

Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet Bagi Generasi Z Indonesia

Muhammad Faizul Haqi¹, Budi Astuti²✉

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

budiastutish@gmail.com

Abstract

Cashless payments via digital systems in the current era are seen as a modern payment alternative in several countries, including Indonesia. The emergence of digitalization via the internet has accelerated globalization and payment systems from manual transactions to online transactions. That is why in this day the behavioral intention to use e-wallets is increasingly high among Gen Z in almost all regions of Indonesia. Gen Z was born in an era of technological progress, where their behavior is very dependent on internet technology. This research purposes to analyze the effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived compatibility, and trust on behavioural intention to use e-wallet. Populations in this research are Gen Z in Indonesia. Sampling in this research using convenience sampling technique through a questionnaire method, and collected as many as 169 samples in accordance with the criteria. In this research using SPSS version 20 to process data. The results showed that effort expectancy, facilitating conditions, and perceived compatibility had a positive effect to behavioural intention to use e-wallet. While performance expectancy, and trust had not a positive effect to behavioural intention to use e-wallet. And social influence had not a negative effect to behavioural intention to use e-wallet.

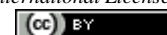
Keywords: *Behavioural Intention, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Compatibility.*

Abstrak

Pembayaran tanpa uang tunai melalui sistem digital pada era saat ini dipandang sebagai alternatif pembayaran modern di beberapa Negara termasuk Indonesia. Munculnya digitalisasi melalui internet telah mempercepat peralihan globalisasi dan sistem pembayaran dari transaksi manual ke transaksi online. Itulah mengapa di zaman sekarang ini niat perilaku dalam menggunakan e-wallet semakin tinggi di kalangan gen z yang ada di hampir seluruh wilayah Indonesia. Gen z lahir di era kemajuan teknologi, dimana perilaku mereka sangat bergantung dengan teknologi internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived compatibility, dan trust terhadap behavioural intention to use e-wallet. Populasi dalam penelitian ini adalah gen Z yang ada di seluruh wilayah Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling melalui metode kuesioner, dan didapatkan sebanyak 169 sampel yang sesuai dengan kriteria. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 20 untuk melakukan pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa effort expectancy, facilitating conditions, dan perceived compatibility berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet. Sedangkan performance expectancy dan trust tidak berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet. Dan social influence tidak berpengaruh secara negative terhadap behavioural intention to use e-wallet.

Kata kunci: *Behavioural Intention, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Compatibility.*

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Pembayaran tanpa uang tunai melalui sistem digital pada era saat ini dipandang sebagai alternatif pembayaran modern di beberapa Negara termasuk Indonesia untuk mendapatkan manfaat dari teknologi yang semakin maju dan berkelanjutan. Salah satu fenomena cashless society ditandai dengan munculnya berbagai macam e-wallet di Indonesia [1]. Fakta bahwa penggunaan pembayaran digital tertinggi berada di daerah metropolitan. Di era serba teknologi seperti saat ini, e-wallet banyak diminati oleh kalangan gen z. Gen z adalah generasi yang sekarang ini berumur 12-26 tahun. Dapat dipastikan di era saat ini hampir tidak

ada mahasiswa yang tidak pernah menggunakan alat pembayaran online, seperti e-wallet dalam kegiatan bertransaksi [2].

Digitalisasi telah menjadi faktor utama dalam perilaku konsumen yang membawa cara hidup baru [3]. Dengan meningkatnya adopsi layanan online, pembayaran elektronik menjadi pilihan proses transaksi yang lebih menarik, serta memperluas jangkauan pemasok dalam jaringan distribusinya. Munculnya digitalisasi melalui internet telah mempercepat peralihan globalisasi dan sistem pembayaran dari transaksi manual ke transaksi online [4]. Hal ini menyebabkan ketergantungan penggunaan uang elektronik dalam bertransaksi. Sejauh ini, dompet digital dan transaksi online telah

mengatasi masalah terkait manajemen kas dan transaksi jarak jauh [5]. Selain itu, e-wallet menyederhanakan transaksi pembelian dan penjualan melalui penggunaan aplikasi smartphone, menjadikan belanja online lebih cepat dan tidak merepotkan. Itulah mengapa di zaman sekarang ini niat perilaku dalam menggunakan e-wallet semakin tinggi di kalangan generasi gen z yang ada di hampir seluruh wilayah Indonesia.

Gen z lahir di era kemajuan teknologi, dimana perilaku mereka sangat bergantung dengan teknologi internet [6]. Salah satunya untuk mencari aneka informasi sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Gen z ilenial memiliki gaya yang cukup khas. Pertama, mereka tidak dapat jauh dari gadget, mulai dari bangun tidur di pagi hari hingga hendak tidur di malam hari. Kedua, mereka lebih menyukai pembayaran cashless, dan kartu kredit atau e-wallet. Ketiga, umumnya mereka pengguna media sosial yang menjadi media mereka untuk berekspresi di dunia maya [7]. Dalam penelitian ini, beberapa variabel yang memungkinkan berpengaruh terhadap niat perilaku seseorang untuk menggunakan e-wallet, diantaranya adalah performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions, lalu menambahkan variabel lain berupa perceived compabillity dan trust [8].

Perfomance expectancy mengacu pada harapan masing-masing seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja dan efisiensinya. E-wallet memberikan banyak keuntungan dalam membantu kegiatan sehari-hari konsumen [9]. Dengan perkembangan teknologi saat ini, para konsumen berekspektasi sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu [10]. Selanjutnya, variabel yang memungkinkan berpengaruh terhadap niat perilaku seseorang untuk menggunakan e-wallet adalah effort expectancy [11]. Seiring berkembangnya teknologi saat ini dinilai dapat mempermudah dalam penggunaan e-wallet untuk kegiatan transaksi setiap hari [12]. Selain itu penggunaan e-wallet juga dinilai mudah untuk dimengerti oleh para konsumen dan membuat mereka menjadi terampil dalam menggunakan e-wallet tersebut. Effort expectancy mengacu pada kepercayaan para konsumen terkait sejauh mana teknologi tersebut mudah untuk digunakan dengan hanya membutuhkan usaha yang sedikit. Kemudahan penggunaan teknologi tersebut akan berdampak cukup besar terhadap niat perilaku konsumen untuk menggunakan e-wallet [13].

Lalu, variabel lain yang juga memungkinkan mampu berpengaruh terhadap niat perilaku seseorang untuk menggunakan e-wallet adalah social influence. Sebagian besar konsumen di Indonesia mengetahui e-wallet dari lingkungan sekitarnya seperti keluarga, teman, atau bahkan dari situs internet maupun dari sosial media. Faktor social influence dirasa akan berdampak terhadap niat perilaku konsumen dalam menggunakan e-wallet ketika mereka melihat lingkungan sekitar sudah memulai menggunakan

teknologi tersebut untuk berkegiatan setiap hari. Dimana ketika lingkungan sekitar merasa nyaman dalam penggunaan teknologi e-wallet, mereka akan menyarankan untuk memulai beralih menggunakan teknologi tersebut dan membuat orang lain juga merasakan perasaan yang sama ketika menggunakannya [14].

Selain itu, variabel lainnya adalah facilitating condition. Facilitating condition mengacu pada tingkat sumber daya yang mendukung dalam penggunaan e-wallet. Seiring berkembangnya teknologi pastinya disertai dengan fasilitas yang harus memadai. Memang tidak semua pengguna memiliki fasilitas yang dapat mendukung untuk penggunaan e-wallet, namun ketika para konsumen memiliki fasilitas yang memadai, hal tersebut dinilai akan semakin meningkatkan ketertarikan konsumen untuk lebih memilih menggunakan e-wallet [15].

Kemudian, variabel yang memungkinkan berpengaruh terhadap niat perilaku seseorang untuk menggunakan e-wallet adalah perceived compatibility. Perceived compatibility menjelaskan mengenai bagaimana para konsumen berperilaku dan memilih layanan yang paling sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Berkembangnya teknologi serta kemudahan dalam penggunaan e-wallet, dinilai menjadi layanan yang kompatibel dengan gaya hidup kaum gen z untuk digunakan dalam kebutuhan setiap hari. Dimana hal tersebut bahkan dapat meningkatkan ketergantungan mereka dalam penggunaan teknologi ini [16].

