

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT PENGGUNAAN TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN *E-WALLET* DANA DENGAN SIKAP PENGGUNAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z
DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Anjhely Mahera Aryan Subing

NPM 2051011006



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT PENGGUNAAN TERHADAP NIAT MENGUNAKAN *E-WALLET* DANA DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Anjhely Mahera Aryan Subing

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat salah satunya yaitu pembayaran non tunai menggunakan elektronik. DANA merupakan salah satu *e-wallet* yang digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai yang memberikan berbagai manfaat kepada penggunanya sesuai kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat penggunaan dan sikap penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Sampel penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Bandar Lampung, mengetahui dan memahami terkait penggunaan *e-wallet* DANA, dan berniat menggunakan *e-wallet* DANA. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, dengan menyebar kuesioner secara langsung dan *online* menggunakan *google form* kepada 130 responden. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan metode SEM-PLS yang menguji koefisien *outer model* dan *inner model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima, yaitu persepsi manfaat penggunaan dan sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan serta sikap penggunaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat penggunaan dan niat menggunakan.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Sikap, Niat Menggunakan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED BENEFITS OF USE ON INTENTION TO USE DANA E-WALLET WITH ATTITUDE OF USE AS A MEDIATION VARIABLE ON GENERATION Z IN BANDAR LAMPUNG

By

Anjhely Mahera Aryan Subing

The development of technology has brought about a change in people's needs, one of which is non-cash payments using electronics. DANA is one of the e-wallets used as a non-cash payment tool that provides various benefits to its users according to their needs. This study aims to determine the effect of perceptions of the benefits of use and attitudes towards use on the intention to use the DANA e-wallet on Generation Z in Bandar Lampung. The sample of this study was Generation Z who live in Bandar Lampung, know and understand the use of the DANA e-wallet, and intend to use the DANA e-wallet. The approach used in this study is quantitative with descriptive techniques. This study uses a probability sampling method with the method used is purposive sampling based on certain criteria, by distributing questionnaires directly and online using google forms to 130 respondents. This study uses Partial Least Square (PLS) with the SEM-PLS method which tests the outer model and inner model coefficients. The results of the study indicate that all hypotheses are accepted, namely the perception of the benefits of use and attitudes towards use have a positive effect on the intention to use and attitudes towards use mediate the relationship between the perception of the benefits of use and the intention to use.

Keywords: Perception of Benefits, Attitude, Intention to Us

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT PENGGUNAAN TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN *E-WALLET* DANA DENGAN SIKAP PENGGUNAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z
DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Anjhely Mahera Aryan Subing

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi

**: PENGARUH PERSEPSI MANFAAT
PENGUNAAN TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN E-WALLET DANA
DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z
DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Anjhely Mahera Aryan Subing

Nomo Pokok Mahasiswa

: 2051011006

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

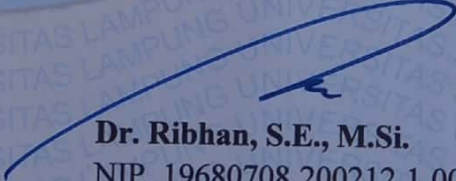
: Ekonomi dan Bisnis



1. Komisi Pembimbing

2. Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.
NIP. 19760617 200912 2 001

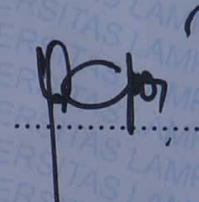

Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
NIP. 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

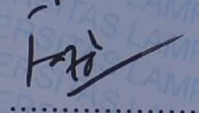
Ketua

: **Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.**




Sekretaris

: **Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M.**



Penguji Utama

: **Aida Sari, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 September 2024

SURAT PERNYATAAN

Nama : Anjhely Mahera Aryan Subing
Nomor Pokok Mahasiswa : 2051011006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* DANA dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z di Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya penulis sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 26 September 2024
Yang membuat pernyataan,



Anjhely Mahera Aryan Subing
NPM 2051011006

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Anjhely Mahera Aryan Subing, lahir di Mataram Udik, Lampung Tengah pada tanggal 20 November 2002. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara yang merupakan putri dari Bapak Aryantoni dan Ibu Rahmawati.

Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak (TK) di RA Nurul Hikmah pada tahun 2008. Selanjutnya menyelesaikan pendidikan sekolah dasar (SD) di SD N 1 Mataram Udik pada tahun 2014. Selanjutnya penulis menyelesaikan pendidikan menengah pertama (SMP) di SMP N 2 Bandar Mataram pada tahun 2017. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan menengah atas (SMA) di SMA N 1 Bandar Mataram pada tahun 2020. Setelah lulus pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan kejenjang sarjana di perguruan tinggi negeri (PTN) Universitas Lampung dan terdaftar sebagai mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama menempuh pendidikan di Universitas Lampung, penulis pernah bergabung dalam komunitas GenBI dan merupakan penerima beasiswa Bank Indonesia tahun 2023. Selain itu penulis pernah menjadi Relawan Festival Kebangsaan Unila di tahun 2023. Pada tahun 2023 penulis telah mengikuti kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) di Desa Pemancar, Pesisir Barat.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah : 216)

”Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

“Jika kamu tidak bekerja keras, kamu tidak akan mendapatkan hasil yang baik”

(J-Hope)

“Dari pada memikirkan bagaimana kalau aku gagal, lebih baik memikirkan bagaimana bisa aku menjadi lebih baik”

(Jihoon)

“Segala sesuatu yang diberikan Allah untukku, aku yakin itu sudah ditakdirkan dan yang terbaik bagiku”

PERSEMBAHAN

Bismillairrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT atas berkah dan karunia yang telah diberikan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, aku persembahkan karya sederhana ini dengan segala kerendahan hati sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada :

Ayah dan Ibu ku tercinta, Ayah Aryantoni dan Ibu Rahmawati

Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada batas, terima kasih atas segala doa dan usaha yang telah tercurahkan untukku, terima kasih atas segala peluh, lelah dan pengorbanan yang besar untukku. Terima kasih sudah selalu ada dan tulus mendukung perjalananku hingga saat ini.

Adik-adikku tersayang, Defrino, Karina, dan Al-Muqsithu. Terima kasih telah mendukung dan memberikan kasih sayang, semangat, serta doa kepadaku.

Keluarga besar, sahabat, serta teman-temanku. Terima kasih selalu ada dan memberikan semangat, motivasi, nasihat, serta doa kepadaku.

Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* DANA dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z di Bandar Lampung”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung beserta staf dan jajarannya.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc., selaku Sekertaris Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
4. Ibu Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., MSi., selaku Dosen Pembimbing atas kesediaan memberikan waktu, pengetahuan, bimbingan serta arahan dan kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Aida Sari, S.E., MSi., selaku Dosen Penguji Utama yang telah memberikan ilmu, pengarahan, kritik, dan sarannya dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembahas kedua pada seminar proposal dan seminar hasil yang telah memberikan ilmu, pengarahan, kritik, dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembahas ketiga pada seminar proposal dan seminar hasil yang telah memberikan ilmu, pengarahan, kritik, dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Nurul Husna, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembahas empat pada seminar proposal dan seminar hasil yang telah memberikan ilmu, pengarahan, kritik, dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Dr. Nova Mardiana, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan, dan motivasi pada masa perkuliahan.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menempuh pendidikan di program studi S1 Manajemen.
11. Seluruh staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu baik selama proses perkuliahan maupun masa penyusunan skripsi ini.
12. Kedua Orang Tuaku, Puang Aryantoni dan Mimi Rahmawati yang selalu memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus, memberikan dukungan, semangat, serta doa kepadaku.
13. Adik-adikku, Defrino, Karina, Al-muqsithu terima kasih atas semangat dan doa kepadaku.
14. Kakek dan Nenekku, Atu Agat dan Atu Imah terima kasih telah memberikan doa, motivasi, nasihat, dan dukungan kepadaku.
15. Kepada keluarga yang selalu mendukungku tante Nunsiyati, delapan bersaudara, dan semua keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu penulis ucapkan terima kasih atas semangat, doa, nasihat, dan dukungan yang diberikan kepadaku.
16. Sahabat dan temanku Casrini, Shella, Rizka terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan doa yang terbaik untukku..
17. Sahabat seperjuangan selama masa perkuliahan, Dwi Ayu, Julia, Jennie, Dinda, terima kasih selalu ada, terima kasih telah banyak membantu dengan sabar, sudah

menjadi teman yang baik, dan saling mendukung, Terima kasih atas segala yang telah dilalui bersama pada masa kuliah.

18. Bank Indonesia dan GenBI Lampung 2023 terima kasih atas kesempatan dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepadaku.
19. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 terima kasih telah berbagi ilmu, kebersamaan, dan semoga kalian semua sukses selalu.
20. Teman-teman KKN terima kasih atas kebersamaan dan kerja samanya selama kurang lebih 40 hari KKN di Desa Pemancar, Kecamatan Pesisir Utara, Kabupaten Pesisir Barat.
21. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis ucapkan terima kasih.
22. Untuk almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung
23. *Bangtan Sonyeondan, Enhypen, and Treasure* terima kasih sudah menghibur dikala suntuk dan tidak bersemangat.
24. Untuk diriku terima kasih telah berjuang dan tak menyerah, tetap semangat semoga kedepannya sukses selalu. *Love Yourself*

Semoga Allah SWT memberikan nikmat yang berlimpah atas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan bagi peneliti selanjutnya.

Bandar Lampung, 13 September 2024

Penulis,

Anjhely Mahera Aryan Subing

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
II. TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Perilaku Konsumen	23
2.2 <i>Electronic Wallet (E-Wallet)</i>	24
2.2.1 Jenis-jenis Uang Elektronik	25
2.2.2 Manfaat Uang Elektronik.....	26
2.3 Model Penerimaan Teknologi (<i>Technology Acceptance Model</i>)	26
2.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	27
2.5 Sikap (<i>Attitude</i>).....	29
2.6 Niat (<i>Intention</i>)	30
2.7 Penelitian Terdahulu.....	31
2.8 Kerangka Pemikiran	33

2.9 Hipotesis	34
III. METODE PENELITIAN	37
3.1 Sumber dan Jenis Penelitian.....	37
3.1.1 Data Primer.....	37
3.1.2 Data Sekunder.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Studi Kepustakaan	39
3.3.2 Kuesioner	39
3.4 Variabel Penelitian	40
3.4.1 Variabel Independen (X)	40
3.4.2 Variabel Dependen (Y).....	40
3.4.3 Variabel Mediasi (M).....	41
3.5 Definisi Operasional Variabel	41
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	43
3.7 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	43
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
3.7.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Pengumpulan Data	48
4.2 Karakteristik Responden	49
4.3 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	51
4.3.1 Variabel Persepsi Manfaat Penggunaan (X).....	51
4.3.2 Variabel Sikap Penggunaan (M).....	54
4.3.3 Variabel Niat Penggunaan (Y).....	56

4.4 Analisis Kuantitatif.....	59
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
4.5 Pembahasan	67
V. PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik	3
Tabel 1. 2 Metode Pembayaran Populer di Indonesia.....	3
Tabel 1. 3 <i>E-Wallet</i> yang Paling Sering Digunakan di Indonesia.....	5
Tabel 1. 4 <i>E-Wallet</i> yang Paling Sering Digunakan di Bandar Lampung	5
Tabel 1. 5 Daftar Keluhan Pengguna <i>E-Wallet</i> DANA	10
Tabel 1. 6 Komentar Pengguna <i>E-Wallet</i> DANA di Bandar Lampung	12
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 3 Pengukuran Uji Validitas	45
Tabel 3. 4 Pengukuran Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 1 Distribusi Kuesioner	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	51
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Persepsi Manfaat Penggunaan (X)	51
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Tentang Sikap Penggunaan (M)	54
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Tentang Niat Menggunakan (Y).....	57
Tabel 4. 10 <i>Outer Loading</i>	60
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted</i>	60
Tabel 4. 12 <i>Fornell-Larcker criterion</i>	61

Tabel 4. 13 <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4. 14 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	63
Tabel 4. 15 <i>Composite Reliability and Cronbach Alpha</i>	63
Tabel 4. 16 <i>R-Square</i>	64
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Layanan Aplikasi DANA.....	7
Gambar 1. 3 Promo dan <i>Cashback</i> yang ditawarkan DANA.....	9
Gambar 1. 4 Grafik Perbandingan Generasi	15
Gambar 1. 5 Perbandingan Pengguna DANA di Bandar Lampung.....	17
Gambar 2. 1 TAM <i>Conceptual Framework</i>	27
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Pengukuran <i>Outer Model</i>	59
Gambar 4. 2 Uji Hipotesis <i>Bootsraping</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

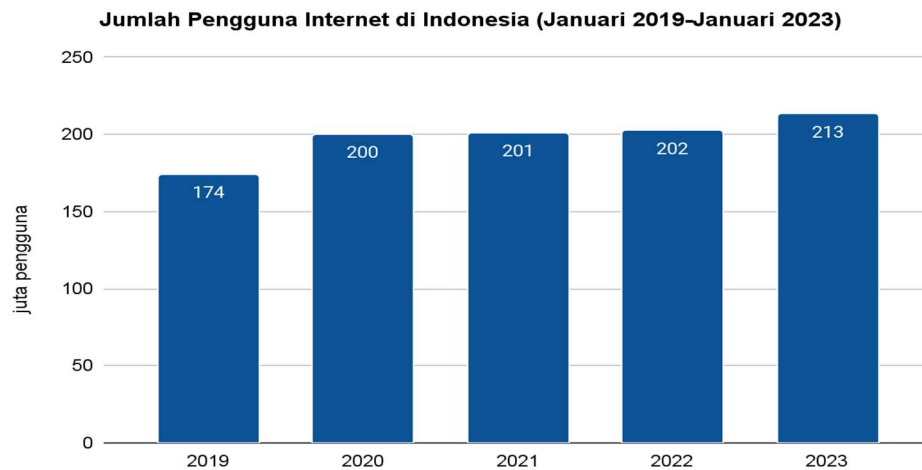
	Halaman
Lampiran 1. Tentang Aplikasi DANA	82
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	88
Lampiran 4. Distribusi Karakteristik Responden.....	94
Lampiran 5. Hasil Kuesioner Persepsi Manfaat Penggunaan (X).....	95
Lampiran 6. Hasil Kuesioner Sikap Penggunaan (M)	98
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Niat Menggunakan (Y)	101
Lampiran 8. Pengukuran <i>Outer Model</i>	104
Lampiran 9. Pengukuran <i>Inner Model</i>	107
Lampiran 10. Pra Survei Mengenai Penggunaan DANA di Bandar Lampung	108

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi di masa kini mengalami perkembangan yang semakin pesat, hal ini ditandai oleh munculnya internet yang menjadi salah satu bukti berkembangnya teknologi. Internet dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses berbagai informasi melalui perangkat elektronik. Setiap tahun internet memiliki pengaruh dan memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan sehari-hari. Selain sebagai media komunikasi, internet juga berperan sebagai *platform* untuk bertransaksi. (Mauludin, 2022).

