



Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan teori *technology acceptance model* (*tam*)

Irman Maulida Sunarya

Universitas Trisakti

irmanmaulid16@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 12 Agustus 2022

Disetujui 18 Oktober 2022

Diterbitkan 25 oktober 2022

Kata kunci:

Kegunaan; Kemudahan penggunaan; Kepercayaan; Pengaruh sosial; Promosi; Perilaku penggunaan

Keywords :

Utility; Ease of use; Trust; Social influence;

Promotion; Usage behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (*e-wallet*) melalui pendekatan *theory technology acceptance model* (*TAM*). Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, menggunakan *survey research* pada seluruh pengguna aplikasi dompet digital (*e-wallet*) sebagai obyek penelitian. Pengumpulan data digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 246 responden. Metode pengujian data yaitu uji instrument dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas menggunakan *SEM AMOS* dan Uji Reliabilitas menggunakan *SPSS25*. Metode analisis data menggunakan *SEM* dengan *software AMOS*. Hubungan secara langsung menunjukkan bahwa hasil penelitian *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Social Influence*, *Promotion* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*, serta *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perception factors on interest in using digital wallet services (e-wallet) through the theory technology acceptance model (TAM) approach. The method in this study is a quantitative method, using survey research on all users of the digital wallet application (e-wallet) as the object of research. Data collection is used by distributing questionnaires. The research sample was selected using purposive sampling in order to obtain 246 respondents. The data testing method is instrument test with validity test and reliability test. Validity test using AMOS SEM and Reliability Test using SPSS25. The data analysis method uses SEM with AMOS software. The direct relationship shows that the results of the study of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Social Influence, Promotion have a positive effect on Behavioral Intention and Use Behavior, and Behavioral Intention has a positive effect on Use Behavior.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era modern saat ini, menyebabkan penggunaan teknologi berkembang dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan teknologi segalanya terasa lebih efektif dan efisien. Dengan pemanfaatan teknologi tersebut, maka masyarakat akan terbantu untuk mendapatkan sebuah layanan (Wahyudi & Sukmasari, 2018). Sama halnya dengan bidang keuangan atau finansial juga yang mengalami perkembangan cukup signifikan (Muzdalifa et al., 2018). Teknologi dan finansial memiliki keterkaitan satu sama lain (Ansori, 2019). Sebuah perkembangan inovasi teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. *Fintech* bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan sebuah model bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat.

Produk-produk *fintech* yang hadir di Indonesia dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan berbagai layanan kemudahan penggunaannya, masyarakat tanpa disadari telah menggunakan *fintech*, salah satunya adalah penggunaan produk keuangan uang elektronik (Rahma, 2018). Otoritas pemerintah di sejumlah negara mengambil tindakan untuk mendorong pembayaran non *cash* sebagai pencegahan penyebaran virus yang semakin meningkat. Masyarakat khawatir Covid-19 dapat tertular melalui uang fisik. Ini mendorong mereka bergeser untuk menggunakan *e-wallet* (Aji et al., 2020). Disisi lain, era digital (revolusi industri 4.0) telah membawa dinamika bertransaksi masyarakat dari *offline* menjadi *online* (Widiyanti, 2020).

Dompet digital disebut juga dengan *e-wallet*. *E-wallet* hadir dalam bentuk aplikasi di smartphone sehingga dapat digunakan sebagai sistem pembayaran non tunai. Hadirnya produk-produk dompet digital oleh perusahaan penyedia seperti *ShopeePay*, *OVO*, *Go-pay*, *Dana*, *LinkAja* mencerminkan telah diterima oleh masyarakat (Rangkuty, 2021). Indonesia dengan populasi tinggi memiliki potensi untuk akses layanan dompet digital secara meluas dalam meningkatkan penggunaan *e-wallet* (Badri, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan dompet digital. Hal ini disebabkan faktor kemudahan berupa mudah untuk dipelajari serta mudah dipahami, layanan dompet digital juga mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai merchant (pedagang atau toko) yang sudah mendukung transaksi dompet elektronik, serta kemudahan untuk melakukan isi ulang atau *top-up* pada dompet elektroniknya. Penggunaan *e-wallet* tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya faktor pengaruh lingkungan sosial. Dalam hal ini seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika ada orang lain yang menganjurkan untuk menggunakannya. Pengaruh sosial adalah sejauh mana pesan dan sinyal dari orang lain yang mendorong penciptaan nilai sosial yang dirasakan oleh suatu sistem atau teknologi mempengaruhi perilaku orang melalui jaringan sosial.