Variabel lainnya yang memungkinkan berpengaruh terhadap niat seseorang untuk menggunakan untuk e-wallet adalah trust. Sebelum memutuskan untuk menggunakan e-wallet, para konsumen tentunya menginginkan agar seluruh data pribadi yang didaftarkan pada layanan e-wallet terjamin keamanannya. Ketika mereka merasa aman mengenai data pribadinya, hal tersebut dapat menambah tingkat kepercayaan dalam penggunaan layanan e-wallet tersebut. Selain mengenai data pribadi, para konsumen tentunya menaruh kepercayaan yang tinggi pada layanan e-wallet, bahwa teknologi tersebut akan lebih memudahkan mereka dalam melakukan transaksi secara online. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang behavioural intention to use e-wallet dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet Bagi Gen Z Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut apakah performance expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?; Apakah effort expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?; Apakah social influence berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?; Apakah facilitating conditions berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?; Apakah perceived compatibility berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?; Apakah trust

berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet?

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut untuk mengetahui pengaruh performance expectancy terhadap behavioural intention to use e-wallet. Untuk mengetahui pengaruh effort expectancy terhadap behavioural intention to use e-wallet. Untuk mengetahui pengaruh social influence terhadap behavioural intention to use e-wallet. Untuk mengetahui pengaruh facilitating condition terhadap behavioural intention to use e-wallet. Untuk mengetahui pengaruh perceived compatibility terhadap behavioural intention to use e-wallet. Untuk mengetahui pengaruh trust terhadap behavioural intention to use e-wallet.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik dari segi akademis, praktis, antara lain manfaat akademis adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan dan wawasan yang lebih untuk pengembangan akademik. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi behavioural intention to use e-wallet. Manfaat Praktis adalah Penelitian ini merupakan salah satu bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama bangku kuliah dengan kondisi di lapangan serta sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman tentang industri keuangan khususnya dalam penggunaan e-wallet. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi individu yang memiliki niat untuk menggunakan aplikasi e-wallet sebagai alat transaksi keuangan digital yang dapat memberi manfaat bagi para penggunanya dari sisi waktu, biaya, dan tenaga. Manfaat Bagi Pemasar adalah hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan serta wawasan yang lebih bagi pemasar baik dari pihak penyedia layanan e-wallet maupun bagi pihak toko yang menggunakan e-wallet sebagai salah satu layanan transaksi yang digunakan [17].

Teori yang mendasari penelitian ini adalah Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh, Thong dan Xu pada tahun 2003. Model UTAUT didirikan berdasarkan perluasan Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang telah mapan. Model UTAUT telah terbukti dan diverifikasi lebih baik dari delapan model individu lainnya, sehingga sangat berguna bagi para peneliti yang mempelajari faktor-faktor penentu penerimaan teknologi. Keuntungan utama UTAUT adalah menunjukkan kekuatan faktor yang unggul. Model ini dapat mengklarifikasi hingga 70 persen varian terhadap niat perilaku. Teori ini telah diapresiasi karena kemampuannya untuk menginformasikan dan memberikan kesempatan untuk memahami berbagai faktor berupa performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating

conditions yang menentukan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru [18].

Behavioural Intention to Use E-Wallet. Behavioural intention sebagai keinginan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu di masa depan. Behavioural intention dilihat melalui sejauh mana konsumen mau menggunakan system teknologi yang ada. Behavioural intention to use e-wallet adalah ukuran intensitas niat seseorang untuk membeli suatu produk. Niat dan perilaku seseorang dipengaruhi dengan tiga dimensi (Theory of Planned Behavior) yakni attitude towards the behavior, subjective norm, dan perceived behavior control [19].

Hubungan antara ketiga dimensi tersebut menjadi penentu niat dan perilaku. Attitude towards the behavior ditentukan oleh keyakinan dari konsekuensi perilaku secara singkat (behavioral benefit). Hal tersebut merupakan penilaian subjektif individu untuk menilai lingkungan disekitarnya dengan berbagai manfaat dan kerugian jika melakukan atau tidak melakukannya. Kemudian, subjective norm adalah persepsi individu terhadap harapan orang yang berpengaruh di kehidupannya (significant others) tentang perilaku yang dilakukan. Persepsi bersifat subjektif sehingga disebut sebagai norma subjektif. Norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (behavioral belief) sehingga keyakinan tersebut diperoleh dari pandangan orang lain. Setelah itu, perceived behavioral control yakni kontrol perilaku tentang mudah atau sulitnya untuk mewujudkan sesuatu [20].

Seseorang akan melakukan suatu perilaku (behavior) jika ia memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. Maksud dari perilaku yang dimaksud berupa minat perilaku untuk menggunakan sesuatu. Hal ini diarahkan pada teknologi baru yang tentunya akan menarik konsumen untuk mencoba menggunakannya. Sistem pembayaran dan kecenderungan konsumen untuk lebih memilih membeli produk atau jasa dari vendor yang menerima sistem pembayaran elektronik merupakan sebuah bagian dari niat berperilaku.

Adapun dimensi dari behavioral intentions, diantaranya niat untuk menggunakan (intention to use) Merupakan bentuk keinginan seseorang untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa tertentu yang dianggap sesuai antara motif penggunaan dengan atribut atau karakteristik produk dan jasa yang dapat dipertimbangkan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen mendalam untuk membeli produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama.

Performance Expectancy. Performance expectancy adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan system teknologi dapat membantu mencapai kinerja pekerjaan. Ketersediaan konsumen untuk menggunakan teknologi bergantung pada cara

mereka memandang kegunaan teknologi. Performance expectancy mengacu pada bagaimana suatu teknologi dapat membantu pengguna dalam mencapai tujuan serta membantu aktivitas pengguna menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam teori UTAUT, performance expectancy adalah faktor yang membantu pengguna meningkatkan kinerja aktivitasnya.

Semakin tinggi tingkatan seseorang percaya menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan kinerja yang lebih baik, dianggap persepsi harapan kinerja individu tersebut sangat tinggi terhadap sistem. Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem akan memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya. Metode performance expectancy merupakan kombinasi dari lima faktor yang membantunya dalam pembentukan ekspektasi kinerja yang terdiri dari beberapa variabel. Dampak sosial terjadi ketika konsumen mempercayai hal yang dilakukan berjalan dengan baik berpendapat penggunaan teknologi dapat membantu. lima variabel yang membantu dalam pembentukan performance expectancy yakni perceived usefulness (kegunaan yang dirasakan).

Didefinisikan sebagai sejauh mana persepsi seseorang terhadap kegunaan dan seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Motivasi ekstrinsik yang mana motivasi ekstrinsik dapat diartikan sebagai persepsi yang diinginkan seorang konsumen untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap sebagai alat dalam mencapai hasil-hasil bernilai yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, semacam kinerja pekerjaan, pembayaran dan promosi-promosi. Job fit (kesesuaian pekerjaan). Didefinisikan sebagai kapabilitas sistem dalam meningkatkan sebuah formasi kerja individu atau kinerja.

Relative advantage (keuntungan relatif). Didefinisikan sebagai seberapa jauh menggunakan sesuatu inovasi yang dipersepsikan akan lebih baik dibandingkan pendahulunya. Outcome expectancy (ekspektasi pada hasil). Merupakan hubungan dengan konsekuensi-konsekuensi dari perilaku. Berdasarkan pada buku empiris, mereka dipisahkan ke dalam ekspektasi-ekspektasi kinerja (performance expectancy) dan ekspektasi-ekspektasi personal (personal expectancy). Effort expectancy mengacu pada sejauh mana tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi bagi pengguna. Kemajuan teknologi membuat hidup konsumen lebih mudah dengan menyediakan pengaturan pembayaran yang cepat dan antarmuka yang ramah bagi pengguna. Dalam teori UTAUT, effort expectancy merupakan faktor kemudahan bagi pengguna teknologi.

Seseorang akan berekspektasi dengan menggunakan e-wallet dapat mengurangi usaha yang dikeluarkan dibandingkan saat menggunakan transaksi tunai. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna e-wallet akan mempunyai niat untuk memanfaatkan karena mereka akan merasakan kemudahan yang mereka peroleh saat

menggunakannya dan juga akan merasa bahwa e-wallet yang digunakan oleh mereka mudah untuk dioperasikan.