Adanya internet memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mempercepat proses pencarian informasi, berkomunikasi dan transaksi bisnis melalui gawai atau *smartphone*. Fakta ini mengindikasikan bahwa Indonesia adalah pasar yang menjanjikan dalam ranah teknologi informasi.



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : (DataBoks, 2023), diakses pada Juni 2024

Berdasarkan data pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa menurut laporan *We Are Social*, per Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya penggunaan internet di Indonesia naik sebesar 5,44%. Pada Januari 2022, tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 202 juta orang. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir, puncak pertumbuhan jumlah pengguna internet terjadi pada Januari 2023, sementara pertumbuhan paling rendah tercatat pada Januari 2019.

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat salah satunya yaitu pembayaran non tunai menggunakan elektronik, suatu sistem pembayaran baru kini dinilai lebih cepat, aman, dan mudah digunakan. Fenomena yang dijelaskan oleh Balakrishnan dan Shuib (2021) adalah masyarakat tidak lagi bergantung pada uang tunai untuk melakukan transaksi pembelian atau pembayaran; Hal ini dikenal dengan istilah “*cashless society era*” dan dapat dipahami sebagai revolusi teknologi keuangan (*fintech*) di mana masyarakat mengubah proses pembayaran menjadi transaksi sehari-hari menggunakan perangkat elektronik atau kartu digital.

Transformasi digital Indonesia kini sudah memasuki era ekonomi digital yang telah menerapkan sistem pembayaran menggunakan uang elektronik yang memanfaatkan teknologi digital seperti *electronic wallet*. Uang elektronik merupakan bentuk transaksi keuangan modern yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone*. Menurut Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit kemudian nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media misalnya *server* atau *chip*. Uang elektronik berbasis *chip* umumnya berbentuk kartu, seperti *Flazz*, *Brizzi*, *BCA*, dan *BRI*. Uang elektronik berbasis *server* umumnya berupa aplikasi seperti *OVO*, *Gopay*, *DANA*, dan *ShopeePay*

Tabel 1. 1 Jumlah Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Volume Transaksi (Transaksi)	Rata-rata Nilai Transaksi (Rupiah)
2019	7,053,583	473,443
2020	15,043,475	504,956
2021	8,264,160	786,454
2022	12,330,360	1,177,797
2023	20,407,738	1,859,951

Sumber: (Bank Indonesia), diakses pada Juni 2024

Terlihat data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah volume dan nilai uang elektronik di Indonesia dalam lima tahun terakhir terus meningkat, terhitung sejak tahun 2019-2023 jumlah nilai uang elektronik meningkat secara konsisten yang menandakan bahwa pembayaran digital pun meningkat, kenaikan jumlah uang elektronik yang beredar ini didasarkan pada era digital yang semakin berkembang pesat.

Berikut merupakan beberapa metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia:

Tabel 1. 2 Metode Pembayaran Populer di Indonesia

No	Nama Data	Nilai (Persen Responden)
1	<i>E-wallet</i>	81%
2	<i>Virtual account</i>	60%
3	Transfer bank	55%
4	<i>Cash/COD</i>	55%
5	<i>Paylater</i>	32%
6	<i>Kode QR/QRIS</i>	31%
7	Gerai ritel	22%
8	Debit instan	12%
9	Kartu kredit	9%

Sumber : (goodstats.id) diakses pada tanggal 10 Januari 2024

Berdasarkan pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pengguna *e-wallet* menempati posisi pertama dalam metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia sebesar 81%, disusul dengan *virtual account* sebesar 60%, dan transfer bank 55% yang termasuk dalam tiga tingkat tertinggi pada survei. Di Indonesia banyak yang

menggunakan *e-wallet* karena pembayaran menggunakan *e-wallet* lebih mudah dan tinggi popularitasnya jika dibandingkan dengan kartu kredit biasa. Jika menggunakan *e-wallet*, pelanggan tidak perlu memasukkan nomor kartu kredit atau menggunakan kartu kredit pelanggan hanya perlu membuka *e-wallet* yang ada pada *smartphone*.

E-wallet adalah dompet digital di mana seseorang dapat menambahkan uang melalui kartu kredit dan debit serta individu dapat melakukan pembayaran (K. Kavitha, & Dr. D. Kannan, 2020). Menurut Hidayati dkk. (2006) dalam penelitian Maulinda (2016) beranggapan bahwa sistem pembayaran seperti *e-wallet* lebih efisien, cepat, aman, dan andal untuk digunakan, *e-wallet* juga memberikan manfaat yang positif dan signifikan sejalan dengan keinginan pemerintah untuk membangun kepercayaan masyarakat untuk beralih ke *cashless society* (Candraditiya, 2013). Penggunaan *e-wallet* juga banyak manfaat seperti konsumen tidak perlu membawa uang tunai, pembayaran menjadi lebih cepat hanya dengan menggunakan aplikasi di *smartphone*, pembayaran bisa dilakukan dengan nominal yang pas sehingga pembeli tidak perlu menunggu uang kembalian, terhindar dari uang palsu, transaksi aman karena dilindungi oleh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dan diawasi Bank Indonesia. Selain banyak manfaat yang didapatkan dari penggunaan *e-wallet* ternyata aplikasi pembayaran elektronik juga sangat mudah untuk diakses dan digunakan, untuk mengaktifasi akun tidak memerlukan banyak cara dan sangat mempermudah calon pengguna. Pengguna hanya memerlukan nomor telepon aktif dan Kartu identitas penduduk (KTP) untuk beberapa *e-wallet* tertentu (Lyman, 2023).

Di Indonesia aplikasi *e-wallet* terus berkembang, diantaranya adalah OVO, Gopay, DANA, dll. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Populix* mengenai preferensi konsumen terhadap penggunaan aplikasi *e-wallet* pada Juli 2022 berikut adalah 10 merek *e-wallet* yang banyak digunakan di Indonesia:

Tabel 1. 3 E-Wallet yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

No.	Nama Data	Nilai (Persen Responden)
1	<i>Gopay</i>	88 %
2	DANA	83 %
3	<i>Ovo</i>	79 %
4	<i>ShopeePay</i>	76 %
5	<i>Link Aja</i>	30 %
6	i.saku	7 %
7	<i>OCTO Mobile</i>	5 %
8	<i>Doku</i>	4 %
9	<i>Sakuku</i>	3 %
10	<i>JakOne Mobile</i>	2 %

Sumber : (goodstats.id) diakses pada tanggal 23 April 2024

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan hasil survei yang dilakukan oleh *Populix* melibatkan 1000 orang Indonesia pengguna panel daring, dari data yang diperoleh didapatkan hasil bahwa *e-wallet* yang paling banyak digunakan adalah *Gopay* dengan persentase 88%, disusul dengan DANA sebesar 83%, pengguna lainnya seperti *OVO* bernilai 79%, *Shopeepay* 76% sementara itu *LinkAja* persentasenya terlihat rendah yaitu sebesar 30% disusul dengan lima *e-wallet* lainnya *i.saku*, *Octo Mobile*, *Doku*, *Sakuku*, *JakOne Mobile* dengan nilai persentase dibawah 10%.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan mengenai penggunaan aplikasi *e-wallet* pada Juli 2021 berikut adalah beberapa *e-wallet* yang sering digunakan di Bandar Lampung:

Tabel 1. 4 E-Wallet yang Paling Sering Digunakan di Bandar Lampung

No.	Nama Data	Nilai (Persen Responden)
1	DANA	50,8%
2	<i>Shopeepay</i>	29,5%
3	<i>Gopay</i>	14,8%
4	<i>e-Money</i>	3.27%
5	OVO	1.6%

Sumber: Pra Survei Dompert Digital, Tahun 2021

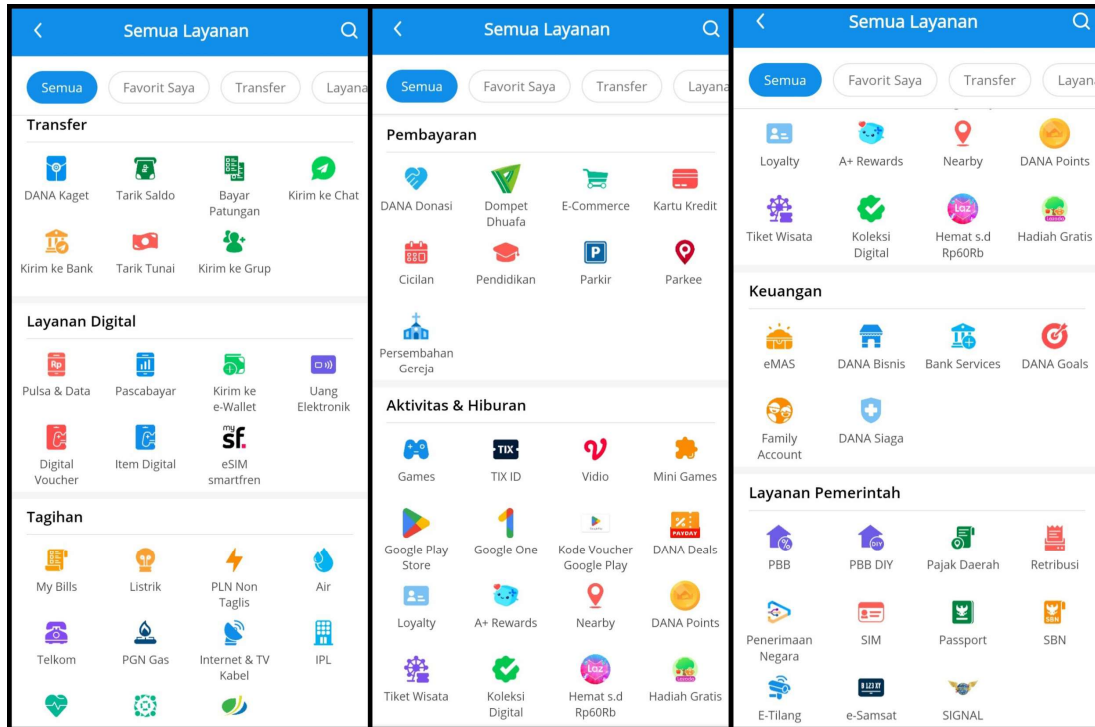
Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan hasil pra survei yang dilakukan oleh penelitian Alvi Maurin (2021) melibatkan 61 responden, dari data yang diperoleh didapatkan

hasil bahwa pengguna *e-wallet* yaitu sebesar 55 responden. Dengan *e-wallet* yang paling sering digunakan yaitu DANA sebesar 31 pengguna atau sebesar 50,8%, di posisi kedua terdapat *Shopeepay* dengan jumlah 18 pengguna atau sebesar 29,5%, dan posisi ketiga terdapat *Gopay* dengan jumlah 9 pengguna atau sebesar 14,8%. Di posisi terakhir terdapat *e-wallet* yang jarang digunakan yaitu *e-Money* dengan 2 pengguna sebesar 3,27% dan *OVO* 1 pengguna sebesar 1,6%.

Fokus pada penelitian ini adalah *e-wallet* DANA, DANA adalah aplikasi layanan keuangan digital yang berdiri sejak tahun 2017 dan diresmikan pada tahun 2018 oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, DANA merupakan salah satu *e-wallet* yang telah terdaftar di Bank Indonesia dan memiliki empat fungsi diantaranya sebagai uang elektronik pengganti uang tunai, dompet digital, transfer uang, dan Likuiditas Keuangan Digital (LKD) (Atikotul, 2023). Berdasarkan pada *playstore* (2024) bahwa aplikasi kategori keuangan yang paling banyak diunduh oleh pengguna *smartphone* dan menempati peringkat pertama dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya adalah aplikasi DANA,

E-wallet DANA menempati peringkat pertama di Bandar Lampung dan aplikasi *playstore* (2024), namun berdasarkan survei *populix* untuk *e-wallet* yang banyak digunakan adalah *Gopay*. *Gopay* merupakan fitur *e-wallet* yang tersinkronisasi di dalam *platform* Gojek, sebuah platform yang populer untuk layanan transportasi dan logistik. Sedangkan DANA adalah aplikasi *e-wallet* yang independen. Hal yang membedakan antara *Gopay* dan DANA adalah tempat pengguna mengunduh aplikasi tersebut, dimana *Gopay* yang terhubung dengan Gojek otomatis pengguna *Gopay* harus mengunduh Gojek, sementara itu DANA di unduh sebagai aplikasi mandiri melalui *playstore* atau *app store*. Meskipun keduanya berperan dalam memfasilitasi transaksi digital, perbedaan inilah yang menjadi pembeda utama di antara keduanya. (gopay.co.id, 2024).