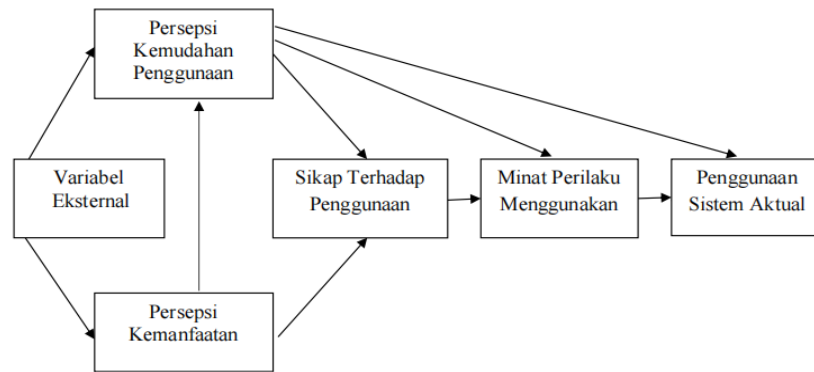
Wallet atau yang sering disebut dengan *mobile wallet* adalah sebuah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan dengan melalui perangkat *mobile*. *E-wallet* dikatakan sebagai jenis terbaru dari layanan *mobile commerce* yang memungkinkan pengguna dapat melakukan suatu transaksi, belanja online, pemesanan dan dapat berbagi layanan yang tersedia (Abdillah, 2020; Kuganathan & Wikramanayake, 2014). *E-wallet* adalah aplikasi yang terhubung melalui Internet dan digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik (Widiyanti, 2020). Sedangkan menurut Rahmawati & Yuliana (2020) *e-wallet* adalah aplikasi untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi atau pembayaran non tunai dengan layanan *e-wallet*, uang tunai yang telah digunakan akan berkurang dan secara tidak langsung memberikan kesadaran kepada masyarakat dalam perubahan pembayaran tunai menjadi non tunai.

Berdasarkan uraian di atas maka disimpulkan bahwa *e-wallet* adalah suatu layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan instrumen pembayaran yang diantara lainnya adalah alat pembayaran yang menggunakan aplikasi dan juga uang elektronik, penerimaan dana, dan pembayaran online antar pengguna individu.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* diperkenalkan oleh Azjen dan Fishbein pada Tahun 1980 yang diusulkan oleh Davis pada Tahun 1989. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah persepsi dari pengguna terhadap system teknologi mengenai sikap dari pengguna dalam pemanfaatan system tersebut (Marangunic & Granic, 2015).

TAM adalah sebuah model untuk memprediksi adopsi aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berkaitan langsung dengannya. *TAM* bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana penerimaan pengguna terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam suatu organisasi (Surendran, 2012).

TAM menggambarkan hubungan kausal antara keyakinan dan tindakan, tujuan kebutuhan, dan penggunaan aktual sistem informasi oleh pengguna. Model *TAM* merinci adopsi Internet dengan dimensi spesifik yang dapat dengan mudah memengaruhi pengguna Internet. Model ini menggunakan dua variabel, kegunaan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*), untuk mengatur faktor kepercayaan setiap perilaku pengguna. Model ini memberikan gambaran yang terbukti secara empiris dari aspek perilaku pengguna komputer, dan banyak pengguna menanggapi keinginan mereka sehingga mereka dapat menggunakan Internet tanpa masalah. Pada *TAM*, penerimaan pengguna sistem informasi ditentukan oleh dua faktor utama: manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*).



Gambar 1 Theory of Acceptance Model (TAM)

Sumber : Jogiyanto, 2007.

Pengaruh sosial dirasakan dan dukungan dukungan yang diperoleh seseorang pengguna teknologi ini dapat dinyatrakan sebagai aspek pengaruh sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Lestari et al. (2020) bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dalam artian banyak faktor eksternal (keluarga, teman, dan lingkungan) mengizinkan bahkan mereka merekomendasikan penggunaan layanan *e-wallet*. Hal ini karena faktor eksternal (keluarga, teman, dan lingkungan) pengguna layanan ewallet telah banyak yang paham dan mengerti tentang layanan *e-wallet* sehingga pengaruh sosial bersifat positif dalam artian banyak faktor eksternal (keluarga, teman, dan lingkungan) mengizinkan bahkan mereka merekomendasikan penggunaan layanan *e-wallet*.