Harapan dan kemudahan dalam penggunaan teknologi terjadi ketika kita hanya membutuhkan sedikit usaha dalam penggunaannya. Oleh karena itu, berbagai penelitian telah membuktikan bahwa niat harapan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi niat dan berperilaku. Kemudahan penggunaan aplikasi mendorong pengguna bersedia menggunakan aplikasi dalam jangka waktu lama. Selain itu, effort expectancy berpengaruh kepada niat dan berperilaku disisilain manfaat yang dirasakan oleh pengguna tidak terbatas pada fungsi teknologi. Effort expectancy diformulasikan berdasarkan 2 konstruk pada model atau teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan, yaitu perceived ease to use (Persepsi Kemudahan Penggunaan).

Tingkat kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman ketika menggunakannya. Complexity (Kerumitan) yaitu tingkat dimana inovasi dapat dipersepsikan sebagai sesuatu yang relatif sulit untuk dipahami dan digunakan oleh individu. Social Influence berpengaruh signifikan dalam adopsi teknologi. Social Influence mengacu pada sejauh mana suatu individu menyarankan pentingnya untuk mengadopsi suatu teknologi baru kepada individu lain, seperti keluarga maupun teman. Social influence memainkan peran penting terhadap teknologi yang baru serta dalam tahap awal penerimaan bagi pengguna, apalagi teknologi baru masih kekurangan informasi dalam pemanfaatannya. Dalam teori UTAUT, social influence adalah faktor dari orang-orang yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan teknologi.

Pada lingkungan tertentu penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan status seseorang di dalam lingkungan sosial. Hal tersebut dapat diartikan jika semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru, maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya. Mendapatkan hasil bahwa social influence mempengaruhi faktor motivasi untuk mendapatkan persepsi soal seperti dukungan, konsensus, tanggung jawab, serta persepsi sosial. Terdapat tiga indikator utama mengenai social influence, yaitu Norma subyektif merupakan sebuah persepsi seorang individu bahwa kebanyakan orang-orang yang penting berfikir bahwa dia harus atau tidak harus melakukan sebuah perilaku yang bersangkutan.

Faktor sosial merupakan pemahaman individu dari budaya subyektif kelompok dimana individu tersebut berada serta kesepakatan interpersonal spesifik yang

telah dibuat individu dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu. Kesan merupakan sejauh mana pengguna suatu inovasi dianggap untuk meningkatkan citra seseorang dalam sistem sosial. Facilitating Condition mengacu pada sejauh mana suatu individu mau menggunakan suatu teknologi apabila didukung dengan adanya fasilitas dan sumber daya yang memadai. Sumber daya dan keahlian perlu dimiliki oleh suatu individu agar dapat menggunakan suatu teknologi. Dalam teori UTAUT, facilitating condition adalah alat untuk mendukung pengguna dalam menggunakan teknologi.

Kondisi tersebut merupakan faktor obyektif yang membuat tindakan yang ingin mereka lakukan menjadi lebih mudah untuk dicapai. Faktor tersebut berpengaruh secara langsung terhadap sumber daya yang berkaitan dengan orang-orang yang terlibat secara langsung dalam proses tersebut. Facilitating condition berperan sebagai pendorong untuk menunjukkan sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi. Kondisi ini merupakan perpanjangan dari (UTAUT) yang dilanjutkan dengan (UTAUT2) yang digunakan dalam banyak bidang informasi dan komunikasi. Berdasarkan studi yang dilakukan bahwa kondisi yang dapat memfasilitasi pengguna memiliki pengaruh langsung terhadap niat berperilaku pengguna tersebut. Ketika kondisi yang cukup memfasilitasi para pengguna seperti smartphone yang dimiliki dapat menyambung internet; smartphone yang dimiliki sudah canggih; pengetahuan dari para pengguna mengenai cara menggunakan layanan e-wallet; dan sebagainya, para konsumen diharapkan lebih cenderung mengadopsi teknologi atau layanan baru.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi, diantaranya persepsi kontrol perilaku merupakan cerminan persepsi hambatan internal dan eksternal pada perilaku dan mencakup efektivitas diri (self efficacy), kondisi fasilitas (facilitating conditions) sumber daya dan teknologi. Kompatibilitas merupakan sejauh mana inovasi dapat dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan-kebutuhan, dan pengalaman dari pengadopsi potensial.

Perceived Compatibility mengacu pada sejauh mana inovasi yang dilakukan suatu teknologi dianggap relevan dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu suatu individu yang menggunakan teknologi tersebut. Perceived compatibility merupakan faktor penting untuk pengembangan teknologi baru, karena dapat mengurangi potensi keraguan penggunaan teknologi dengan memastikan bahwa inovasi relevan dengan nilai pengguna saat ini. Kompatibilitas didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan e-wallet sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman, dan pola perilaku yang sudah dimiliki konsumen. Jika konsumen memahami teknologi, mereka cenderung lebih cocok menggunakan teknologi e-wallet. Di sisi lain, jika konsumen hanya percaya pada pembayaran tunai dan tidak mempercayai teknologi baru, maka

penggunaan e-wallet tidak mendukung kepercayaan pribadi mereka. Dalam hal ini, berbagai penelitian tentang berbagai faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan e-wallet secara konseptual. Selain itu, bahwa beragam persepsi toritis dengan mempertimbangkan beberapa variable tentang pengaruh kompatibilitas terhadap perilaku penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh beberapa dimensi yaitu sejalan dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, kebutuhan.

Banyak penelitian telah mengidentifikasi bahwa Trust memiliki peran yang penting bagi suatu individu dalam perilaku penerimaan dan pengadopsian e-wallet. Trust mencakup tiga keyakinan: kemampuan, integritas, dan kebajikan. Kemampuan diartikan bahwa penyedia layanan perlu memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk digunakan dalam memenuhi tugas bagi pengguna layanan. Integritas diartikan bahwa penyedia layanan menepati janji serta tidak melakukan penipuan kepada pengguna layanan. Kebajikan didefinisikan bahwa penyedia layanan tidak hanya memikirkan keuntungan mereka sendiri, melainkan memperhatikan kepentingan bagi pengguna layanan. Kepercayaan adalah kesadaran pihak lain maupun individu dalam perbuatan untuk mengambil keputusan. Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan persepsi yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan menjadi psikologis untuk memperhatikan dan menerima. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Oleh karena itu, penggunaan e-wallet telah memberikan jaminan sehingga memberikan rasa percaya kepada penggunaannya.

Pada situasi yang berisiko dibutuhkan adanya kepercayaan supaya pihak yang berkepentingan berkenan guna menentukan keputusan. Kepercayaan membantu pemakai guna menjawab ketakutan yang dialaminya serta mendukung mereka guna mengadopsi suatu produk. Kepercayaan yang dimiliki dapat menyelesaikan dari persepsi yang ada. Walaupun mereka yakin akan terdapat risiko, namun terdapatnya kepercayaan tetap menunjang mereka guna menggunakan teknologi itu. Trust memiliki beberapa karakteristik, diantaranya menjaga hubungan.

Hubungan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula, maka sebagai seseorang yang percaya akan menjaga hubungan agar tetap baik. Menerima pengaruh yang mana konsumen yang memiliki kepercayaan akan mudah dipengaruhi, hal tersebut adapat menguntungkan perusahaan dalam menekan biaya pemasaran karena sejatinya konsumen dapat menerima pengaruh dari perusahaan. Terbuka dalam komunikasi. Konsumen dengan kepercayaan tinggi akan senantiasa melakukan komunikasi dengan memberikan informasi yang dapat membangun perusahaan.

Mengurangi pengawasan. Konsumen yang percaya akan kinerja atau layanan perusahaan biasanya jarang memberikan kritik, sehingga fungsi pengawasan perusahaan terhadap konsumen dapat dikurangi.

Kesabaran. Konsumen yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan konsumen biasa. Memberikan pembelaan yaitu ketika perusahaan mendapat kritikan dari kompetitor lainnya konsumen cenderung memberikan pembelaan terhadap perusahaan. Pembersih informasi yang positif adalah Konsumen akan terus memberi informasi positif dalam membangun perusahaan selama kepercayaan mereka tinggi.

Menerima risiko adalah ketika percaya, maka konsumen dapat menerima risiko apapun saat memutuskan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Kenyamanan adalah saat kepercayaan konsumen dipenuhi secara terus menerus maka konsumen akan terus loyal pada perusahaan dalam jangka panjang. Kepuasan yang diberikan perusahaan cenderung akan mudah tersampaikan pada konsumen yang percaya.