Berikut merupakan fitur dan layanan yang ada pada *e-wallet* DANA:



Gambar 1. 2 Layanan Aplikasi DANA

Sumber : Aplikasi DANA 2024

Berdasarkan gambar 1.2 *e-wallet* DANA memberikan manfaat kepada penggunanya untuk melakukan berbagai jenis transaksi dengan menawarkan berbagai fitur dan layanan diantaranya:

a. Fitur transfer uang

Menyediakan layanan DANA kaget (menerima tambahan saldo secara cuma-cuma dari sesama pengguna), tarik saldo, bayar patungan, kirim uang ke Bank, tarik tunai, dan kirim uang melalui link chat.

b. Layanan digital

Menyediakan pembelian pulsa dan data, *digital voucher*, item digital, pascabayar, kirim ke *e-wallet*, dan layanan uang elektronik.

c. Pembayaran tagihan

Menyediakan layanan tagihan listrik, PLN non taglis, tagihan air, PGN gas, internet dan tv kabel, dan lainnya.

d. Fitur pembayaran

Menyediakan layanan pembayaran untuk pendidikan, DANA donasi, cicilan, *e-commerce*, parkir, kartu kredit, dan lainnya.

e. Fitur aktivitas & hiburan

Menyediakan layanan pembelian tiket game, tiket bioskop, *google playstore*, kode *voucher google play*, DANA deals, A+ *reward*, *nearby*, tiket wisata, hadiah gratis, diskon belanja online di *e-commerce*, dan lainnya.

f. Fitur keuangan

Menyediakan layanan tabungan dan investasi seperti DANA goals, DANA bisnis, eMAS, *Bank services*, *Family account*, dan DANA siaga.

g. Layanan pemerintah.

Menyediakan berbagai jenis pembayaran seperti PBB, pajak daerah, retribusi, penerimaan negara, *passport*, e-tilang, e-samsat, sim, dan *signal*.

Beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh DANA berdasarkan dana.id (2023) yaitu:

a. Fokus pada Keuntungan Pengguna

Layanan transaksi lebih hemat, tanpa biaya tambahan, dan masih banyak keuntungan lainnya.

b. Sistem Pembayaran Terbuka

Dapat diakses berbagai macam layanan transaksi dan produk keuangan dengan mudah.

c. Memenuhi Kebutuhan Finansial

Mulai dari pembayaran hingga investasi hanya dengan satu aplikasi DANA.

Produk yang ada pada *e-wallet* DANA berdasarkan dana.id (2023) diantaranya:

1. Kirim uang

Gratis biaya admin hingga 10x transaksi, dan hemat biaya admin saat *top up e-wallet*

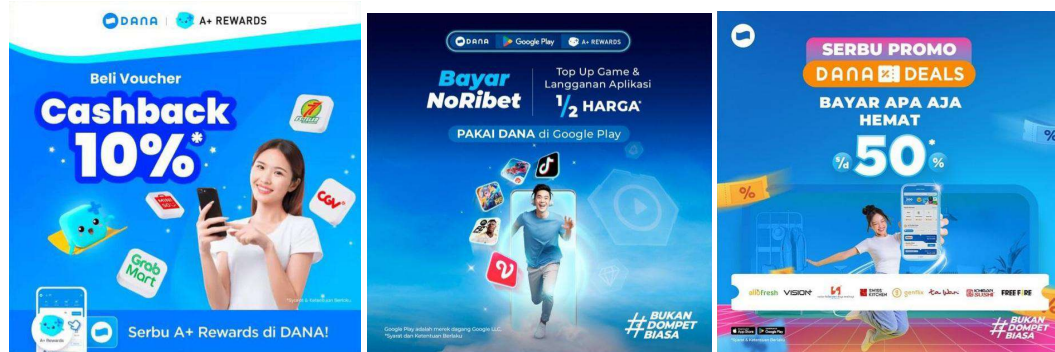
2. Simpan kartu

Dapat menyimpan kartu di bagian dompet untuk mempermudah transaksi online

3. DANA *QRIS*

Dapat membayar menggunakan *gris* di *merchant* manapun, proses cepat dan mudah, dan pembayaran dapat menggunakan saldo DANA atau saldo dari kartu bank yang tertaut pada bagian dompet

Selain menawarkan berbagai layanan dan keunggulan *platform* DANA juga memberikan banyak manfaat seperti promo dan penawaran yang beragam. Banyak manfaat yang ditawarkan jika menggunakan *e-wallet* DANA seperti pemberian *cashback* pada pembelian *voucher*, dan pemberian potongan harga hingga 50%. Adanya promosi dan penawaran *cashback* membuat pengeluaran pengguna menjadi lebih terjangkau dan sangat bermanfaat.



Gambar 1. 3 Promo dan *Cashback* yang ditawarkan DANA
Sumber : (Instagram DANA), diakses pada tanggal 28 April 2024

Pada gambar 1.3 menunjukkan berbagai keuntungan yang didapatkan jika menggunakan *e-wallet* DANA, mendapatkan *cashback* 10%, *top up game* dan langganan aplikasi dengan hanya membayar setengah harga.

Adapun manfaat lainnya yang akan diperoleh jika menggunakan *e-wallet* DANA berdasarkan sumber dari situs resmi DANA (dana.id, 2023), diantaranya:

1. Menggunakan DANA mengurangi kebutuhan akan membawa uang tunai.
2. Pengguna akan diberikan kesempatan untuk melakukan 10 penarikan saldo tanpa biaya. Jika melebihi kuota tersebut, pengguna akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp4.500 per transaksi.

3. Pengguna dapat melakukan *top-up* saldo DANA dengan jumlah minimal Rp.10.000.

Dibalik banyaknya manfaat yang ditawarkan dalam menggunakan DANA menurut Naomi (2020) ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan ketika ingin menggunakan *e-wallet* DANA yaitu tidak semua pedagang menawarkan layanan pembayaran dengan dompet digital, terjadinya *error* pada *e-wallet* yang membuat pengguna susah mengakses, uang yang sudah ditransfer ke rekening tidak dapat dikembalikan atau harus ada saldo minimum, ada biaya admin untuk isi ulang saldo, terpotongnya saldo tanpa sebab, dan kerugian atas manfaat penggunaan seperti rasa kecewa akibat *customer service*.

Alasan lain seseorang belum menggunakan dompet digital karena kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi, beberapa konsumen masih suka menggunakan uang tunai, merasa nyaman, dan enggan beralih ke pembayaran non tunai karena takut mengalami masalah dalam proses pembayaran. *E-wallet* DANA juga belum banyak menjangkau umkm, seperti pedagang kaki lima serta kerjasama dengan *merchant* dan toko juga masih terbatas. (financer.com. 2024)

Berikut merupakan beberapa keluhan yang dirasakan oleh pengguna *E-Wallet* DANA sebagai alat pembayaran non-tunai:

Tabel 1. 5 Daftar Keluhan Pengguna *E-Wallet* DANA

No.	Penulis	Keluhan Konsumen
1.	Khanza Devita	Uang tiba-tiba menghilang dan saat melihat riwayat transaksi terdapat aktivitas transfer padahal pengguna tidak melakukan transfer ke nomor tersebut
2.	Ludfi Roy	<i>Top up</i> 2 kali selalu <i>delay</i> , <i>top up</i> terakhir belum masuk, aplikasi buruk
3.	Enji Syaputra	Tidak bisa melihat bukti pengiriman, sudah 2 kali mencoba melihat rincian pengiriman namun <i>loading</i> sangat lama, dan tidak bisa lagi

Lanjutan tabel 1.5

4.	Wulan Ratnasari	Aplikasi tidak jelas, keluar sendiri, susah <i>login</i> , <i>loading</i> terus
5.	Cahyo Ardiansyah	Sering <i>error</i> , tidak bisa digunakan untuk transaksi, susah <i>login</i> padahal jaringan bagus tapi koneksi bermasalah
6.	Basir Cilacap	Melakukan transfer ke rekening status berhasil tapi saldo rekening tidak bertambah, sedangkan saldo di DANA sudah berkurang. Pengguna sangat kecewa
7.	@tarorumput	Nabung di DANA Goals totalnya 6 juta. Pengguna tidak mengotak-atik karena untuk persiapan lanjut kuliah. Tanpa ada notifikasi dll tiba-tiba terdapat transaksi hingga menguras habis tabungan pengguna yang sekarang hanya menyisakan 836 rupiah
8.	@blowbei	Mengalami kehilangan uang 800 ribu

Sumber : (*playstore* dan *twitter* diakses 2024)

Permasalahan yang sering terjadi pada *e-wallet* DANA berdasarkan keluhan pengguna tabel 1.5 adalah adanya aktivitas tidak dikenal yang bukan berasal dari pengguna menyebabkan saldo berkurang tanpa sepengetahuan pemilik akun, sering terjadinya keterlambatan transfer uang, tidak bisa melihat bukti pengiriman uang, sering terjadi *error* tidak bisa transfer dan tidak dapat *login* ke akun, saat melakukan transfer status berhasil tapi saldo di rekening tidak bertambah sedangkan uang di saldo sudah berkurang. Dari keluhan yang dirasakan oleh pengguna menunjukkan bahwa *e-wallet* DANA masih banyak kekurangan yang akan menyebabkan citra buruk pada aplikasi hingga dapat menurunkan kepercayaan dan niat penggunaan terhadap *e-wallet* DANA.

Untuk mengetahui mengenai komentar pengguna *e-wallet* DANA lebih lanjut, peneliti melakukan pra survei yang dilakukan pada 26 Juli sampai 02 Agustus 2024 kepada 36 orang pengguna *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Tujuan pra-survei ini untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap penggunaan DANA mengenai manfaat yang dirasakan dan keluhan pengguna. Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan terdapat hasil bahwa 36 responden menjawab mengetahui fitur dan layanan pada *e-wallet* DANA, 33 responden memahami fitur dan layanan pada *e-wallet* DANA namun terdapat 3 responden tidak memahami. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih ada pengguna yang sepenuhnya belum paham dengan fitur dan jenis

layanan apa saja yang ada pada *e-wallet* DANA. Berikut merupakan beberapa komentar yang ditulis oleh pengguna *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung:

Tabel 1. 6 Komentar Pengguna *E-Wallet* DANA di Bandar Lampung

Penulis	Keluhan	Persepsi Manfaat Penggunaan
Hanna	Keamanan aplikasi masih kurang karena akun mudah dibobol oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.	Mudah digunakan dan menjadi salah satu pembayaran <i>e-wallet</i> yang cukup umum dipakai.
Siska	Jika sedang bertransaksi kadang aplikasi suka loading lama yang menyebabkan khawatir masuk atau tidak uangnya	Praktis, menghemat waktu
Putri	Ada masalah saat akan top up dana	Dompot digital yang sangat bermanfaat, dapat melakukan transaksi dimana pun
Reina	Aplikasi lambat merespon saat akan transaksi	Bisa digunakan untuk bayar apapun, beli pulsa murah, bayar listrik juga adminnya murah, bayar pbb juga bias
Handy	Terkadang aplikasi lama loading untuk masuk aplikasinya	Sangat bermanfaat karena bisa transfer ke bank secara gratis
Fitri	Kadang uang tiba-tiba hilang	Lebih cepat dalam bertransaksi

Sumber : Pra survei *e-wallet* DANA, 2024

Berdasarkan tabel 1.6 mengenai komentar pengguna *e-wallet* DANA di Bandar Lampung terdapat hasil bahwa keamanan pada *e-wallet* DANA perlu diperbaiki karena masih banyak pengguna yang mengeluh mengenai keamanan aplikasi yang menyebabkan saldo tiba-tiba hilang, aplikasi kadang lambat merespon yang dapat mengganggu saat proses transaksi. Meskipun banyak keluhan yang dirasakan oleh pengguna, *e-wallet* DANA juga memberikan manfaat penggunaan seperti kemudahan bertransaksi, aplikasi bisa digunakan dimanapun, dan tentunya lebih praktis.

Ketika memilih layanan digital pengguna cenderung memilih berbagai kriteria untuk dipertimbangkan sebelum memutuskan apakah akan menggunakan sistem pembayaran digital tersebut atau tidak. Salah satu cara untuk memprediksi sikap seseorang dalam

menerima dan menggunakan teknologi adalah dengan menggunakan *Technological Acceptance Model* (TAM). TAM adalah model yang dirancang untuk menggambarkan bagaimana pengguna memahami dan menerapkan sistem informasi (Davis, 1989). Model TAM menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap penggunaan, sikap sendiri dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat penggunaan (Davis, 1989). Persepsi manfaat merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat ketika akan menggunakan layanan sistem pembayaran digital, individu akan menggunakan teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka.