Dari penjelasan penelitian sebelumnya diatas, peneliti berpendapat bahwa faktor sosial menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi. Semakin besar pengaruh sosial yang dirasakan, maka akan semakin besar pula minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, menggunakan *survey research* pada seluruh pengguna aplikasi dompet digital (*e-wallet*) sebagai obyek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian yang berisi pertanyaan (item) dari semua variabel penelitian *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, *social influence*, *promotion*, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Sampel penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 246 responden. Metode pengujian data yaitu uji instrument dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas menggunakan *SEM AMOS* dan Uji Reliabilitas menggunakan *SPSS25*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software AMOS*.

Penelitian ini merupakan survey yang bertujuan untuk menguji hipotesis menggunakan metode *hypothetical testing* untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel satu sama lain. Yang mana secara umum memiliki tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik dari hubungan-hubungan tertentu antar perbedaan dua faktor atau lebih dalam suatu keadaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai mean dari seluruh item pernyataan pada variabel *perceived usefulness* sebesar 4.119, hal ini dapat di interpretasikan bahwa persepsi kemanfaatan/kegunaan memiliki respon yang sangat baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatan bahwa, jika suatu produk dirasa sangat bermanfaat dan berguna baginya, maka akan menarik perhatian terhadap minat dan perilaku seseorang untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 0.9756, dimana jika nilai standar deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Tabel 1 Statistik Deskriptif *Perceived Ease of Use (PEU)*

No	<i>Perceived Ease of Use</i>	Mean	Standard Deviation
1.	Saya sangat mudah mempelajari fitur-fitur yang tersedia dalam layanan <i>e-wallet</i> (PEU1)	3.780	1.099
2.	Menggunakan layanan <i>e-wallet</i> memudahkan saya menghemat waktu dalam melakukan pembayaran (PEU2)	3.475	1.237
3.	Semakin saya sering mengakses layanan <i>e-wallet</i> akan menjadi semakin mahir dalam menggunakannya (PEU3)	3.878	1.010
Total Nilai Rata-Rata		3.711	1.116

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *perceived ease of use*, yang memiliki 3 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa sangat mudah mempelajari fitur-fitur yang tersedia dalam layanan *e-wallet* (PEU1) dengan nilai *mean* 3.780, menggunakan layanan *e-wallet* memudahkan saya menghemat waktu dalam melakukan pembayaran (PEU2) dengan nilai *mean* 3.475, dan semakin sering mengakses layanan *e-wallet* akan menjadi semakin mahir dalam menggunakannya (PEU3) dengan nilai *mean* 3.878.

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai *mean* dari seluruh item pernyataan pada variabel *perceived ease of use* sebesar 3.711, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, jika suatu produk dirasa sangat mudah untuk digunakan, maka akan menarik perhatian terhadap minat dan perilaku seseorang untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 1.1160, dimana jika nilai standar deviasi melebihi 1 ini artinya bahwa respon atau tanggapan responden cenderung sama.

Tabel 2 Statistik Deskriptif *Perceived Trust (PT)*

No	<i>Perceived Trust</i>	Mean	Standard Deviation
1.	Saya percaya atas informasi yang diberikan layanan <i>e-wallet</i> (PT1)	4.227	0.801
2.	Saya percaya teknologi yang digunakan layanan <i>e-wallet</i> sangat aman dan modern (PT2)	4.012	0.892
3.	Saya percaya dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> membuat saya jauh lebih cepat dalam hal bertransaksi (PT3)	3.959	0.911
4.	Saya percaya layanan <i>e-wallet</i> memiliki mekanisme pengiriman informasi yang memastikan penggunaannya aman (PT4)	3.987	0.919
Total Nilai Rat-rata		4.046	0.880

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *perceived trust*, yang memiliki 4 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa saya percaya atas informasi yang diberikan layanan *e-wallet* (PT1) dengan nilai *mean* 4.227, Saya percaya teknologi yang digunakan layanan *e-wallet* sangat aman dan modern (PT2) dengan nilai *mean* 4.012, saya percaya dengan menggunakan layanan *e-wallet* membuat saya jauh lebih cepat dalam hal bertransaksi (PT3) dengan

nilai *mean* 3.959, dan Saya percaya layanan *e-wallet* memiliki mekanisme pengiriman informasi yang memastikan penggunaannya aman (PT4) dengan nilai *mean* 3.987.