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet. Performance expectancy mengacu pada keputusan individu dalam melakukan perilaku karena nilai instrumentalnya. 43% e-wallet digunakan untuk transportasi online, 37% untuk jasa pesan-antar makanan dan minuman online, serta sisanya digunakan untuk keperluan sehari-hari lainnya seperti pembayaran parkir, pembayaran tagihan dan pajak, dan sebagainya. Semakin banyak pengguna percaya bahwa e-wallet dapat berguna dalam berkegiatan sehari-hari, semakin tinggi niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Performance expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet. Begitu juga dengan penelitian performance expectancy sangat berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Hasil yang sama didapat pada penelitian yang menyatakan bahwa performance expectancy berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Terdapat perbedaan hasil pada penelitian menyatakan bahwa performance expectancy tidak berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Begitu juga dengan penelitian menyatakan bahwa performance expectancy tidak berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H1: Performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioural intention to use e-wallet.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet. Ekspektasi usaha dijelaskan sebagai kepercayaan individu bahwa menggunakan teknologi akan mudah dan hanya memerlukan usaha yang sedikit. Riset pasar menyatakan bahwa kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan memperluas adopsi e-wallet di Indonesia. Semakin mudah penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, jika pengguna menganggap penggunaan e-wallet membutuhkan lebih sedikit usaha dan tidak sulit,

mereka akan menganggap penggunaan teknologi ini berguna dalam kehidupan mereka.

Penelitian effort expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet. Hasil yang sama pada penelitian yang menyatakan bahwa effort expectancy berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Begitu juga dengan penelitian bahwa effort expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet. Hasil yang berbeda terdapat pada penelitian bahwa effort expectancy tidak berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa effort expectancy tidak berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Begitu juga dengan penelitian bahwa effort expectancy berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H2: Effort expectancy berpengaruh positif terhadap behavioural intention to use e-wallet.

Pengaruh Social Influence terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet. Social influence berkaitan dengan pendapat dari kelompok referensi mengenai apakah tindakan harus dilakukan atau tidak. Penelitian yang dilakukan bahwa sebanyak 50% konsumen Indonesia mengetahui e-wallet dari teman dan sisanya dari rekan kerja, keluarga, internet, media sosial, dan sales took. Social influence merupakan salah faktor yang secara langsung dan positif mempengaruhi niat pelanggan. Suatu individu akan cenderung dipengaruhi oleh saran atau umpan balik dari orang-orang pada tahap awal ketika menggunakan teknologi tanpa memiliki pengalaman dan keyakinan yang cukup.

Penelitian bahwa social influence secara signifikan berpengaruh terhadap behavioral intention to use e-wallets. Begitu juga dengan penelitian bahwa social influence berpengaruh terhadap behavioral intention use e-wallet. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa social influence berpengaruh terhadap behavioral intention to use e-wallets. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian social influence tidak berpengaruh terhadap behavioral intention to use e-wallets. Hasil yang sama terdapat pada penelitian social influence tidak berpengaruh terhadap behavioral intention to use e-wallets. Begitu juga dengan penelitian social influence tidak berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H3: Social influence berpengaruh positif terhadap behavioural intention to use e-wallet.

Pengaruh Facilitating Condition terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet. Facilitating condition ditentukan oleh keyakinan kontrol tentang ada atau tidak adanya fasilitator dan hambatan dalam berperilaku. Tersedianya informasi dan peluang ini memungkinkan individu untuk mudah menerapkan teknologi baik dalam ketersediaan infrastruktur maupun lingkungan yang kondusif. Facilitating condition memiliki pengaruh langsung terhadap behavioural intention. Ketika facilitating condition dirasa cukup seperti smart phone dapat mengakses internet,

pengetahuan tentang cara menggunakan e-wallet, dan sebagainya, konsumen diharapkan lebih cenderung menggunakan teknologi atau layanan yang baru.

Penelitian *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Begitu juga dengan penelitian bahwa *facilitating condition* secara signifikan berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Hasil yang berbeda terdapat pada penelitian bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallet*. Begitu juga dengan penelitian *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Begitu juga dengan penelitian *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H4: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention to use e-wallet*.

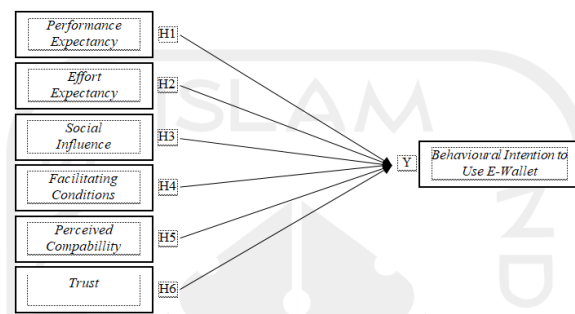
Pengaruh *Perceived Compatibility* terhadap *Behavioural Intention to Use E-Wallet*. *Perceived compatibility* mengacu pada sejauh mana e-wallet akan melengkapi gaya hidup mereka. Oleh karena itu, semakin kompatibel aplikasi seluler maka akan semakin banyak kata positif dari orang satu ke orang yang lain. Kompatibilitas gaya hidup menjelaskan bagaimana seseorang berperilaku dan memilih produk atau layanan mana yang akan digunakan setiap hari. Konsumen menganggap *mobile payment* akan dirasa kompatibel jika para konsumen merasakan manfaat dari aplikasi tersebut untuk melakukan suatu aktivitas, sehingga kompatibilitas dapat memperkuat niat untuk menggunakan suatu teknologi. Semakin baik kompatibilitas pembayaran melalui seluler dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman individu, maka semakin besar keinginan individu seseorang untuk mencoba menggunakan teknologi ini.

Perceived compatibility berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa *perceived compatibility* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Begitu juga dengan penelitian *perceived compatibility* berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian bahwa *perceived compatibility* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Begitu juga dengan penelitian bahwa *perceived compatibility* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa *perceived compatibility* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H5: *Perceived compatibility* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention to use e-wallet*.

Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioural Intention to Use E-Wallet*. Untuk mengembangkan aplikasi pembayaran seluler yang sukses, penyedia aplikasi juga perlu memberikan banyak perhatian untuk membangun dan

menjaga kepercayaan kepada para konsumen karena aplikasi ini biasanya meminta konsumen untuk memberikan informasi pribadi atau keuangannya. Dengan demikian, pelanggan biasanya memperhatikan tingkat keamanan dan privasi saat mempersiapkan transaksi melalui internet. Semakin tinggi tingkat keamanan atas data pribadi para konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen terhadap aplikasi pembayaran seluler tersebut.

Penelitian bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa *trust* berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Begitu juga dengan penelitian bahwa *trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian *trust* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Begitu juga dengan penelitian *trust* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use e-wallets*. Hasil yang sama terdapat pada penelitian bahwa *trust* tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis H6: *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention to use e-wallet*. Berdasarkan kajian pustaka tersebut, selanjutnya kerangka penelitian dikembangkan oleh peneliti ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dimana jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama, melalui narasumber yang dijadikan responden dalam penelitian. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Data primer diperoleh dari kuisisioner yang berasal dari gen z Indonesia.

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi akan menjadi wilayah generalisasi kesimpulan hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z di wilayah Indonesia. Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yang dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

Dengan demikian, sampel penelitian ini adalah generasi Z yang berkemauan menggunakan e-wallet di Indonesia. Dasar pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik convenience sampling. Convenience sampling adalah teknik pemilihan sampel yang digunakan berdasarkan kemudahan unsur populasi untuk dijangkau. Sedangkan untuk ukuran sampel penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel. Jumlah sampel minimal pada penelitian ini diukur menggunakan rumus Lemeshow dengan rumus sebagai berikut (1).

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} \times p(1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Dimana n=Jumlah sampel minimal; $Z_{1-\alpha/2}$ =Derajat kemaknaan; P= Proporsi pasien; d=Tingkat presisi / deviasi. Berdasarkan rumus tersebut, dengan persentase kepercayaan yang diinginkan 95%; nilai $Z_{1-\alpha/2}$ sebesar 1,960; nilai P sebesar 0,5; dan nilai d sebesar 0,1. Maka diperoleh jumlah sampel minimal sebagai berikut $n = ([1,960]^2 \times 0,5(1-0,5)) / [0,1]^2 = 96,04$ sampel. Sehingga jumlah sampel minimal pada penelitian ini sebanyak 96 sampel. Dengan melihat jumlah generasi Z yang ada di Indonesia pada saat ini, penelitian ini menginginkan jumlah sampel minimal sebanyak 150 sampel.