Persepsi manfaat menurut (Jogiyanto, 2019) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Damayanti (2019) persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana internet dan teknologi bermanfaat dalam kegiatan harian. Berikut merupakan beberapa komentar pengguna mengenai manfaat *e-wallet* DANA:

- Menurut ulasan dari Punung (*play store, 2024*) “aplikasi DANA sangat baik digunakan dalam bertransaksi dengan mudah dan cepat, sangat membantu sekali sebagai alat pembayaran”.
- Menurut ulasan dari Vinus (*play store, 2024*) “aplikasi DANA cukup bagus terutama untuk yang sibuk dan tidak sempat isi token listrik bisa langsung menggunakan DANA”.
- Menurut Kang Fatih (*play store, 2024*) “Aplikasi DANA sering mengalami *error*, tidak responsif, terkadang gagal mengirim uang, sistem sedang sibuk, dan sering kali sulit untuk login.

Sikap adalah keyakinan dan evaluasi menyeluruh dari seorang individu ketika melakukan atau mendengar informasi berkaitan dengan perilaku tertentu (Ajzen, 2006). Sedangkan menurut Schiffman (2013: 176), sikap mencakup perasaan positif atau negatif individu terhadap suatu objek tertentu. Berikut merupakan beberapa komentar dan sikap pengguna mengenai *e-wallet* DANA:

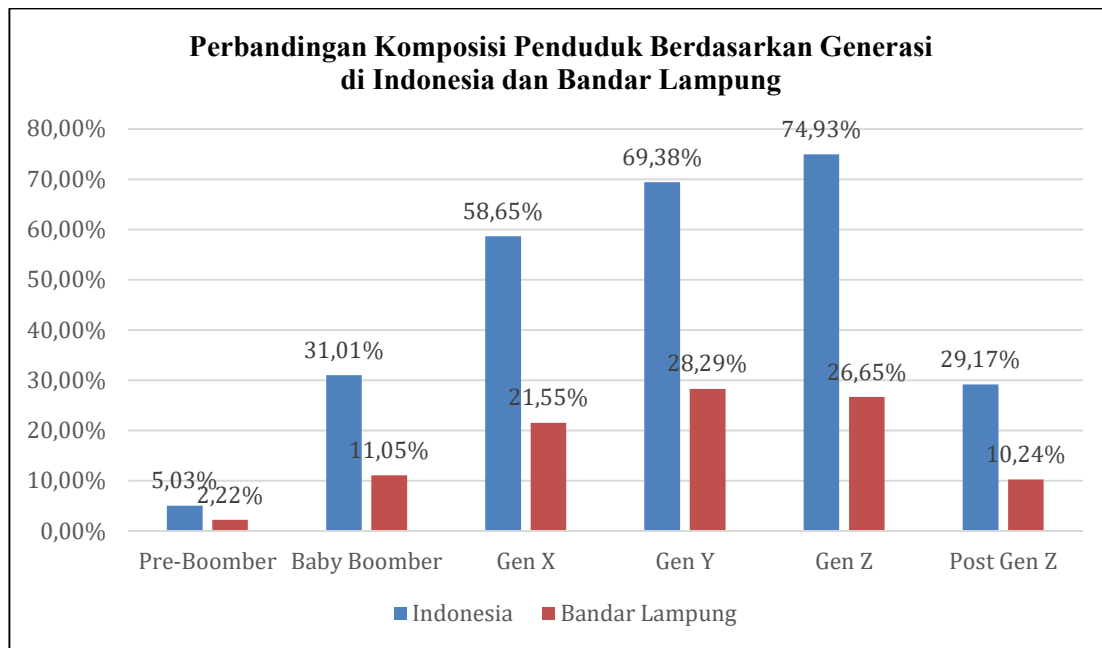
- Ulasan positif dari Farhan (*playstore, 2024*) “sangat puas menggunakan DANA, namun sistem keamanan harus ditingkatkan lagi”.
- Menurut ulasan negatif dari Waginah (*media konsumen, 2021*) “pelayanan yang diberikan oleh *customer service* DANA sangat buruk, uang terlambat di *refund* sampai lima belas hari dan tanggapan *cs* sangat lama.
- Menurut ulasan negatif dari Nur (*playstore, 2024*) “beli *voucher* belanja tapi tidak bisa digunakan, pengguna *uninstall* aplikasi tersebut”.
- Menurut ulasan negatif dari Nebu (*playstore, 2024*) “*QR code* sering mengalami gangguan yang menghambat proses transaksi, membuat pengguna merasa tidak nyaman saat melakukan pemindaian kode *QR*”.

Niat (*intention*) merupakan kemauan seseorang untuk melaksanakan perilaku. Menurut Davis (1989) dalam Suyanto (2019), niat penggunaan teknologi adalah keinginan yang kuat untuk terus mengadopsi dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Niat individu untuk menggunakan *e-wallet* didasarkan oleh manfaat dan kemudahan yang akan didapatkan. Jika individu percaya bahwa sistem yang akan digunakan bermanfaat maka mereka akan menggunakan aplikasi tersebut, sebaliknya jika individu belum yakin mengenai sistem yang akan digunakan maka individu tidak menggunakan sistem tersebut.

Menurut Kupperschmidt (2000) generasi adalah sekelompok individu yang memiliki kesamaan tahun lahir, usia, dan juga pengalaman yang sama dalam masa pertumbuhan mereka. Borodin, dkk. (2010) juga menyatakan bahwa individu yang berasal dari generasi yang sama mempunyai kesamaan seperti kultur, ekonomi, peristiwa, dan teknologi yang membentuk pandangan, pilihan, dan kepercayaan yang sama. Sejarah, kejadian, fenomena budaya, dan berbagai hal yang terjadi pada era para generasi ini ternyata mempengaruhi memori individu yang akan menimbulkan perkembangan sikap, perspektif, nilai, dan kepribadian tertentu (Costanza, dkk., 2012). Oleh karena itu, setiap generasi menjalani berbagai pengalaman yang berbeda sehingga sikap dan perspektif antar generasi pun berbeda (Roebuck, dkk., 2013).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), populasi di Indonesia dibagi menjadi enam generasi, yaitu *pre-boomber* lahir sebelum tahun 1995, *bomber* (1946–1964), Generasi X (1965-1980), Generasi Y atau milenial (1981-1996), Generasi Z (1997-2012), dan Post Generasi Z atau Gen Alpha (2013 dan seterusnya).

Berikut disajikan data perbandingan jumlah generasi yang ada di Indonesia dan Bandar Lampung:



Gambar 1. 4 Grafik Perbandingan Generasi
Sumber : BPS Indonesia (2020)

Berdasarkan gambar 1.4 menunjukkan data perbandingan generasi menurut Badan Pusat Statistika (BPS) pada tahun 2020, di Indoneisa generasi Pre-Boomber sebesar 5.03% dan di Bandar Lampung sebesar 2.22%, untuk generasi Baby Boomer di Indonesia sebesar 31.01% dan di Bandar Lampung 11.05, Gen X di Indonesia sebesar 58.65% dan di Bandar Lampung sebesar 21.55%, Gen Y di Indonesia sebesar 69,38% dan di Bandar Lampung sebesar 28.29%, untuk Gen Z di Indonesia sebesar 74.93% dan di Bandar Lampung sebesar 26.65%, untuk Post Gen Z memiliki persentase sebesar 29.17% dan di Bandar Lampung sebesar 10.24%. Jika dilihat dari data pada BPS generasi yang paling mendominasi di Indonesia adalah Generasi Z dibandingkan

generasi lainnya. Dilihat dari jumlah populasi Gen Z di Indonesia dan Bandar Lampung hal tersebut menunjukkan bahwa Gen Z memiliki peran dalam peningkatan penggunaan teknologi khususnya mengenai peningkatan penggunaan pembayaran non-tunai, apalagi bagi Gen Z yang sangat mengerti teknologi (umsb, 2023).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012 (BPS, 2020). Menurut Dila (2022) Generasi Z bisa dikatakan generasi yang baru memasuki dunia kerja, tidak asing dengan teknologi, dan melakukan kegiatan sosial melalui dunia maya. Menurut Widyananda (2020), Generasi Z cenderung aktif dalam berinteraksi sosial melalui *platform digital* dan memiliki kemampuan cepat dalam mencari informasi. Turner (2015) juga mencatat bahwa Generasi Z memiliki minat yang kuat pada hal-hal yang praktis dan sangat bergantung pada teknologi. Gen Z adalah generasi yang erat dengan teknologi (*digital native*), karena mereka lahir di era *smartphone*, tumbuh bersama kecanggihan teknologi, dan memiliki kemudahan akses akan internet dibandingkan generasi terdahulu (Sakitri, 2021). Generasi Z memiliki tingkat pemahaman dan pengalaman yang luas dalam menggunakan *e-wallet*.

Berikut merupakan karakteristik Generasi Z terkait penggunaan teknologi, dalam fisip.unisri (2024) diantaranya:

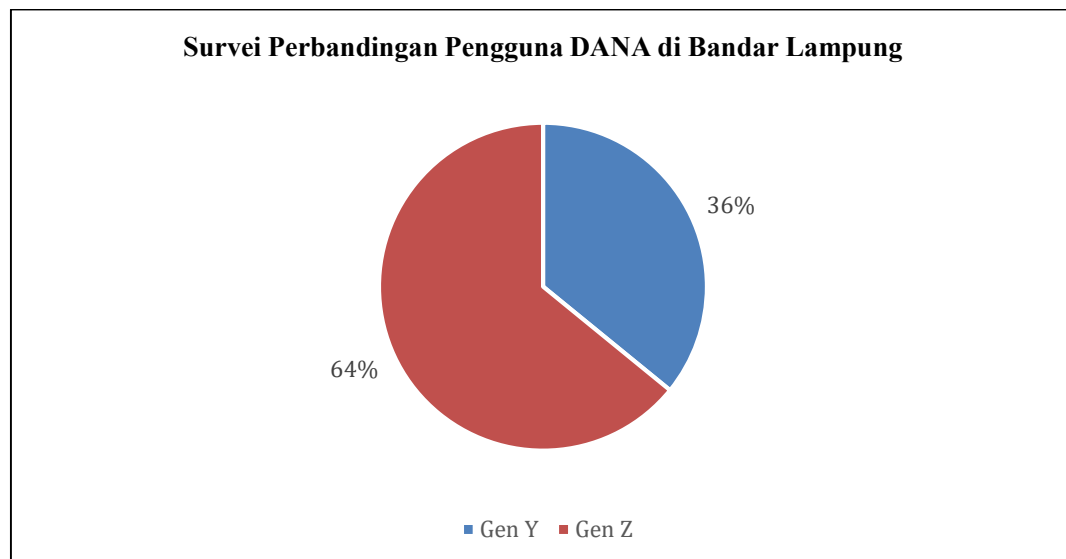
1. *Digital Native*, tumbuh di era digital membuat Generasi Z sangat paham mengenai penggunaan teknologi, seperti *smartphone*, media sosial, dan aplikasi digital.
2. Ketergantungan pada teknologi, karena sangat paham akan penggunaan teknologi dapat menyebabkan ketidakstabilan emosi yang rentan terhadap kecanduan teknologi dan gangguan kesehatan mental.
3. Akrab dengan teknologi
4. Menyukai hal yang praktis dan kritis

Perilaku konsumen Generasi Z pada era digital menurut kumparan (2024) ditandai oleh beberapa hal, diantaranya:

1. Preferensi belanja online, Generasi Z lebih akrab dengan teknologi dan lebih cenderung suka berbelanja online daripada generasi sebelumnya, mereka memanfaatkan berbagai *platform digital* untuk mencari ulasan, membandingkan produk, dan melakukan pembelian.
2. Pengaruh ulasan dan rating, Generasi Z cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian dan menentukan penggunaan teknologi, Generasi Z sangat bergantung pada ulasan dan rating orang lain untuk memastikan bahwa produk yang akan mereka beli atau gunakan berkualitas baik. Mereka cenderung akan menggunakan atau membeli suatu produk yang memiliki banyak ulasan positif dan rating yang tinggi.

Dengan berbagai karakteristik dan perilaku dalam penggunaan teknologi, hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran dalam peningkatan penggunaan teknologi pembayaran non-tunai, hal ini selaras dengan hasil pra survei yang dilakukan mengenai pengguna DANA yang menunjukkan bahwa pengguna DANA Generasi Z di Bandar Lampung paling banyak jika dibandingkan dengan generasi lainnya.

Berikut merupakan survei perbandingan pengguna DANA di Bandar Lampung berdasarkan Generasi Z dan Generasi Y:



Gambar 1. 5 Perbandingan Pengguna DANA di Bandar Lampung
Sumber: Hanner Rambe (2023)

Berdasarkan gambar 1.5 terdapat perbandingan yang cukup signifikan antara pengguna DANA pada Generasi Y dan Generasi Z. Gen Z memiliki persentase pengguna DANA tertinggi di Bandar Lampung sebesar 64% jika dibandingkan dengan Gen Y yang hanya 36%. Jika dilihat dari perbandingan pengguna DANA di Bandar Lampung hal tersebut menunjukkan bahwa banyak Generasi Z yang menggunakan DANA, hal ini dilihat untuk memperkuat apakah Generasi Z lainnya masih memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan DANA berdasarkan manfaat dan sikap pengguna sebelumnya.