Denga demikian hasil yang diperoleh nilai mean dari seluruh item pernyataan pada variabel *perceived trust* 4.046, hal ini dapat di interpretasikan bahwa persepsi kepercayaan memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, jika seseorang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu produk, maka akan menarik perhatian terhadap minat dan perilaku seseorang untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 0.880, dimana jika nilai standard deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Tabel 3 Statistik Deskriptif Social Influence

No	Perceived Social Influence	Mean	Standard Deviation
1.	Saya menggunakan layanan <i>e-wallet</i> sebagai gaya hidup baru di zaman modern saat ini (SI1)	4.292	0.725
2.	Saya terdorong untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> karena rekomendasi dari teman maupun keluarga (SI2)	4.215	0.781
3.	Lingkungan di sekitar saya sangat mendukung untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> (SI3)	4.089	0.876
4.	Kebijakan social distancing mendorong saya untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> (SI4)	4.187	0.806
Total Nilai Rata-rata		4.196	0.777

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai mean dari seluruh item pernyataan pada variabel *use behavior* 4.176, hal ini dapat di interpretasikan bahwa variabel perilaku penggunaan memiliki respon yang sangat baik terhadap para pengguna aktif layanan dompet digital (*e-wallet*). Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 0.707, dimana jika nilai standard deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Hasil Analisis Data

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan program AMOS, di mana menurut (Sekaran dan Bougie, 2016) metode ini dapat memprediksi perubahan-perubahan dalam variabel *dependent* yang dikaitkan dengan variabel *independent*. Metode SEM juga dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan tidak langsung (*indirect effect*) pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. (Hair et al., 2019) Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan 95%. Uji hipotesa ini dilakukan dengan cara membandingkan *p – value* dengan tingkat α sebesar 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $p - value \leq 0.05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Hipotesa didukung.
- Jika $p - value > 0.05$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Hipotesa tidak didukung.

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Estimate	P-Value	Keputusan
H1	<i>Perceived Usefullnes (PU)</i> secara signifikan berpengaruh positif dengan <i>Behavioral Intention (BU)</i>	0.052	0.376	Tidak didukung
H2	<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> secara signifikan	0.014	0.470	Tidak didukung

Hipotesis	Deskripsi	Estimate	P-Value	Keputusan
H3a	berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention (BU)</i> <i>Perceived Trust (PT)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention (BU)</i>	0.123	0,021	Didukung
H3b	<i>Perceived Trust (PT)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Use Behavior (UB)</i>	0.073	0,035	Didukung
H4a	<i>Social Influence (SI)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention (UB)</i>	0,135	0,030	Didukung
H4b	<i>Social Influence (SI)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Use Behavior (UB)</i>	0,093	0,037	Didukung
H5a	<i>Promotion (P)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention (BU)</i>	0.564	0.00	Didukung
H5b	<i>Promotion (P)</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Use Behavior (UB)</i>	0.220	0.00	Didukung
H6	secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention (BU)</i> terhadap <i>Use Behavior (UB)</i>	0.531	0.00	Didukung

Sumber : Data diolah menggunakan AMOS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *social influence*, yang memiliki 4 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa Saya menggunakan layanan *e-wallet* sebagai gaya hidup baru di zaman modern saat ini (SI1) dengan nilai *mean* 4.292, Saya terdorong untuk menggunakan layanan *e-wallet* karena rekomendasi dari teman maupun keluarga (SI2) dengan nilai *mean* 4.215, Lingkungan di sekitar saya sangat mendukung untuk menggunakan layanan *e-wallet* (SI3) dengan nilai *mean* 4.089, dan Kebijakan *social distancing* mendorong saya untuk menggunakan layanan *e-wallet* (SI4) dengan nilai *mean* 4.187.