Jenis data penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama, melalui narasumber yang dijadikan responden dalam penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan survei pada kuesioner yang dilakukan dengan mekanisme sebagai berikut menentukan target responden. Target responden pada penelitian ini adalah generasi Z di wilayah Indonesia yang berkemauan menggunakan e-wallet. Menyusun rumusan masalah. Dari rumusan masalah tersebut akan muncul berbagai hipotesis yang dapat diuji melalui pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden.

Menentukan tipe pertanyaan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan tipe pertanyaan berupa skala yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Menulis pertanyaan secara ringkas. Pertanyaan yang ringkas akan memudahkan responden untuk memahami pertanyaan yang diberikan. Penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan Google Form dan disebarluaskan melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Twitter, dan lain-lain. Melakukan tabulasi data. Dari data responden yang sudah terkumpul, dilakukan tabulasi untuk memudahkan peneliti untuk menganalisis data tersebut. Melakukan analisis data. Data akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah behavioural intention to e-wallet. behavioural intention to e-wallet yaitu mengacu pada perilaku niat konsumen untuk menggunakan dompet elektronik. Adapun

indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur behavioural intention to e-wallet adalah kemauan menggunakan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Lebih memilih menggunakan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Kemauan menggunakan e-wallet di masa yang akan datang. Pengukuran variabel behavioural intention to e-wallet menggunakan skala likert lima poin.

Performance expectancy merupakan sejauh mana kepercayaan suatu individu bahwa system teknologi dapat membantunya dalam mencapai kinerja suatu pekerjaan. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur performance expectancy adalah menggunakan e-wallet dapat mempercepat proses pembayaran. Menggunakan e-wallet di tempat manapun. Menggunakan e-wallet dapat menghemat waktu. Pengukuran variabel performance expectancy menggunakan skala likert lima poin.

Effort expectancy mengacu pada tingkat kemudahan suatu proses pembayaran. Kemajuan teknologi menyediakan pengaturan pembayaran yang cepat dan mudah dipahami oleh pengguna, hal ini dapat membuat hidup konsumen menjadi lebih mudah. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur effort expectancy adalah menggunakan e-wallet dapat mempermudah pembayaran. Mudahnnya mempelajari penggunaan e-wallet. E-wallet fleksibel dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengukuran variabel effort expectancy menggunakan skala likert lima poin.

Social influence bersignifikan dalam pengaruh adopsi teknologi. Orang-orang terdekat memengaruhi keputusan suatu individu dalam penggunaan layanan mobile commerce. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur social influence adalah orang-orang terdekat merekomendasikan menggunakan e-wallet. Teman-teman dan keluarga menggunakan e-wallet. Pendapat orang-orang mengenai keharusan menggunakan e-wallet. Pengukuran variabel social influence menggunakan skala likert lima poin.

Facilitating condition mengacu pada sejauh mana suatu individu yakin terhadap adanya infrastruktur teknologi untuk mendukung adopsi teknologi. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur facilitating condition adalah perangkat seluler layak untuk menggunakan e-wallet. Pengetahuan tentang cara menggunakan e-wallet. Kemudahan menemukan seseorang yang dapat membantu apabila menemui kesulitan dalam menggunakan e-wallet. Banyak toko yang menawarkan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Pengukuran variabel facilitating condition menggunakan skala likert lima poin.

Perceived compatibility dapat didefinisikan sejauh mana suatu inovasi teknologi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu oleh pengadopsi potensial. Faktor penting untuk pengembangan teknologi baru adalah perceived compatibility, karena potensi

keraguan penggunaan teknologi dapat diminimalisir dengan memastikan bahwa inovasi relevan dengan system nilai pengguna saat ini. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur perceived compatibility adalah penggunaan e-wallet kompatibel dengan gaya hidup. Penggunaan e-wallet kompatibel dengan cara pembelian produk dan layanan. Lebih memilih menggunakan e-wallet daripada cara tradisional dalam proses pembayaran. Pengukuran variabel perceived compatibility menggunakan skala likert lima poin.

Trust adalah suatu kesediaan seseorang yang memasrahkan dirinya terhadap pihak lain dengan resiko tertentu. Peran Trust penting dalam perilaku transaksi. Trust mengacu pada sejauh mana pengguna memiliki keyakinan terhadap keandalan, kredibilitas, keamanan, dan integritas penyedia E-wallet dari sudut pandang teknis, organisasi, dan sosial dan juga dari sudut pandang efektif, efisien, cepat, dan respons layanan pelanggan yang baik. Adapun indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur Trust adalah secara keseluruhan aplikasi e-wallet dapat diandalkan. Aplikasi e-wallet terjamin. Penyedia aplikasi e-wallet akan bertanggung jawab penuh atas semua jenis ketidakamanan selama pengoperasian di aplikasi e-wallet. Kebijakan hukum dan teknologi dari penyedia aplikasi e-wallet akan cukup melindungi dari masalah pengoperasian di aplikasi e-wallet. Pengukuran variabel trust menggunakan skala likert lima poin.

Uji validitas adalah tingkat keandalan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid atau dapat digunakan. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang akan diukur. Dengan kata lain, uji validitas merupakan langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 30 responden untuk dilakukan pengujian pilot test terlebih dahulu. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dengan ketentuan data dinyatakan valid jika nilai pearson correlation (r hitung) > r tabel. Selanjutnya hasil Rhitung disajikan pada Tabel 1.

Variabel	Indikator	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Kesimpulan
Behavioural Intention to Use E- Wallet	1	0,626	0,361	Valid
	2	0,872	0,361	Valid
	3	0,815	0,361	Valid
Performance Expectancy	1	0,881	0,361	Valid
	2	0,863	0,361	Valid
	3	0,928	0,361	Valid
Effort Expectancy	1	0,919	0,361	Valid
	2	0,735	0,361	Valid
	3	0,867	0,361	Valid
Social Influence	1	0,877	0,361	Valid
	2	0,908	0,361	Valid
	3	0,846	0,361	Valid
Facilitating Conditions	1	0,600	0,361	Valid
	2	0,746	0,361	Valid
	3	0,770	0,361	Valid
Perceived Compatibility	4	0,646	0,361	Valid
	1	0,841	0,361	Valid
	2	0,572	0,361	Valid
Trust	3	0,845	0,361	Valid
	1	0,858	0,361	Valid
	2	0,845	0,361	Valid
	3	0,890	0,361	Valid
	4	0,809	0,361	Valid

Tabel 1. Hasil Hitung r tabel

Nilai R tabel didapat dari pengamatan R -tabel dengan jumlah sampel (N) sebanyak 30 responden, sehingga didapatkan nilai R tabel sebesar 0,361. Nilai corrected item total correlation untuk masing-masing pernyataan pada masing-masing variabel menunjukkan hasil yang lebih besar daripada nilai R tabel sebesar 0,361. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai behavioural intention to use e-wallet, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived compatibility, dan trust pada masing-masing variabel tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian.

Uji reliabilitas adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 30 responden untuk dilakukan pengujian pilot test terlebih dahulu. Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik Cronbach's Alpha, dengan ketentuan data dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Nilai cronbach's alpha masing-masing variabel > 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada kuesioner reliabel. Statistik deskriptif adalah statistik yang hanya mengolah, dan menyajikan data tanpa membuat keputusan untuk populasi yang relevan. Data dikumpulkan melalui tanggapan responden terhadap kuesioner yang akan dianalisis dan disajikan sebagai data deskriptif untuk masing-masing variabel, serta data profil responden meliputi: jenis kelamin, usia, asal daerah responden, memiliki e-wallet, dan pernah bertransaksi menggunakan e-wallet. Data yang telah diterima dari responden kemudian akan dideskripsikan ke dalam 5 skala dengan menghitung rentang skala menggunakan rumus sebagai berikut $RS = (R(\text{bobot}))/M$. Dimana RS = Rentang Skala; $R(\text{bobot})$ = Bobot terbesar – bobot terkecil; M = Banyaknya kategori bobot. Bobot terbesar diambil dari rentang nilai terbesar dalam skala pengukuran penelitian ini yaitu 5 untuk jawaban Sangat Setuju, sementara bobot terkecil diambil dari rentang nilai terkecil dalam skala pengukuran penelitian ini yaitu 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Dengan menggunakan rumus di atas diperoleh rentang skala sebagai berikut $RS = ((5-1))/5 = 0,8$.

