Ferdiansyah, F. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Untuk Menggunakan *M-Wallet* (Studi Kasus *M-Wallet* Telekomunikasi). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 12(1), 1.
- Soegiastuti, J., & Anggraeni, T. (2022). Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang Dalam Penggunaan Gopay Sebagai *Digital Payment*. *EKonomi Dan Manajemen*, 2, 18–40.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66–72.
- Supriyono, R. . (2018). Akuntansi Keperilakuan. Gadjah Mada University Press.
- <https://glints.com/id/lowongan/e-walletadalah>
- <https://east.vc/reports/east-ventures-digital-competitiveness-index-2023/>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompet-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN

E-WALLET SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL*

(Studi Empiris pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta)

1. Identitas responden

Instruksi berilah tanda ($\sqrt{}$) pada kolom yang tersedia.

1. Nama Lengkap :

2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

3. Program Studi : ☐ Akuntansi ☐ Manajemen

4. Angkatan Tahun : ☐ 2018 ☐ 2019 ☐ 2020

☐ 2021 ☐ 2022

5. Memiliki aplikasi *e-wallet* di ponsel dan menggunakannya sebagai alat pembayaran digital (Gopay, ShopeePay, Ovo, Linkaja, dll)

☐ Ya ☐ Tidak

Deskripsi Jawaban

Pernyataan	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat setuju (SS)	4

Daftar Pernyataan Kuesioner

1. Persepsi Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> apabila mudah dipahami.				
2.	Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> karena mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan saya seperti melakukan pembayaran dan cek saldo.				
3.	Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> apabila dalam penggunaanya tidak memerlukan banyak usaha.				

Sumber: Ridwan (2023)

2. Persepsi Manfaat (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> membantu saya melakukan transaksi lebih cepat.				
2.	Saya percaya bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> akan meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi.				
3.	Saya merasa bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> mempermudah saya dalam melakukan pembayaran.				
4.	Saya merasa bahwa transaksi melalui <i>e-wallet</i> akan menghemat waktu dan biaya.				

Sumber: Ridwan (2023)

3. Persepsi Kepercayaan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya percaya bahwa transaksi melalui <i>e-wallet</i> cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang kecil.				
2.	Saya lebih memilih menggunakan <i>e-wallet</i> dari pada pembayaran langsung.				
3.	Waktu yang digunakan untuk menyelesaikan transaksi lebih singkat.				

Sumber: Muffaidah (2020)

4. Promosi (X4)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya memperoleh informasi pada iklan promosi <i>e-wallet</i> .				
2.	Iklan <i>e-wallet</i> menyebar luas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang <i>e-wallet</i> .				
3.	Iklan <i>e-wallet</i> dapat dengan mudah ditemui di berbagai media sosial dan media cetak				

Sumber: Kharisma (2023)

5. Literasi Keuangan (X5)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan bagaimana cara menggunakan <i>e-wallet</i> .				
2.	Saya dapat mengelola keuangan dengan baik dalam penggunaan <i>e-wallet</i> dengan bertransaksi sesuai kebutuhan.				
3.	Saya yakin melakukan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> dapat meminimalisir tindak kejahatan.				
4.	Saya yakin menggunakan <i>e-wallet</i> karena sudah terdaftar di OJK.				
5.	Saya merasa nyaman dengan kemampuan saya dalam mengambil keputusan (bertransaksi) menggunakan <i>e-wallet</i> .				

Sumber: Ningsih (2023)

6. Minat (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> jika memberikan kepuasan.				
2.	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> jika sesuai dengan apa yang saya perlukan.				
3.	Saya akan merekomendasikan <i>e-wallet</i> kepada teman.				
4.	Saya akan merasa senang saat menggunakan <i>e-wallet</i> karena memberikan kemudahan.				

Sumber: Ridwan (2023)