Menurut Amanda, dkk. (2023) Generasi Z memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan *e-wallet* karena berbagai alasan, diantaranya:

- 1) Kenyamanan, penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dan kenyamanan saat akan mengeluarkan uang karena *e-wallet* mudah digunakan dimana pun.
- 2) Keamanan, *e-wallet* dinilai aman untuk melakukan transaksi pembayaran, terutama saat melakukan transaksi online, dan saat melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Namun berdasarkan komentar dan pra survei yang telah dilakukan terhadap niat penggunaan DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung, masih banyak keluhan berdasarkan pengguna sebelumnya seperti keluhan mengenai kenyamanan penggunaan aplikasi yang sering lambat merespon, aplikasi sering error, dan keamanan pada aplikasi yang masih sangat kurang hal ini yang paling banyak dikeluhkan oleh pengguna sebelumnya yaitu saldo pada DANA tiba-tiba menghilang, saldo tiba-tiba berkurang, aplikasi mudah dibobol oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, dll.

Penulisan ini turut didasarkan dari survei yang dilakukan oleh *Populix* (2022) mengenai “*e-wallet* yang paling sering digunakan di Indonesia”. Pada survei terdapat hasil bahwa *e-wallet* DANA menduduki peringkat kedua setelah *Gopay*, hal ini menunjukkan adanya rasa kurang percaya konsumen terhadap *e-wallet* DANA salah satu faktor penyebabnya dari keluhan konsumen mengenai pelayanan yang dirasakan kurang maksimal. Penulisan ini juga turut didasarkan dari keluhan pengguna *e-wallet*

DANA mengenai manfaat yang dirasakan, dan sikap penggunaan. Berdasarkan beberapa komentar masih banyak keluhan yang dirasakan oleh pengguna mengenai layanan dan manfaat pada *e-wallet* DANA.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang telah dijelaskan diatas penelitian ini juga terdapat *research gap* yang ditemukan pada penelitian terdahulu. Berdasarkan pada penelitian Vimal (2023) menjelaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap menggunakan transaksi non tunai. Berdasarkan penelitian Filona (2019) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap sikap penggunaan uang elektronik. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2023) terdapat hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap sikap.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Effendy (2020) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Chaveesuk (2022) terdapat hasil bahwa secara signifikan persepsi manfaat mempengaruhi niat untuk menggunakan pembayaran digital. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sinurat (2022) bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian Filona (2019) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Chaveesuk (2021) terdapat hasil bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan pembayaran digital. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kamalul (2020) terdapat hasil bahwa sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan pembayaran digital. Namun berdasarkan pada penelitian Nugroho (2018) terdapat hasil bahwa variabel sikap tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Kadir, dkk. 2022) menunjukkan hasil bahwa sikap secara parsial memediasi hubungan untuk menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sinurat (2022) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat ketika dimediasi oleh sikap (*attitude*). Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2023) terdapat hasil bahwa sikap tidak memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap niat penggunaan.

Bandar Lampung merupakan salah satu kota besar yang berada di Indonesia sekaligus menjadi ibu kota dari provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung meliputi 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Pada tahun 2023, populasi mencapai 1 juta jiwa dengan kepadatan penduduk mencapai 5.332/km². Di Kota Bandar Lampung banyak terdapat tempat pusat perbelanjaan sehingga memberi peluang bagi PT Espay Debit Indonesia Koe untuk melakukan kerja sama dalam bidang layanan keuangan dengan menggunakan *e-wallet* DANA. Berdasarkan berita yang diterbitkan oleh ANTARA News Lampung “pengguna transaksi elektronik di Lampung meningkat sebesar 45,61% atau sekitar 217.061 orang per Januari sampai Juni 2023 hal tersebut didasarkan oleh daya beli yang juga meningkat, peningkatan penggunaan transaksi non tunai ditargetkan jumlahnya sampai 475.907 orang pengguna,” ujar Budiyono, Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Lampung di Bandar Lampung. Digitalisasi pembayaran dalam transaksi pemerintahan daerah Lampung, ditandai dengan pembentukan Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD) di 15 kabupaten dan kota, dan telah berada dalam kategori digital.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang disampaikan sebelumnya untuk menggali lebih dalam mengenai permasalahan, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* DANA dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z di Bandar Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung?
2. Apakah persepsi manfaat penggunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung?
3. Apakah sikap penggunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung?
4. Apakah sikap penggunaan memediasi pengaruh persepsi manfaat penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh persepsi manfaat penggunaan terhadap sikap penggunaan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung
2. Pengaruh persepsi manfaat penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung
3. Pengaruh sikap penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung
4. Pengaruh sikap penggunaan dalam memediasi persepsi manfaat penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak perusahaan penyedia aplikasi *e-wallet* DANA, penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai persepsi pengguna dan sikap penggunaan *e-wallet* DANA yang kedepannya dapat diterapkan menjadi strategi perusahaan.

2. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini semoga bisa membantu akademisi sebagai bahan rujukan atau referensi guna penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan persepsi pengguna, pengaruh sikap dan niat menggunakan *e-wallet* pada Generasi Z.

3. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini semoga bisa membantu peneliti dalam menambah acuan atau referensi penelitian tentang persepsi pengguna dan sikap penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* pada Generasi Z.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan saat mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan barang dan jasa yang mereka anggap dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Jusuf (2018), perilaku konsumen adalah ketika pelanggan memilih, membeli, dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Sedangkan menurut Ebert dan Griffin (1995), perilaku konsumen didefinisikan sebagai: “berbagai aspek keputusan dari proses pengambilan keputusan dimana pelanggan datang untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk”, perilaku ini dapat didefinisikan sebagai upaya konsumen untuk membuat keputusan tentang suatu produk yang akan mereka beli dan konsumsi.

Menurut Engel (1995), ada dua komponen yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal. Kedua komponen ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Faktor lingkungan eksternal

a. Kebudayaan

Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang rumit yang dibuat oleh manusia dan diwariskan dari generasi ke generasi untuk menentukan dan mengontrol perilaku manusia di masyarakat saat ini.

b. Kelas sosial

Menurut kelas sosial, masyarakat terbagi kedalam tiga kelompok yaitu:

- Golongan atas, golongan ini terdiri dari pengusaha menengah dan kaya.

- Golongan menengah, pengusaha menengah dan karyawan pemerintah termasuk dalam golongan menengah.
 - Golongan rendah, kelas ini termasuk buruh pabrik, pegawai rendah, dan pedagang kecil.
- c. Kelompok sosial dan kelompok referensi
- Kelompok sosial adalah tempat individu yang berada dalam kesatuan sosial di mana mereka berinteraksi karena adanya hubungan. Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang digunakan oleh seseorang sebagai standar untuk membentuk kepribadian dan perilakunya, meskipun mereka bukan anggota dari kelompok tersebut.
- d. Keluarga
- Keluarga adalah orang-orang yang membentuk unit keluarga baru, dan setiap individu di dalamnya memiliki potensi untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

2. Faktor lingkungan internal

- a. Motivasi, yaitu kondisi dalam diri seseorang yang memicu keinginan individu untuk melakukan aktivitas tertentu dengan tujuan mencapai suatu target.
- b. Pengamatan, yaitu proses di mana konsumen melihat dan memahami elemen lingkungannya.
- c. Belajar, yaitu perubahan perilaku yang disebabkan oleh adanya pengalaman.
- d. Kepribadian, yaitu susunan dari faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang menjadi dasar dari perilaku seseorang.
- e. Sikap, merujuk pada kondisi mental dan keadaan pikiran yang siap memberikan respon terhadap suatu objek, yang terbentuk melalui pengalaman dan memiliki dampak langsung atau dinamis pada individu yang bersangkutan.

2.2 Electronic Wallet (E-Wallet)

E-Wallet adalah dompet digital di mana seseorang dapat menambahkan uang melalui kartu kredit dan debit serta individu dapat melakukan pembayaran (Kavitha, 2020). *E-*

wallet merupakan bentuk mata uang digital yang memungkinkan transaksi tanpa menggunakan uang fisik dan dapat digunakan secara fleksibel dalam berbagai kegiatan lainnya (Megadewandanu, 2016). Sedangkan menurut Amoroso (2012) *e-wallet* adalah sistem uang elektronik yang memerlukan koneksi dengan server penerbit saat digunakan, berbeda dengan kartu kredit atau debit yang melibatkan perantara dalam transaksi.

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 pada pasal 1 ayat 3 dan 4 menyebutkan bahwa uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*;
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan
- d. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan

2.2.1 Jenis-jenis Uang Elektronik

Menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik pada pasal 3, terdapat beberapa jenis uang elektronik berdasarkan penyimpanannya yaitu :

- a. *Server based*, yaitu uang elektronik yang disimpan dalam format digital, yang diakses melalui server yang memerlukan otentikasi online, umumnya melalui aplikasi seperti *Gopay*, *DANA*, *OVO*, *ShopeePay*, dan lainnya.
- b. *Chip based*, adalah istilah yang merujuk pada uang elektronik yang disimpan dalam bentuk *chip* atau kartu, memungkinkan penggunaannya secara *offline* tanpa memerlukan otentikasi melalui internet. Contoh uang elektronik ini termasuk *Flazz*, *Brizzi*, *BCA*, *BRI*, dan sejenisnya.

2.2.2 Manfaat Uang Elektronik

Berikut merupakan beberapa manfaat dari penggunaan uang elektronik dibandingkan dengan uang tunai (Decky, 2016), antara lain:

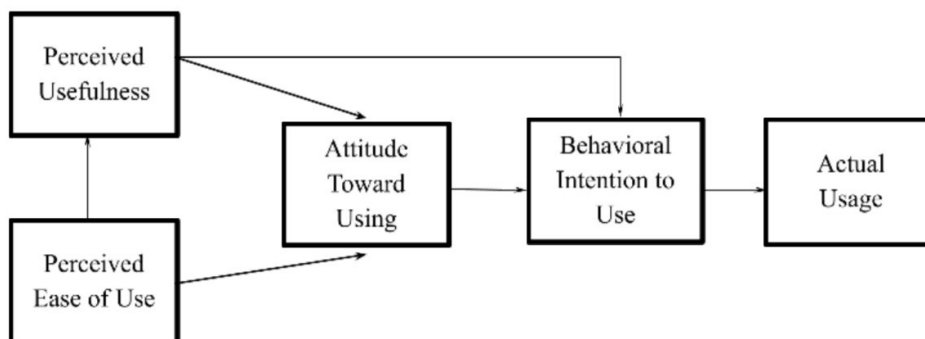
- a. Uang elektronik menawarkan kemudahan, kecepatan, fleksibilitas, dan kenyamanan yang lebih tinggi daripada uang tunai, terutama untuk transaksi bernilai kecil, karena nasabah tidak perlu memiliki jumlah uang yang tepat atau menyimpan uang kembalian.
- b. Pengisian ulang uang elektronik dapat dilakukan melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit.
- c. Peningkatan kepuasan konsumen terjadi seiring dengan penurunan biaya transaksi.
- d. Penyedia jasa pembayaran non-tunai mendapatkan sumber pendapatan tambahan melalui penggunaan uang elektronik.
- e. Uang elektronik mudah diperoleh dan digunakan.
- f. Uang elektronik memberikan jaminan lebih terhadap kepastian dan perlindungan hak konsumen.
- g. Transaksi dengan uang elektronik membutuhkan waktu yang lebih singkat daripada transaksi dengan kartu kredit atau debit karena tidak memerlukan otorisasi online, tanda tangan, atau PIN.
- h. Selain mengurangi uang kembalian, penggunaan uang elektronik mendorong penghematan dengan mempertimbangkan pengeluaran secara bijaksana.
- i. Pengguna uang elektronik dapat mendapatkan pelayanan khusus seperti potongan harga besar, *merchandise*, dan promo-promo menguntungkan lainnya.
- j. Menggunakan uang elektronik merupakan kontribusi dan partisipasi warga negara dalam mendukung program pemerintah untuk mewujudkan masyarakat dengan penggunaan uang tunai yang lebih sedikit.

2.3 Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah konsep yang dikembangkan oleh Davis (1989). Konsep ini dirancang untuk menggambarkan bagaimana pengguna memahami dan menerapkan sistem informasi (Davis dkk., 1989). Dalam konsep ini dikatakan

bahwa seseorang akan cenderung menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut cukup mudah digunakan dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Konsep TAM didasarkan pada teori *Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (2011). Teori ini mengatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat untuk melakukan tindakan tertentu. Ajzen dan Fishbein (2011) mengatakan niat seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu sikap individu terhadap hasil tindakan dan pendapat lingkungan sosial individu.

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan bahwa sikap terhadap suatu sistem informasi dipengaruhi oleh dua faktor utama: persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat mengacu pada keyakinan individu akan peningkatan kinerja yang dihasilkan dari penggunaan teknologi, sementara persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan bahwa teknologi tersebut mempermudah individu dalam menyelesaikan tugas mereka. Model TAM juga menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh sikap (*attitude*) seseorang terhadap penggunaan. *Attitude* sendiri dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) (Davis, 1989). Berikut merupakan gambaran konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) menurut Davis (1989):



Gambar 2. 1 TAM Conceptual Framework

2.4 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat menurut (Jogiyanto, 2019) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Moslehpour dkk. (2018), persepsi manfaat mencakup semua

manfaat yang dirasakan dan keuntungan berkelanjutan dari belanja *online*. Damayanti (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana internet dan teknologi bermanfaat dalam kegiatan harian. Persepsi manfaat menurut Davis (1989) merujuk pada keyakinan seorang pengguna bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan hasil kerjanya, mencerminkan manfaat sistem yang berkaitan dengan berbagai aspek.