Analisis inferensial mempunyai tujuan untuk menarik kesimpulan. Analisis inferensial adalah metode yang digunakan untuk mengetahui populasi berdasarkan sampel dengan menganalisis dan menginterpretasikan data menjadi sebuah kesimpulan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis inferensial parametrik yang menyangkut pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketetapan suatu alat ukur. Pengujian

validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil dari korelasi bivariate dapat diketahui dengan melihat output Cronbach's Alpha yang ada pada kolom Correlated Item–Total Correlation. Data dikatakan valid apabila jawaban pada data dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang akan diukur peneliti. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian yang dibuktikan oleh perhitungan apabila nilai pearson correlation (R hitung) < (R tabel) maka data dikatakan tidak valid, sedangkan apabila nilai pearson correlation (R hitung) > R tabel maka data dapat dikatakan valid.

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu data yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Sedangkan uji reabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu data dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu terhadap pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pengukuran one shot atau pengukuran sekali saja. One Shot atau pengukuran hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan teknik Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha adalah tolak ukur yang digunakan untuk menghubungkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka data dinyatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka data dinyatakan tidak reliabel. Selanjutnya hasil pengolahan reliabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
<i>Behavioural Intention to Use E-Wallet</i>	0,667	Reliabel
<i>Performance Expectancy</i>	0,865	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,797	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,847	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0,632	Reliabel
<i>Perceived Compatibility</i>	0,635	Reliabel
<i>Trust</i>	0,872	Reliabel

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Bisa dikatakan sebagai sampel besar. Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian berupa uji statistik normalitas. Untuk menguji normalitas data penelitian ini menggunakan uji

Kolmogorov-Smirnov. Pengujian ini biasanya digunakan untuk sampel besar. Data dianalisis dengan menggunakan program SPSS 20. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas. Artinya variabel independent yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengujinya dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) melalui program SPSS. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Jika VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka regresi bebas dari multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas.

Sebaliknya, apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas, atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya problem heteroskedastisitas digunakan uji korelasi Rank Spearman. Uji Rank Spearman dilakukan dengan mengkorelasikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya dengan korelasi Rank Spearman. Adapun kriteria hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ditemukan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidak adanya autokorelasi digunakan Uji Run Test. Kriteria yang ditetapkan untuk mengetahui suatu data bebas dari autokorelasi adalah apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya (independen) secara individual terhadap variabel terikatnya (dependen). Pengambilan keputusan ini didasarkan pada perbandingan nilai P dengan nilai signifikansi alpha 5% atau 0,05. Apabila nilai P lebih kecil dari nilai signifikansi alpha 0,05, maka dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (independen) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen). Uji F ini juga digunakan untuk uji fit data. Pengambilan keputusan didasarkan pada

perbandingan nilai P dengan nilai signifikansi alpha 5%. Apabila nilai P lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha 0,05, maka variabel independen dikatakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan model regresi dapat dikatakan layak.

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 mendekati satu memiliki arti bahwa variabel-variabel independen menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Misalnya diketahui hasil dari R^2 adalah 0,80 maka 80% dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh 1 independen. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan model sebagai berikut $BIUE = \alpha + \beta_1 PE1 + \beta_2 EE2 + \beta_3 SI3 + \beta_4 FC4 + \beta_5 PC5 + \beta_6 T6 + \varepsilon$. Dimana $BIUE$ = Behavioural Intention to Use E-Wallet; α = Konstanta; $\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien dari tiap variabel bebas; $PE1$ = Performance Expectancy; $EE2$ = Effort Expectancy; $SI3$ = Social Influence; $FC4$ = Facilitating Condition; $PC5$ = Perceived Compability; $T6$ = Trust; ε = Error.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis deskriptif responden pada penelitian ini menjelaskan mengenai data-data deskriptif yang telah diperoleh peneliti terkait dengan responden. Data deskriptif ini disajikan sehingga dapat memberi gambaran profil data penelitian dan hubungan yang ada pada antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, asal daerah, memiliki e-wallet, dan pernah bertransaksi menggunakan e-wallet. 169 responden yang diteliti, didominasi oleh perempuan sebanyak 91 orang (53,85%). Sementara responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 78 orang (46,15%). Karakteristik responden berdasarkan umur didominasi oleh generasi Z umur 22-26 tahun yaitu sebanyak 125 orang (73,97%), kemudian disusul dengan umur di angka 17-21 tahun sebanyak 42 orang (24,85%), dan yang paling terkecil di usia 12-16 tahun hanya 2 orang responden (1,18%).

Karakteristik responden berdasarkan asal daerah didominasi oleh responden dengan asal daerah Jawa Tengah yaitu sebanyak 114 orang (67,46%), kemudian disusul dengan asal daerah DIY sebanyak 21 orang (12,43%), kemudian disusul dengan asal daerah Jawa Timur sebanyak 15 orang (8,88%), kemudian disusul dengan asal daerah Jawa Barat sebanyak 8 orang (4,73%), kemudian disusul dengan asal daerah DKI sebanyak 7 orang (4,14%), kemudian disusul dengan asal daerah Lampung sebanyak 2 orang (1,18%), dan yang paling terkecil berasal dari daerah Sumatera Barat dan Sumatera Selatan dengan masing-masing asal daerah hanya 1 orang responden (0,59%). Seluruh responden yaitu sebanyak 169 (100%) memiliki e-

wallet. Seluruh responden yaitu sebanyak 169 (100%) pernah bertransaksi menggunakan e-wallet. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah merekapitulasi dan menganalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Selanjutnya Hasil analisis deskriptif variabel behavioural intention to use e-wallet disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Behavioural Intention to Use E-Wallet

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Saya bersedia untuk menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi pembayaran.	4,41	Sangat Tinggi
2.	Saya lebih memilih menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi pembayaran.	4,01	Tinggi
3.	Saya bersedia untuk menggunakan <i>e-wallet</i> di masa yang akan datang.	4,39	Sangat Tinggi
	Rata-Rata	4,27	Sangat Tinggi

Hasil analisis deskriptif variabel behavioural intention to use e-wallet, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel behavioural intention to use e-wallet adalah 4,27 (sangat tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator saya bersedia untuk menggunakan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Dengan rata-rata penilaian 4,41 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator saya lebih memilih menggunakan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Dengan rata-rata penilaian 4,01 (tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika responden bersedia untuk menggunakan e-wallet untuk transaksi pembayaran. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Performance Expectancy disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Performance Expectancy

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Menurut saya, menggunakan <i>e-wallet</i> dapat mempercepat proses pembayaran.	4,51	Sangat Tinggi
2.	<i>E-wallet</i> dapat digunakan di tempat manapun.	3,85	Tinggi
3.	Menurut saya, menggunakan <i>e-wallet</i> dapat menghemat waktu.	4,41	Sangat Tinggi
	Rata-Rata	4,26	Sangat Tinggi

Analisis Deskriptif Variabel Performance Expectancy. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel performance expectancy. hasil analisis deskriptif variabel performance expectancy, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel performance expectancy adalah 4,26 (sangat tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator menurut saya, menggunakan e-wallet dapat mempercepat proses pembayaran. Dengan rata-rata penilaian 4,51 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator e-wallet dapat digunakan di tempat manapun. Dengan rata-rata penilaian 3,85 (tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika responden merasa bahwa penggunaan e-wallet dapat mempercepat proses pembayaran. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Effort Expectancy disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Effort Expectancy

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Menurut saya, menggunakan <i>e-wallet</i> dapat mempermudah proses pembayaran.	4,51	Sangat Tinggi
2.	Menurut saya, <i>e-wallet</i> mudah dipelajari cara penggunaannya.	4,49	Sangat Tinggi
3.	Menurut saya, penggunaan <i>e-wallet</i> lebih fleksibel dalam melakukan transaksi pembayaran.	4,49	Sangat Tinggi
	Rata-Rata	4,50	Sangat Tinggi

Analisis Deskriptif Variabel Effort Expectancy. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel effort expectancy. Hasil analisis deskriptif variabel effort expectancy, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel effort expectancy adalah 4,50 (sangat tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator menurut saya, menggunakan *e-wallet* dapat mempermudah proses pembayaran. Dengan rata-rata penilaian 4,51 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator menurut saya, *e-wallet* mudah dipelajari cara penggunaannya dan menurut saya, penggunaan *e-wallet* lebih fleksibel dalam melakukan transaksi pembayaran dengan rata-rata penilaian 4,49 (sangat tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika responden merasa bahwa penggunaan *e-wallet* dapat mempermudah proses pembayaran. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Social Influence disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Social Influence

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> berdasarkan rekomendasi orang-orang terdekat saya.	3,69	Tinggi
2.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> karena teman-teman dan keluarga juga menggunakan <i>e-wallet</i> .	3,81	Tinggi
3.	Pendapat dari orang-orang di sekitar membuat saya harus menggunakan <i>e-wallet</i> .	3,65	Tinggi
	Rata-Rata	3,72	Tinggi

Analisis Deskriptif Variabel Social Influence. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel social influence. Hasil analisis deskriptif variabel social influence pada Tabel 4.10, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel social influence adalah 3,72 (tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator saya menggunakan *e-wallet* karena teman-teman dan keluarga juga menggunakan *e-wallet* dengan rata-rata penilaian 3,81 (tinggi). Sedangkan penilaian terendah

terdapat pada indikator pendapat dari orang-orang di sekitar membuat saya harus menggunakan *e-wallet* dengan rata-rata penilaian 3,65 (tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika responden menggunakan *e-wallet* dikarenakan teman-teman dan keluarga juga menggunakan *e-wallet*. Analisis Deskriptif Variabel Facilitating Condition. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel facilitating condition. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Facilitating Condition disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Facilitating Condition

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Perangkat seluler yang saya miliki, dapat digunakan untuk mengakses <i>e-wallet</i> .	4,67	Sangat Tinggi
2.	Saya mengetahui tentang cara penggunaan <i>e-wallet</i> .	4,54	Sangat Tinggi
3.	Jika saya mengalami kesulitan dalam penggunaan <i>e-wallet</i> , orang di sekitar saya dapat membantu mengatasinya.	4,37	Sangat Tinggi
4.	Banyak toko yang menawarkan penggunaan <i>e-wallet</i> untuk melakukan transaksi pembayaran.	4,01	Tinggi
	Rata-Rata	4,40	Sangat Tinggi

Hasil analisis deskriptif variabel facilitating condition, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel facilitating condition adalah 4,40 (sangat tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator perangkat seluler yang saya miliki, dapat digunakan untuk mengakses *e-wallet* dengan rata-rata penilaian 4,67 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator banyak toko yang menawarkan penggunaan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran dengan rata-rata penilaian 4,01 (tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika perangkat seluler yang responden miliki, dapat digunakan untuk mengakses *e-wallet*. Analisis Deskriptif Variabel Perceived Compatibility. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel perceived compatibility. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Compatibility disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Compatibility

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Penggunaan <i>e-wallet</i> sesuai dengan gaya hidup saya.	3,91	Tinggi
2.	<i>E-wallet</i> dapat digunakan untuk pembelian produk dan layanan.	4,29	Sangat Tinggi
3.	Saya lebih menyukai pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> daripada menggunakan uang tunai.	3,91	Tinggi
	Rata-Rata	4,04	Tinggi

Hasil analisis deskriptif variabel perceived compatibility, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel perceived compatibility adalah 4,04 (tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator *e-wallet* dapat digunakan untuk pembelian produk dan layanan dengan rata-rata penilaian 4,29 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator penggunaan *e-wallet* sesuai dengan gaya hidup saya dan saya lebih menyukai pembayaran menggunakan *e-wallet* daripada menggunakan uang tunai dengan rata-rata penilaian 3,91 (tinggi). Maka

dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika e-wallet dapat digunakan untuk pembelian produk dan layanan. Analisis Deskriptif Variabel Trust. Berdasarkan data responden yang telah dikumpulkan, kemudian dijabarkan penilaian yang telah diberi responden terhadap variabel trust. Selanjutnya Hasil Analisis Deskriptif Variabel Trust disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Trust

No.	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1.	Menurut saya, aplikasi e-wallet dapat diandalkan.	4,33	Sangat Tinggi
2.	Menurut saya, aplikasi e-wallet terjamin dan aman untuk digunakan.	4,08	Tinggi
3.	Penyedia aplikasi e-wallet akan bertanggung jawab atas semua jenis ketidakamanan selama pengoperasian di aplikasi e-wallet.	4,17	Tinggi
4.	Terdapat kebijakan hukum dan teknologi dari penyedia aplikasi e-wallet untuk melindungi dari masalah operasional di aplikasi e-wallet.	4,28	Sangat Tinggi
	Rata-Rata	4,21	Sangat Tinggi

Hasil analisis deskriptif variabel trust, diketahui nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel trust adalah 4,21 (sangat tinggi). Penilaian tertinggi terdapat pada indikator menurut saya, aplikasi e-wallet dapat diandalkan dengan rata-rata penilaian 4,33 (sangat tinggi). Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator menurut saya, aplikasi e-wallet terjamin dan aman untuk digunakan dengan rata-rata penilaian 4,08 (tinggi). Maka dari itu, penilaian tertinggi terjadi ketika responden merasa bahwa aplikasi e-wallet dapat diandalkan. Selanjutnya Hasil Uji Reliabilitas Data disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
<i>Behavioural Intention to Use E-Wallet</i>	0,797	Reliabel
<i>Performance Expectancy</i>	0,626	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,874	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,838	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0,626	Reliabel
<i>Perceived Compatibility</i>	0,740	Reliabel
<i>Trust</i>	0,836	Reliabel

Nilai R tabel didapat dari pengamatan R-tabel dengan jumlah sampel (N) sebanyak 169 responden, sehingga didapatkan nilai R tabel sebesar 0,151. Berdasarkan diketahui nilai corrected item total correlation untuk masing-masing pernyataan pada masing-masing variabel menunjukkan hasil yang lebih besar daripada nilai R tabel sebesar 0,151. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai behavioural intention to use e-wallet, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived compatibility, dan trust pada masing-masing variabel tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai data penelitian. Selanjutnya Hasil Uji Normalitas disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	Sig.	Keterangan
0,296	0,05	Data Terdistribusi Normal

Nilai cronbach's alpha pada masing-masing variabel menunjukkan hasil yang lebih besar daripada 0,60. Maka, dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai behavioural intention to use e-wallet, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived compatibility, dan trust reliabel serta dapat digunakan sebagai penelitian. Nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,296 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Uji multikolinearitas pada penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Nilai tolerance value masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas. Selanjutnya Hasil Uji Multikolinearitas disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,478	2,091	Tidak Terdapat Multikolinearitas
<i>Effort Expectancy</i>	0,346	2,893	Tidak Terdapat Multikolinearitas
<i>Social Influence</i>	0,678	1,474	Tidak Terdapat Multikolinearitas
<i>Facilitating Conditions</i>	0,385	2,597	Tidak Terdapat Multikolinearitas
<i>Perceived Compatibility</i>	0,588	1,701	Tidak Terdapat Multikolinearitas
<i>Trust</i>	0,475	2,107	Tidak Terdapat Multikolinearitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Rank Spearman, dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. besarnya nilai signifikansi masing-masing variabel dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritis 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Run Test, dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Nilai Run Test sebesar 0,939 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi. Uji hipotesis pada penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Selanjutnya Hasil Uji Heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,716	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Effort Expectancy</i>	0,910	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Social Influence</i>	0,964	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Facilitating Conditions</i>	0,655	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Perceived Compatibility</i>	0,941	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Trust</i>	0,813	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan tersebut variabel performance expectancy diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,431 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar +0,789. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi performance expectancy tidak signifikan pada tingkat 5% sehingga H1 ditolak, artinya performance expectancy tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia.