Persepsi manfaat merupakan salah satu variabel penting dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian Rivera (2015) dalam penelitian (Sinurat, 2022) memverifikasi bahwa persepsi manfaat memiliki peran penting dalam membentuk sikap terhadap niat penggunaan aplikasi seluler. Kegunaan yang dirasakan memberikan pengaruh yang signifikan baik secara langsung terhadap sikap maupun secara tidak langsung terhadap niat penggunaan.

Menurut Chawla dan Joshi (2019) indikator persepsi manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Penggunaan *e-wallet* mempercepat proses transaksi
Transaksi menjadi lebih mudah dan cepat karena tidak memerlukan usaha yang sulit sehingga dapat menghemat waktu
2. Aplikasi *e-wallet* berguna untuk melakukan transaksi
E-wallet DANA telah menyediakan berbagai layanan sehingga akan sangat berguna untuk melakukan transaksi apapun sesuai dengan kebutuhan
3. Aplikasi *e-wallet* memudahkan pembayaran online
Tidak perlu pergi ke Bank hanya untuk melakukan pembayaran *online*, pengguna *e-wallet* DANA hanya perlu masuk ke aplikasi dan melakukan transaksi dengan fitur yang mudah dipahami.
4. Penggunaan *e-wallet* meningkatkan kualitas transaksi *online*
E-wallet DANA bermanfaat dan dapat mempermudah proses transaksi
5. Penggunaan *e-wallet* meningkatkan kinerja

Layanan dan fitur yang disediakan oleh *e-wallet* DANA dapat meningkatkan mutu pekerjaan karena mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan *online*.

2.5 Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah keyakinan dan evaluasi menyeluruh dari seorang individu ketika melakukan atau mendengar informasi berkaitan dengan perilaku tertentu (Ajzen, 2006). Sikap dapat diprediksi secara akurat melalui berbagai jenis perilaku (Ajzen, 1991), seperti sikap terhadap pembayaran seluler atau aplikasi seluler (Wang dkk., 2019). Sedangkan menurut Schiffman (2013: 176), sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu terhadap suatu objek tertentu. Sikap pelanggan mencerminkan tanggapannya terhadap berbagai aspek, seperti iklan produk, harga, merek, kinerja produk, niat penggunaan, dan lainnya.

Berdasarkan teori Allport (1935) dalam Kavitha (2020) sikap adalah keadaan membaca intelektual dan netral yang dibangun atas pengetahuan individu terhadap teknologi yang secara langsung mempengaruhi respon individu ketika individu mengadopsi teknologi tersebut. Ketika seorang individu mengadopsi suatu perilaku tertentu, keyakinan yang diperoleh sebagai hasil dari mengadaptasi perilaku tersebut disebut sikap konsumen (Ajzen & Fishbein, 1980).

Menurut Schiffman dan Kanuk (Sangadji dan Sopiah, 2013: 176-177), ada tiga komponen sikap, yaitu :

1) Komponen Kognitif

Komponen kognitif terhubung dengan pemikiran individu (otak), termasuk pemikiran yang dilakukan oleh konsumen. Ini mencerminkan aspek rasional dan logis dari proses kognitif.

2) Komponen Afektif

Komponen afektif terkait dengan emosi atau perasaan, menyoroti dimensi emosional dari pengalaman individu. Ini meliputi berbagai perasaan seperti kebahagiaan, kesedihan, kegembiraan, dan lainnya.

3) Komponen Konatif (psikomotor)

Komponen konatif terhubung dengan tindakan atau perilaku seseorang. Ini mencakup keterampilan individu dalam berbagai aktivitas seperti mengemudi, berolahraga, memasak, dan lain-lain.

Penelitian oleh Aslam, Wajeeha dkk. (2017) menghasilkan indikator sikap penggunaan sebagai berikut:

1. Menggunakan layanan pembayaran seluler adalah ide yang bagus.
Memilih menggunakan *e-wallet* adalah ide yang bagus karena dapat mempermudah transaksi dimanapun dan kapanpun
2. Menggunakan pembayaran layanan seluler adalah bijaksana.
Memilih menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran adalah keputusan yang tepat dan keputusan yang baik
3. Menggunakan layanan pembayaran seluler bermanfaat.
Memilih menggunakan *e-wallet* dapat mempercepat proses transaksi, memudahkan pembayaran online, berguna, dll.
4. Menggunakan layanan pembayaran seluler memang menarik.
Menggunakan *e-wallet* memang menarik karena saat ini era digital semakin berkembang, dan penggunaan pembayaran digital lebih praktis.

2.6 Niat (*Intention*)

Niat (*intention*) merupakan kemauan seseorang untuk melakukan perilaku. Menurut Davis (1989) dalam Suyanto (2019), niat penggunaan teknologi adalah keinginan yang kuat untuk terus mengadopsi dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Seorang individu akan melaksanakan perilaku apabila dia memiliki niat atau keinginan untuk melakukannya. Niat untuk menggunakan biasanya mengacu pada rencana sadar atau kemauan seseorang untuk memanfaatkan suatu produk, layanan, atau teknologi.

Dalam berbagai bidang seperti pemasaran, adopsi teknologi, dan konteks hukum, memahami niat penggunaan sangat penting untuk memprediksi perilaku atau menilai

kemungkinan seseorang mengadopsi atau terus menggunakan penawaran tertentu. Para ahli sering kali mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi niat, ini termasuk sikap, dan persepsi manfaat..

Menurut (Jundrio & Keni 2020), fokus dari niat penggunaan berada pada tujuan yang muncul ketika seseorang menggunakan media atau aplikasi tertentu untuk melakukan proses transaksi seperti pembelian, pembayaran, atau transaksi lainnya. Sementara itu, menurut (Mirabi dkk, 2015), niat beli diartikan sebagai penggunaan media yang lebih efisien dalam memproyeksikan proses pembelian.

Penelitian oleh Maggie dan Christina (2020) menghasilkan indikator niat menggunakan sebagai berikut:

1. Bersedia menggunakan *e-wallet* untuk transaksi pembelian
2. Meyakini bahwa akan banyak menggunakan *e-wallet* di masa yang akan datang
3. Lebih memilih menggunakan menggunakan *e-wallet* dibandingkan uang tunai
4. Tetap menggunakan *e-wallet* di masa yang akan datang

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu

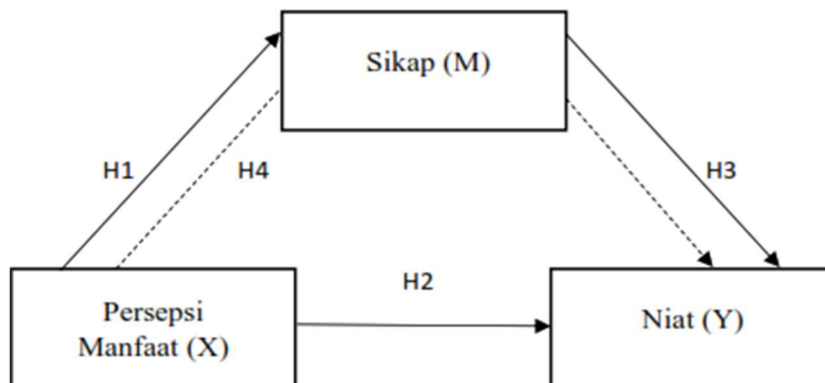
No	Nama Peneliti, Tahun, Jurnal	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Chawla, and Himanshu Joshi. <i>Emerald : International Journal of Bank Marketing.</i> Vol. 37, No. 7, 2019.	<i>Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India – An Empirical Study</i>	<i>Independent: Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2), Security (X3), Facilitating Conditions (X4), Trust (X5), Lifestyle Compatibility (X6)</i> <i>Intervening: Attitude (M)</i>	Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Security, Facilitating Conditions, dan Lifestyle Compatibility</i> mempunyai dampak yang signifikan terhadap sikap dan niat konsumen untuk menggunakan dompet seluler. <i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh signifikan terhadap kegunaan dan kepercayaan, sedangkan <i>Perceived Isefulness</i> berpengaruh signifikan terhadap

No	Nama Peneliti, Tahun, Jurnal	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			<i>Dependent : Intention (Y)</i>	kepercayaan, sikap dan niat. Keamanan ditemukan memainkan peran penting dalam menentukan kepercayaan.
2.	Vimal, and K. Aparna <i>Emerald : South Asian Journal of Marketing</i> , Vol. 4, No. 1, May 2023	<i>Factors Influencing the Adoption of Cashless Transactions: Toward a Unified View</i>	<i>Independent: Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2), Attitude (X3), Perceived Trust (X4), Personal Innovativeness (X5), Social Influence (X6), Self Efficacy (X7), Device Barrier (X8), Anxiety (X9), Perceived Cost (X10), Perceived Risk (X11).</i> <i>Moderates: Actual to Use</i> <i>Dependent: Intention to use cashless transactions (Y)</i>	Hasil model yang diusulkan mengungkapkan bahwa 11 variabel independen secara bersama-sama menjelaskan niat menggunakan <i>cashless transactions</i> (CLT) dengan kekuatan penjelas 60,5%. Lebih lanjut, persepsi kegunaan merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam memprediksi kesediaan pengguna untuk mengadopsi <i>cashless transactions</i> (CLT), diikuti oleh pengaruh sosial, persepsi biaya, sikap, kepercayaan, dan hambatan perangkat.
3.	Effendy, dkk. <i>Atlantis Press: Advances in Economics, Business and Management Research</i> . Vol. 187. 2020.	<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet</i>	<i>Independent: Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), Social Influence (X3)</i> <i>Dependent: Intention to Use (Y)</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> . Namun <i>Social Influence</i> tidak berpengaruh secara signifikan.
4.	Ni Nyoman, dkk. <i>Warse : International Journal of Advanced Trends in Computer</i>	<i>The Role of Attitude in Mediating the Effect of Perceived Usefulness on the Intention to use E-Money</i>	<i>Independent: Perceived Usefulness (X1)</i> <i>Intervening: Attitude (M)</i> <i>Dependent: Intention (Y)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap sikap dan niat menggunakan <i>e-money</i> di Denpasar. Ditemukan juga niat menggunakan dipengaruhi oleh <i>Perceived Usefulness</i> dan

No	Nama Peneliti, Tahun, Jurnal	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Science and Engineering</i> . Vol. 8, No. 1.5, 2019.			<i>Attitude</i> sebagai variabel mediasi.
5.	Sinurat, dkk. <i>Business Management Journal</i> . Vol. 18, No.1. 17-35. 2022	<i>The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Sales Promotion through the Mediation of Attitude Toward Using and Perceived Security on Behavioral Intention to Use (Empirical Study: Mobile Wallet Users in Jakarta)</i>	<i>Independent: Sales Promotion (X1), Perceived Usefulness (X2), Perceived Ease of Use (X3), Perceived Security (X4)</i> <i>Intervening: Attitude Toward Using (M)</i> <i>Dependent: Behavioral Intention to Use (Y)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki efek yang cukup kuat terhadap <i>Attitude</i> , lalu <i>Attitude</i> juga berpengaruh terhadap <i>Intention to Use</i> . Variabel <i>Attitude</i> dapat memediasi <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> . Variabel <i>Sales Promotion</i> memberikan kontribusi terhadap <i>Intention to Use</i> . Hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security</i> secara langsung tidak berpengaruh terhadap <i>Intention to Use</i> .

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk memperjelas inti permasalahan yang ada dalam penelitian untuk mewujudkan hubungan atau perbedaan antar variabel. Maka peneliti menggambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

Sumber : Ni Nyoman (2019)

2.9 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:95), hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap pertanyaan penelitian, di mana pertanyaan penelitian telah diungkap dalam bentuk kalimat tanya. Hipotesis ini disebut sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum dikuatkan oleh fakta.

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan *e-wallet* DANA

Persepsi manfaat menurut Davis (1989) merujuk pada keyakinan seorang pengguna bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan hasil kerjanya, mencerminkan manfaat sistem yang berkaitan dengan berbagai aspek. Dalam bertransaksi menggunakan non tunai, persepsi manfaat merujuk kepada seberapa efektif keyakinan individu dalam menggunakan transaksi non tunai dibandingkan dengan menggunakan uang tunai (Flavein, 2020). Hal tersebut dapat membuat individu mengembangkan sikap positif terhadap transaksi non tunai (Ahassany, 2018). Berdasarkan pada penelitian (Vimal, 2023) menjelaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap menggunakan transaksi non tunai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kavitha & Kannan, 2020) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh langsung terhadap sikap konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Kadir dkk., 2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Effendy dkk., 2020) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Almajali dkk., 2022) terdapat hasil yang menunjukkan adanya hubungan positif pada niat terhadap

sistem pembayaran online. Berdasarkan penelitian (Gupta dkk., 2019) menjelaskan bahwa persepsi manfaat pasca adopsi menjadi faktor yang kuat dalam niat pengguna untuk melanjutkan pemakaian mobile wallet. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung

3. Pengaruh sikap penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA

Sikap dianggap sebagai faktor umum yang menentukan adopsi pembayaran seluler. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ariffin, 2020) terdapat hasil bahwa variabel sikap (*attitude*) memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Chaveesuk (2021) terdapat hasil bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan pembayaran digital. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Charag dkk., 2019) menjelaskan hasil bahwa niat konsumen untuk menggunakan perbankan syariah secara kolektif ditentukan oleh sikap. Berdasarkan beberapa studi sebelumnya maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Sikap berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung

4. Pengaruh sikap penggunaan dalam memediasi persepsi manfaat terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Kadir, dkk. 2022) menunjukkan hasil bahwa sikap secara parsial memediasi hubungan untuk menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sinurat (2022) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat ketika dimediasi oleh sikap (*attitude*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ni Nyoman, dkk. 2019) terdapat hasil bahwa sikap memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sinurat, 2022) terdapat hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat ketika

dimediasi oleh sikap. Berdasarkan beberapa studi sebelumnya maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Sikap berpengaruh signifikan dalam memediasi persepsi manfaat terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung

III. METODE PENELITIAN

3. 1 Sumber dan Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan

3.1.1 Data Primer

Menurut Nasution (2016), data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya, baik melalui observasi, wawancara, survei, atau metode pengumpulan data lainnya. Menurut Sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ada pengumpulan data melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh konsumen yang mengetahui dan berniat menggunakan *e-wallet* DANA sebagai alat pembayaran non tunai.