Variabel effort expectancy diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,046 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar +2,008. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi effort expectancy signifikan pada tingkat 5% sehingga H2 diterima, artinya effort expectancy berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia. Variabel social influence diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,055 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar -1,930. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi social influence tidak signifikan pada tingkat 5% sehingga H3 ditolak, artinya social influence tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia. Selanjutnya Hasil Uji Autokorelasi disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Autokorelasi

Run Test	Sig.	Keterangan
0,939	0,05	Tidak Terjadi Autokorelasi

Variabel facilitating condition diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar +2,998. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi facilitating condition signifikan pada tingkat 5% sehingga H4 diterima, artinya facilitating condition berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia. Variabel perceived compatibility diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar +6,930. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi perceived compatibility signifikan pada tingkat 5% sehingga H5 diterima, artinya perceived compatibility berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia.

Variabel trust diketahui memiliki nilai probabilitas sebesar 0,516 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai t hitung sebesar +0,651. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi trust tidak signifikan pada tingkat 5% sehingga H6 ditolak, artinya trust tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia. Berdasarkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen meliputi variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived compatibility, dan trust secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen behavioural intention to use e-wallet.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi dengan adjusted R² sebesar 0,566. Hal ini berarti bahwa 56,60% variasi variabel behavioural intention to use e-wallet dapat dijelaskan oleh variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence,

facilitating condition, perceived compatibility, dan trust. Sisanya 43,40% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang diteliti. Berdasarkan persamaan regresi sebagai berikut $BIUE = 0,612 + 0,059 PE + 0,175 EE - 0,083 SI + 0,231 FC + 0,439 PC + 0,037 T + \varepsilon$. Dimana BIUE= Behavioural Intention to Use E-Wallet; PE= Performance Expectancy; EE = Effort Expectancy; SI= Social Influence; FC= Facilitating Condition; PC= Perceived Compatibility; T=Trust; ε = error.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut koefisien regresi pada variabel behavioural intention to use e-wallet menunjukkan nilai konstanta yaitu +0,612, menunjukkan bahwa apabila variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, perceived compatibility, dan trust diasumsikan konstan atau sama dengan 0, maka nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,612. Koefisien regresi pada variabel performance expectancy menunjukkan nilai sebesar +0,059. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai performance expectancy mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,059.

Koefisien regresi pada variabel effort expectancy menunjukkan nilai sebesar +0,175. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai effort expectancy mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,175. Koefisien regresi pada variabel social influence menunjukkan nilai sebesar -0,083. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai social influence mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,083.

Koefisien regresi pada variabel facilitating condition menunjukkan nilai sebesar +0,231. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai facilitating condition mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,231. Koefisien regresi pada variabel perceived compatibility menunjukkan nilai sebesar +0,439. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai perceived compatibility mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,439. Koefisien regresi pada variabel trust menunjukkan nilai sebesar +0,037. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai trust mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai behavioural intention to use e-wallet sebesar 0,037.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut Variabel performance expectancy tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H1 dalam penelitian ini ditolak. Variabel

effort expectancy berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H2 dalam penelitian ini diterima. Variabel social influence tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H3 dalam penelitian ini ditolak. Variabel facilitating condition berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H4 dalam penelitian ini diterima. Variabel perceived compatibility berpengaruh secara positif terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H5 dalam penelitian ini diterima. Variabel trust tidak berpengaruh secara signifikan terhadap behavioural intention to use e-wallet, sehingga H6 dalam penelitian ini ditolak.

Daftar Rujukan

- [1] Mohd Thas Thaker, H., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Iqbal Hussain, H. (2023). Cashless Society, E-Wallets and Continuous Adoption. *International Journal of Finance and Economics*, 28(3), 3349–3369. DOI: <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596> .
- [2] Salzabella, S., Sumarwan, U., & Yulianti, L. N. (2021). Analysis of Factors Influencing Consumers in Using the E-Wallet Application. *International Journal of Research and Review*, 8(6), 45–58. DOI: <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210608> .
- [3] Koo, F., & Cuandra, F. (2022). Analysis of Factors Affecting International E-Wallet Use. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 24(2), 337–352. DOI: <https://doi.org/10.34208/jba.v24i2.1603> .
- [4] Hakim, M. M., Afifah, A. N., & Aryotejo, G. (2023). The Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Behavior Usage of E-Wallet Using Meta-UTAUT Model. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 13(2), 786–793. DOI: <https://doi.org/10.18517/ijaseit.13.2.18297> .
- [5] Pradipta, I. A., & Tresia, M. (2021). Analysis of Factors Affecting The Acceptance or Use of E-Wallet In Jakarta. *Journal of Economics and Business Letters*, 1(4), 27–32. DOI: <https://doi.org/10.55942/jebli.v1i4.129> .
- [6] Tedja, R. T., Tjong, Y., & Deniswara, K. (2021). Factors affecting the behavioral intention of e-wallet use during covid-19 pandemic in dki jakarta. In *Proceedings of 2021 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2021* (pp. 574–579). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. DOI: <https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9535062> .
- [7] Putra, E. Y., & Salim, F. F. (2023). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention in Using Mobile Wallets in Batam City. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 329. DOI: <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1163> .
- [8] Iskandar, M., Hartoyo, H., & Hermadi, I. (2020). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach. *International Review of Management and Marketing*, 10(2), 41–49. DOI: <https://doi.org/10.32479/irmm.9292> .
- [9] Nzaramyimana, L., & Susanto, T. D. (2019). Analysis of Factors Affecting Behavioural Intention to Use E-Government Services in Rwanda. In *Procedia Computer Science* (Vol. 161, pp. 350–358). Elsevier B.V. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.133> .
- [10] Wati, S. G., Wihastuti, T. A., & Nasution, T. H. (2017). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention of Nursing Student as Bystander Cardiopulmonary Resuscitation (Cpr) On Handling Out Of Hospital Cardiac Arrest (Ohca) In Malang. *Journal of Nursing Science Update (JNSU)*, 5(2), 230–239. DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.jik.2017.005.02.11> .
- [11] Acikgoz, F., Elwalda, A., & De Oliveira, M. J. (2023). Curiosity on Cutting-Edge Technology via Theory of Planned Behavior and Diffusion of Innovation Theory. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100152> .
- [12] Chan, Y. K., Tang, Y. M., & Teng, L. (2023). A Comparative Analysis of Digital Health Usage Intentions Towards The Adoption of Virtual Reality In Telerehabilitation. *International Journal of Medical Informatics*, 174. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2023.105042> .
- [13] Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rastegar, R., & Hall, C. M. (2021). Destination Image During The COVID-19 Pandemic and Future Travel Behavior: The Moderating Role of Past Experience. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100620> .
- [14] Fitrianie, S., Horsch, C., Beun, R. J., Griffioen-Both, F., & Brinkman, W. P. (2021). Factors Affecting User's Behavioral Intention and Use of a Mobile-Phone-Delivered Cognitive Behavioral Therapy for Insomnia: A Small-Scale UTAUT Analysis. *Journal of Medical Systems*, 45(12). DOI: <https://doi.org/10.1007/s10916-021-01785-w> .
- [15] Owais Shafique, & Maryam Khan. (2020). Factors Affecting Bankers' Behavioral Intention to Adopt Green Banking: An Empirical Analysis of Banks in Pakistan. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(2), 835–843. DOI: <https://doi.org/10.26710/jbsee.v6i2.1258> .
- [16] Chang, M. Y., Kuo, F. L., Lin, T. R., Li, C. C., & Lee, T. Y. (2021). The Intention And Influence Factors of Nurses' Participation In Telenursing. *Informatics*, 8(2). DOI: <https://doi.org/10.3390/informatics8020035> .
- [17] Aslan, H. (2023). The Influence of Halal Awareness, Halal Certificate, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Attitude and Trust On Purchase Intention Of Culinary Products Among Muslim Costumers In Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726> .
- [18] Balkaya, S., & Akkucuk, U. (2021). Adoption And Use of Learning Management Systems In Education: The Role of Playfulness and Self-Management. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–27. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13031127> .
- [19] Wu, P., Zhang, R., Luan, J., & Zhu, M. (2022). Factors Affecting Physicians Using Mobile Health Applications: An Empirical Study. *BMC Health Services Research*, 22(1). DOI: <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07339-7> .
- [20] Choi, Y. J., & Park, J. W. (2020). Investigating Factors Influencing The Behavioral Intention of Online Duty-Free Shop Users. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17). DOI: <https://doi.org/10.3390/su12177108> .