3.1.2 Data Sekunder

Menurut Sekaran (2016), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang tidak dikumpulkan oleh peneliti sendiri, tetapi telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan lain. Data sekunder, menurut Sugiyono (2016: 225), adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada peneliti, contohnya, data ini bisa diperoleh melalui perantara orang lain atau dari dokumen. Sumber data sekunder berperan sebagai data tambahan yang digunakan untuk

melengkapi informasi yang diperlukan dari data primer. Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal, tulisan ilmiah, buku, internet, dan lain-lain.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sekaran (2016), populasi adalah kumpulan semua elemen atau unit yang sesuai dengan karakteristik yang sedang diteliti dalam penelitian, dan ini dapat mencakup individu, kelompok, atau organisasi yang relevan. Sedangkan menurut Sugiyono (2017), populasi adalah totalitas objek yang menjadi sasaran penelitian, memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus dalam penelitian. Dalam penelitian ini, populasi adalah individu yang lahir pada tahun 1997-2012 yaitu Generasi Z (BPS, 2020) yang mengetahui dan berniat menggunakan *e-wallet* DANA sebagai alat transaksi di daerah Bandar Lampung

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah sejumlah elemen atau sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti sehingga dapat memberikan gambaran tentang seluruh populasi. Sedangkan menurut Arikunto (2012), sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian, yang diharapkan dapat memberikan informasi yang mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian ini, digunakan metode pengambilan sampel *non-probability sampling* yaitu melalui desain sampel *purposive sampling*. Metode tersebut digunakan untuk memilih individu yang memenuhi kriteria penelitian sebagai berikut:

1. Generasi Z yang berdomisili di daerah Bandar Lampung dan lahir pada tahun 1997-2012 (BPS, 2020)
2. Minimal berusia 17 tahun, batasan usia dipilih karena usia tersebut dianggap sudah matang, mampu mengambil keputusan secara rasional, dan memahami konteks isi kuesioner
3. Mengetahui dan memahami terkait aplikasi DANA dan penggunaannya

4. Berniat menggunakan aplikasi DANA.

Penentuan jumlah sampel dalam studi ini didasarkan pada metode yang diajarkan oleh Hair, dkk (2014). Menurut panduan Hair, dkk (2014) jika ukuran sampel terlalu besar, kemungkinan akan terjadi kesulitan dalam pengembangan model yang tepat. Oleh karena itu, disarankan agar jumlah sampel minimal adalah 100 responden, sehingga memungkinkan untuk melakukan estimasi dan interpretasi dengan menggunakan Model Persamaan Struktural (SEM).

Penentuan jumlah sampel akan disesuaikan berdasarkan hasil perhitungan ukuran sampel minimum menggunakan rumus yang dinyatakan sebagai berikut:

$$(\text{Jumlah Indikator Variabel}) \times (5-10)$$

Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian, sehingga jumlah sampel minimal yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$13 \times 10 = 130$$

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Kepustakaan

Sebagian besar penelitian membutuhkan dan menggunakan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, data studi kepustakaan yang akan diambil berasal dari buku, jurnal, dan penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian.

3.3.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142), angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyediaan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka isi atau jawab. Dalam penelitian ini, pengukuran dilakukan menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* adalah metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat setuju atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan dalam penelitian. Menurut Allen dan Seaman (2007), *skala likert*

adalah instrumen yang digunakan dalam survei atau penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden dengan memberikan pilihan jawaban dalam bentuk pernyataan yang berkisar antara "Sangat Setuju" hingga "Sangat Tidak Setuju". Untuk respon positif, akan diberikan nilai skor 5, dan 4. Sebaliknya untuk pernyataan negatif, akan diberikan nilai skor 1, dan 2. Setelah itu, total skor dari jawaban ini akan dihitung untuk menghasilkan temuan dalam penelitian.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

Keterangan	Kode	Bobot
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Sugiono (2012:133)

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68), variabel penelitian adalah fitur, sifat, atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki perubahan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel persepsi manfaat (X), variabel niat menggunakan (Y) dan variabel sikap penggunaan sebagai mediasi (M).

3.4.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2019:61), variabel independen adalah variabel-variabel yang memiliki pengaruh atau berperan sebagai penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (yang terikat). Variabel independen dalam studi ini adalah persepsi manfaat.

3.4.2 Variabel Dependen (Y)

Berdasarkan Sugiyono (2012), variabel dependen sering dikenal sebagai variabel keluaran, kriteria, konsekuensi, atau variabel terikat. Variabel dependen (terikat)

adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam studi ini adalah niat penggunaan.

3.4.3 Variabel Mediasi (M)

Menurut Tuckham (dalam Sugiyono, 2014) variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah sikap penggunaan (M).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan petunjuk kepada peneliti mengenai cara mengukur suatu variabel (Sudarmanto, 2021). Menurut (Sugiono, 2019), definisi operasional adalah segala bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan memperoleh informasi mengenai indikator tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Persepsi Manfaat (X)	Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana internet dan teknologi bermanfaat dalam kegiatan harian. (Damayanti, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan <i>e-wallet</i> mempercepat proses transaksi 2. Aplikasi <i>e-wallet</i> berguna untuk melakukan transaksi 3. Aplikasi <i>e-wallet</i> memudahkan pembayaran online 4. Penggunaan <i>e-wallet</i> meningkatkan kualitas transaksi online 5. Secara keseluruhan menggunakan <i>e-wallet</i> dapat meningkatkan kinerja (Chawla dan Joshi, 2019)	<i>Likert</i>
Sikap (M)	Sikap adalah keyakinan dan evaluasi menyeluruh dari seseorang individu ketika melakukan atau mendengar informasi berkaitan dengan perilaku tertentu. (Ajzen, 2006)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan <i>e-wallet</i> adalah ide yang bagus 2. Menggunakan <i>e-wallet</i> adalah bijaksana 3. Menggunakan <i>e-wallet</i> bermanfaat 4. Menggunakan <i>e-wallet</i> memang menarik (Aslam 2017)	<i>Likert</i>

Lanjutan tabel 3.2

Niat (Y)	<p>Niat penggunaan teknologi adalah keinginan yang kuat untuk terus mengadopsi dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan.</p> <p>(Davis, 1989) dalam (Suyanto, 2019)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersedia menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi pembelian 2. Meyakini bahwa akan banyak menggunakan <i>e-wallet</i> di masa yang akan datang 3. Lebih memilih menggunakan <i>e-wallet</i> dibandingkan uang tunai 4. Tetap menggunakan <i>e-wallet</i> dimasa yang akan datang <p>(Maggie & Christina, 2020)</p>	<i>Likert</i>
----------	---	---	---------------

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan tujuan memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan, tanpa bermaksud membuat generalisasi atau kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini untuk mengetahui frekuensi pada masing-masing variabel dapat dilihat dengan menghitung nilai rata-rata pada setiap item pernyataan, dengan menjumlahkan seluruh data pada item lalu nilai pada setiap item dikalikan dengan skor terendah yaitu 1 (satu) dan nilai tertinggi yaitu 5 (lima) dengan menggunakan *skala likert*, kemudian dibagi dengan jumlah responden item tersebut.

Rumusan rata-rata (*mean*) menurut Sugiyono (2010:43) adalah:

Untuk variabel X:

$$Me = \sum Xi / n$$

Untuk variabel Y:

$$Me = \sum Yi / n$$

Keterangan :

Me = rata-rata (*mean*)

\sum = *Sigma* (jumlah)

Xi = nilai X ke- i sampai ke- n

Yi = nilai Y ke- i sampai ke- n

N = jumlah responden

Berdasarkan data diatas, kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1,00 – 1,80 : Menunjukkan kondisi variabel sangat rendah yang berarti sangat tidak baik

1,81 – 2,60 : Menunjukkan kondisi variabel rendah yang berarti tidak baik

2,61 – 3,40 : Menunjukkan kondisi variabel sedang yang berarti cukup baik

3,41 – 4,20 : Menunjukkan kondisi variabel tinggi yang berarti baik

4,21 – 5,00 : Menunjukkan kondisi variabel sangat tinggi yang berarti sangat baik

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan fokus pada data primer yang akan diproses dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

3.7 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Squares (PLS) adalah salah satu alternatif dalam *Structural Equation Modeling (SEM)* yang mewakili pendekatan yang lebih fleksibel, di mana tidak ada asumsi yang dibuat tentang distribusi data. *Partial Least Squares (PLS)* adalah suatu teknik analisis yang sangat efektif, PLS mampu digunakan untuk mengevaluasi teori-teori yang kurang kuat serta menganalisis data yang memiliki kelemahan, seperti sampel yang terbatas dan isu-isu ketidaknormalan data (Duryadi, 2021:66).

Proses identifikasi menggunakan *SEM-PLS* biasanya terdiri dari dua sub model yaitu (1) model struktural dan (2) model pengukuran. Model struktural merujuk pada suatu model jalur yang menunjukkan korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Di sisi lain, model pengukuran memfasilitasi peneliti untuk memanfaatkan berbagai variabel (indikator) sebagai pengganti tunggal variabel bebas atau terikat (Hair, 2014).

3.7.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model disebut juga sebagai model pengukuran, menggambarkan keterkaitan antara setiap blok indikator dan variabel laten yang terkait.

a. Uji Validitas

Menurut Hair, dkk. (2014:121) validitas merujuk pada tingkat keakuratan di mana suatu skala atau serangkaian ukuran dapat secara tepat mencerminkan konsep yang ingin diukur. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengevaluasi mutu instrumen yang digunakan, menilai tingkat keabsahan suatu instrumen, dan mengukur seberapa efektif suatu konsep dapat diukur oleh suatu instrumen pengukuran (Hair, 2014). Terdapat dua persyaratan yang perlu dipenuhi sebelumnya dalam proses evaluasi validitas, yaitu melakukan pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity menilai sejauh mana dua ukuran dari konsep yang sama berkorelasi (Hair, 2014). Validitas konvergen dari model pengukuran dapat dinilai melalui hubungan antara skor indikator dan skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika nilai *Average Variance Extracted (AVE)* melebihi 0,5, atau jika semua beban luar dimensi variabel menunjukkan nilai beban $> 0,5$ (Abdullah, 2015).

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah sejauh mana dua konsep yang serupa secara konseptual berbeda (Hair, 2014). Ghazali dan Latan (2015) menjelaskan bahwa metode validitas diskriminan dapat dilakukan dengan menguji validitas diskriminan menggunakan indikator reflektif, di mana nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus melebihi 0,7. Alternatif lainnya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik (Fornel dan Larcker, 1981, sebagaimana dikutip dalam Ghazali dan Latan, 2015).

Tabel 3. 3 Pengukuran Uji Validitas

Uji Validitas	Parameter	Rule
Validitas Convergen	<i>Loading Factor</i>	$> 0,7$ (<i>Confirmatory Research</i>)
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$> 0,5$
Validitas Discriminant	<i>Cross loading</i>	$> 0,7$ (untuk setiap variabel)
	<i>Akar Kuadrat AVE (Fornell-Lacker Creterium)</i>	Akar kuadrat AVE $>$ dari korelasi antar Konstruk Laten

Sumber : (Hair, 2014:62)

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah instrumen untuk mengevaluasi suatu kuesioner yang mencerminkan stabilitas atau konsistensi dari suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dianggap memiliki reliabilitas atau kehandalan yang tinggi apabila tanggapan seseorang terhadap pernyataan-pernyataan tersebut tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hair, dkk (2014) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai seberapa dapat dipercaya atau dapat diandalkan suatu instrumen pengukuran. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk setiap item berada dalam rentang 0,79 hingga 0,89, melebihi nilai yang direkomendasikan sebesar 0,7, yang menunjukkan adanya konsistensi internal di seluruh item (Hair, dkk., 2014). Selain itu, tingkat reliabilitas juga dapat dihitung dengan menggunakan *Composite Reliability* (CR), di mana sebuah struktur diklasifikasikan sebagai dapat diandalkan jika nilai CR-nya melebihi 0,7.

Tabel 3. 4 Pengukuran Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas	Parameter	Rule
Uji Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	$> 0,7$ (<i>Confirmatory research</i>)
	<i>Composite Reliability</i>	$> 0,7$ (<i>Confirmatory research</i>)

Sumber : (Hair, 2014:62)

3.7.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali (2016) *inner model* adalah sebuah kerangka struktural yang digunakan untuk mengantisipasi atau menetapkan hubungan kausal antara variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Model struktural (*inner model*) menggambarkan hubungan kausal antara variabel laten yang telah terbentuk berdasarkan landasan teori. Pengujian pada model struktural dilakukan untuk menilai hubungan antara variabel laten. Dengan bantuan prosedur nonparametrik *bootstrapping*, yang memungkinkan pengujian signifikansi statistik dari varian *SEM-PLS* yang menghasilkan koefisien jalur, *Cronbach's alpha*, HTMT, dan R^2 , parameter uji *t-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Evaluasi *Inner Model* dalam PLS dilakukan dengan menggunakan R^2 untuk variabel dependen dan nilai koefisien *path* untuk menguji signifikansi antar variabel dalam model struktural. R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, dan semakin tinggi nilainya menandakan keberhasilan model prediksi dari penelitian yang diajukan.

a. *R-Square* R^2

R-Square (R^2) merupakan alat yang digunakan untuk menilai seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat, dan lemah (Hair, dkk. dalam Ghozali dan Latan, 2015). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

b. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Saat mengolah model struktural, metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis. Metode *bootstrapping* memungkinkan aplikasi data terdistribusi secara

bebas, yang berarti tidak memerlukan asumsi distribusi normal dan tidak memerlukan sampel yang besar. Uji statistik yang digunakan adalah uji t atau statistik t. Menurut Ghozali (2011) uji statistika t adalah model yang digunakan untuk mengindikasikan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai probabilitas dan statistiknya. Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan *alpha* 5% kurang dari 0,05, dan nilai t-tabel adalah 1,96. Oleh karena itu, kriteria penerimaan hipotesis terjadi ketika t-statistik lebih besar dari t-tabel. Untuk nilai probabilitas, apabila nilai *p-value* dengan *alpha* 5% kurang dari 0,05 maka H_a diterima, jika *p-value* dengan *alpha* 5% lebih dari 0,05 maka H_a ditolak. Jika hipotesis nol (H_0) diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2011).

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi manfaat penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA dengan sikap penggunaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Bandar Lampung, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna sebelumnya maka semakin positif sikap penggunaan bagi pengguna berikutnya, calon pengguna memiliki sikap yang positif dan keyakinan yang tinggi dalam menilai persepsi manfaat.
2. Persepsi manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh pengguna sebelumnya maka akan meningkatkan niat yang tinggi bagi calon pengguna untuk menggunakan *e-wallet* DANA, calon pengguna memiliki keyakinan yang kuat dalam menilai persepsi manfaat dan memiliki keyakinan yang tinggi terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA.
3. Sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sikap dan respon positif dari pengguna dapat mempengaruhi niat seorang dalam menggunakan *e-wallet*, calon pengguna memiliki keyakinan yang kuat dalam menilai sikap penggunaan dan memiliki keyakinan yang tinggi terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA.

4. Sikap penggunaan berpengaruh signifikan dalam memediasi persepsi manfaat penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* DANA pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan sikap penggunaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan antara persepsi manfaat dengan niat menggunakan, artinya niat menggunakan dapat terbentuk dari manfaat yang dirasakan melalui sikap dan respon positif dari pengguna sebelumnya.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan PT Espay Debit Indonesia Koe

- a. Terkait dengan persepsi manfaat dalam penelitian ini responden merasa bahwa penggunaan *e-wallet* DANA masih belum dapat meningkatkan kinerja pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan hal yang menyebabkan kurangnya aplikasi DANA dalam meningkatkan kinerja penggunanya baik secara manfaat yang dirasakan dan kegunaannya. Disarankan agar perusahaan berfokus pada pengembangan fitur dan layanan yang dapat mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi. Dengan memprioritaskan kelancaran proses transaksi, petunjuk yang jelas, tampilan yang ramah pengguna, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pengguna yang pada akhirnya bisa meningkatkan kualitas transaksi online dan kinerja penggunanya.
- b. Terkait dengan sikap penggunaan dalam penelitian ini responden merasa bahwa menggunakan *e-wallet* DANA masih belum dikatakan bijaksana. Hal ini menunjukkan penggunaan *e-wallet* DANA bukan merupakan keputusan yang benar-benar tepat karena masih banyak keluhan yang dirasakan oleh pengguna sehingga berpengaruh terhadap sikap pengguna yang enggan menggunakan DANA. Disarankan untuk perusahaan dapat meningkatkan keamanan seperti setiap penggunanya ingin login ke aplikasi harus mengkonfirmasi dengan kode pin, verifikasi OTP, identifikasi visual, atau menambahkan keamanan lainnya yang dapat memperkuat sistem keamanan pada aplikasi DANA.

- c. Terkait dengan niat menggunakan dalam penelitian ini responden enggan beralih sepenuhnya terhadap penggunaan *e-wallet* DANA, masih banyak responden yang ingin menggunakan uang tunai. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna masih enggan beralih sepenuhnya ke metode pembayaran menggunakan DANA karena pengguna lebih percaya menggunakan uang tunai yang sudah pasti ada bentuk fisiknya. Hal ini terjadi karena persepsi manfaat yang dirasakan oleh penggunanya seperti keamanan aplikasi yang masih kurang, saat ingin melakukan transaksi aplikasi lambat merespon, *delay* saat *top up*, tidak bisa melihat bukti transaksi, *customer service* lambat merespon, dan uang pada saldo tiba-tiba hilang. Disarankan unruk perusahaan dapat meningkatkan sistem keamanannya dan memperbaiki *customer service* yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk berniat menggunakan DANA.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya melihat persepsi manfaat dan sikap penggunaan untuk niat menggunakan, sedangkan dalam teori TAM ada variabel lainnya yang belum dibahas. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang ada didalam TAM seperti persepsi kemudahan dan *actual usage*.
- b. Memperluas objek penelitian tidak hanya dari kalangan Generasi Z saja misalnya bisa dari kalangan Generasi Y, Generasi X, dan Generasi lainnya. Bisa juga meneliti mengenai *e-wallet* OVO, *shopeepay*, *gopay*, atau *e-wallet* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Almajali, D.; Al-Okaily, M.; Al-Daoud, K.; Weshah, S.; Shaikh, A.A. Go Cashless! Mobile Payment Apps Acceptance in Developing Countries: The Jordanian Context Perspective. *Sustainability* 2022, 14, 13524. <https://doi.org/10.3390/su142013524>
- Ajzen, Icek and Fishbein, Martin, 2011. Attitude and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes, *European Review of Social Psychology*, Vol. 11 (1), Hal. 1-33
- Amoroso, Donald L. and Watanabe, Reny Magnier, 2012. Building a Research for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol. 7 (1), Hal. 94-110.
- Antara News Lampung. (2023). Pengguna transaksi elektronik di Lampung tumbuh 45.61 persen. (diakses, 14 Mei 2024). <https://lampung.antaranews.com/berita/693837/pengguna-transaksielektronik-di-lampung-tumbuh-4561-persen>
- Ariffin, S.K., Abd Rahman, M.F.R., Muhammad, A.M. and Zhang, Q. (2021), "Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services", *Spanish Journal of Marketing- ESIC*, Vol. 25 No. 3, pp. 446-461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Ariffin, S.K. and Lim, K.T. (2020), May), "Investigating factors affecting intention to use mobile payment among young professionals in Malaysia", Paper presented at the First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019), 1st-4th December 2019, Atlantis Press.
- Arivin, Alfin. (2024). Memahami Perbedaan Antara GoPay dan DANA: Platform Dompot Digital Mana yang Cocok untuk Anda?, (diakses Juni 2024). <https://portalpekalongan.pikiran-rakyat.com/tekno/pr-1917927109/memahami-perbedaan-antara-gopay-dan-dana-platform-dompot-digital-mana-yang-cocok-untuk-anda?page=all>
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions towards Mobile Payment Services: An Empirical Analysis in Pakistan. *Market-Tržište*, 29(2), 161–176. doi:10.22598/mt/2017.29.2.161

- Atriani, D., Eliyah, A. M., Sampetoding., Sunani, A., Sabrina W. J. H., & Arini, A. P. 2021. "Analysis of the Generation z's Perception About E-wallet in Indonesia's New Capital Area". The 4th International Seminar on Business, Economics, Social Science, and Technology (ISBEST).
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442-451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>
- Balakrishnan, V., & Shuib, N. L. M. (2021). Drivers and inhibitors for digital payment adoption using the cashless society readiness-adoption model in Malaysia. *Technology in Society*, 65.
- Bank Indonesia. (2023). "Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi di Masyarakat, QRIS Raih Penghargaan Internasional". https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521123.aspx
- Bank Indonesia. (2020). Elektronifikasi. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). QRIS. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Bank Indonesia. Statistik Sistem Pembayaran (SSP). <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx> diakses pada tanggal 25 Januari 2024
- Banuwa, Laili Fadhilah. (2023). Niat Menggunakan E-wallet Pada Masyarakat Indonesia di Era Digital. (Tesis)
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards Internet banking adoption in India". *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67–102. doi:10.1108/jibr-02-2014-0013
- Bencsik, A., Juhász, T., & Horváth-Csikós, G. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
- Chawla, D. and Joshi, H. (2019), "Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 37 No. 7, pp. 1590-1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- DANA. (2023). "Inilah Alasan Kenapa DANA #BukanDompotBiasa". <https://www.dana.id/corporate/newsroom/inilah-alasan-kenapa-dana-bukan-dompot-biasa>
- Dasangga, Dian Ghani Reza. (2022). "QRIS: Benefit dan Risikonya". *Geotimes*. <https://geotimes.id/opini/qr-is-benefit-dan-risikonya/>

- Duy Phuong, N. N., Luan, L. T., Van Dong, V., & Le Nhat Khanh, N. (2020). Examining customers' continuance intentions towards e-wallet usage: The emergence of mobile payment acceptance in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 505–516. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.Vol7.No9.505>
- Financer. (2023). Review DANA 2024 – Apakah Aplikasi DANA Aman?. (diakses Juni 2024). <https://financer.com/id/perusahaan/dana/>
- 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*, 14, 6475. <https://doi.org/10.3390/su14116475>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis (Seventh Ed)*. Pearson Education Limited.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*. doi:10.1108/ijbm-03-2018-007210.1108/ijbm-03-
- Hendarsyah, Decky. (2016). Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>
- Indriyani, Dila., & Sri Hardianti. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6 (2).
- Katadata. (2022). Profil DANA, Dompok Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas. <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/623835fd7de77/profil-dana-dompok-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>. diakses 23 Januari 2024
- K. Kavitha and Dr. D. Kannan. (2020). Factors Influencing Consumers Attitude towards Mobile Payment Applications. *International Journal of Management*, 11 (4), pp. 140-150.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Maggie Setiawan & Christina Yanita Setyawati. (2020). The Influence of Perceived Ease of Use on the Intention to Use Mobile Payment. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18–32. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.67>

- Mahwadha, Wijyanthi Isnawatie. (2019). Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-wallet Adoption an Empirical Study Among Indonesian User RJOAS, 1 (85).
- Mansya R. T. et al. (2019). "Pengaruh Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Pada Aplikasi Mobile Ttiket.com". e-Proceeding of Management. Vol. 6, No. 2.
- Maulinda, G. D. (2016). "Analisis Trust Dalam Penggunaan E-Money Sebagai Teknologi Konsumsi : Studi Mengenai Penggunaan E-Money Kelas Menengah Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia". Indonesian Journal of Sociology and Education Policy, 1(1), 61–79.
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective. 2nd International Conference on Science and Technology-Computer. 1-6.
- Naomi, F. P., and Priyanto, I. M. D. (2020). "Perlindungan Hukum Pengguna E-Wallet DANA Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen". Jurnal Kertha Semaya, Vol. 9 No. 1. 24-33. <https://doi.org/10.24843/KS.2020.v09.i01.p03>
- Nugroho, Agung P. & Fauzi. (2022). Preferensi Produk E-Wallet di Indonesia (Studi pada Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9 (5) : 1571-1579.
- Prayudi, I. G., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Giantari. I. G. A. K. 2022. "The Role of Trust in Mediation the Effect of Perception of Ease of Use and Perception of Usefulness on Intention to Re-Using the Mobile Banking Service". International Research Journal of Management, IT & Social Sciences, Vol. 9 No. 4. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n4.2102>
- Priya, R., Gandhi, A.V. and Shaikh, A. (2018). "Mobile banking adoption in an emerging economy". Benchmarking: An International Journal, Vol. 25 No. 2, pp. 743-762, doi: 10.1108/BIJ-01-2016-0009.
- Rahmiati & Yuannita, I. L. (2019). "The influence of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude on purchase intention". Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 8(1), 27-34.
- Raj L., V., Amilan, S. and Aparna, K. (2023). "Factors influencing the adoption of cashless transactions: toward a unified view", South Asian Journal of Marketing. Vol. 4 No.2, <https://doi.org/10.1108/SAJM-11-2022-0071>
- Sinurat, E. M., Sugiyanto. L. B. (2022). "The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Sales Promotion through the Mediation of Attitude Toward Using and Perceived Security on Behavioral Intention to Use (Empirical Study: Mobile Wallet Users in Jakarta)". Business Management Journal. Vol. 18 No.1. 17-35. <http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820>

- Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Chong, S. C., & Hew, T. S. 2014. "NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment?". *Telematics and Informatics*. 31(2), 292–307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.06.002>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*., 71(2), 103–113.
- Venkatesh, V. and Davis, F.D., 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, Vol. 46 (2), Hal. 186-204.
- Wardana, A. A., Saputro1, E, P., Wahyuddin, P., Abas, N. I. 2022. "The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta)", *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 218
- Widyananda, R. F. (2020, October 15). Pengertian Gen Z serta Karakteristiknya, Ketahui agar Tak Keliru. *Merdeka*. <https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-tak-keliru-kl.html?page=2>