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai *mean* dari seluruh item pernyataan pada variabel *social influence* 4.196, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, jika seseorang telah dipengaruhi oleh lingkungan sosial terhadap persepsi suatu produk, maka akan menarik perhatian terhadap minat dan perilaku seseorang untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 0.777, dimana jika nilai standar deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Tabel 5 Statistik Deskriptif Promotion

No	Promotional Program	Mean	Standard Deviation
1.	Saya sangat tertarik menggunakan layanan <i>e-wallet</i> karena adanya program promosi seperti voucher maupun cashback (P1)	4.142	0.798
2.	Saya memanfaatkan promo seperti adanya voucher diskon maupun cashback yang mana membuat saya cenderung lebih impulsif dalam bertransaksi menggunakan layanan <i>e-wallet</i> (P2)	4.138	0.785

No	Promotional Program	Mean	Standard Deviation
3.	Saya tidak akan melewatkan berbagai promo yang ditawarkan dengan menggunakan layanan <i>e-wallet</i> pada periode tertentu (P3)	4.187	0.737
4.	Saya akan loyal terhadap salah satu platform layanan <i>e-wallet</i> apabila program promosi yang ditawarkan tersebut memberikan saya keuntungan (P4)	4.032	0.880
Total Nilai Rata-rata		4.125	0.800

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *promotion*, yang memiliki 4 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa saya sangat tertarik menggunakan layanan *e-wallet* karena adanya program promosi seperti *voucher* maupun *cashback* (P1) dengan nilai *mean* 4.142, q

Saya memanfaatkan promo seperti adanya *voucher* diskon maupun *cashback* yang mana membuat saya cenderung lebih impulsif dalam bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet* (P2) dengan nilai *mean* 4.138, Saya tidak akan melewatkan berbagai promo yang ditawarkan dengan menggunakan layanan *e-wallet* pada periode tertentu (P3) dengan nilai *mean* 4.187, dan Saya akan loyal terhadap salah satu platform layanan *e-wallet* apabila program promosi yang ditawarkan tersebut memberikan saya keuntungan (P4) dengan nilai *mean* 4.032.

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai *mean* dari seluruh item pernyataan pada variabel *promotion* 4.125, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel promosi memiliki respon yang baik terhadap minat dan perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, Jika program promosi yang ditawarkan oleh suatu produk dapat memberikan keuntungan, maka akan menarik perhatian terhadap minat dan perilaku seseorang untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi, didapatkan nilai sebesar 0.800, dimana jika nilai standar deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Tabel 6 Statistik Deskriptif Behavioral Intention

No	Behavioral Intention	Mean	Standard Deviation
1.	Saya memiliki minat untuk terus menggunakan layanan <i>e-wallet</i> di masa mendatang (BI2)	4.207	0.701
2.	Saya akan melakukan pembayaran digital menggunakan layanan <i>e-wallet</i> secara rutin (BI3)	4.146	0.724
3.	Saya akan merekomendasikan layanan <i>e-wallet</i> karena hemat waktu dan tenaga sehingga cocok digunakan di masa depan (BI4)	4.081	0.718
Total Nilai Rat-rata		4.145	0.714

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *behavioral intention*, yang memiliki 3 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa Saya memiliki minat untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* di masa mendatang (BI2) dengan nilai *mean* 4.207, Saya akan melakukan pembayaran digital menggunakan layanan *e-wallet* secara rutin (BI3) dengan nilai *mean* 4.146, dan Saya akan merekomendasikan layanan *e-wallet* karena hemat waktu dan tenaga sehingga cocok digunakan di masa depan (BI4) dengan nilai *mean* 4.081.

Dengan demikian hasil yang diperoleh nilai *mean* dari seluruh item pernyataan pada variabel *behavioral intention* 4.145, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel minat penggunaan memiliki respon yang baik terhadap perilaku penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, Jika seseorang sudah memiliki minat untuk menggunakan suatu produk, maka akan berdampak terhadap perilaku penggunaan pada produk tersebut. Sedangkan untuk nilai standar deviasi,

didapatkan nilai sebesar 0.714, dimana jika nilai standard deviasi mendekati 1 ini artinya heterogen atau jawaban responden dapat dikatakan bervariasi.

Tabel 7 Statistik Deskriptif Use Behavior

No	Use Behavior	Mean	Standard Deviation
1.	Saya menggunakan layanan <i>e-wallet</i> sebagai media transaksi pembayaran digital(UB1)	4.239	0.660
2.	Saya termasuk pengguna aktif dalam bertransaksi menggunakan layanan <i>e-wallet</i> karena mudah dan praktis (UB2)	4.182	0.707
3.	Saya menggunakan layanan <i>e-wallet</i> untuk bertransaksi baik secara online maupun offline (UB3)	4.122	0.723
4.	Saya menggunakan layanan <i>e-wallet</i> sebagai suatu kebutuhan gaya hidup baru dalam bertransaksi (UB4)	4.162	0.738
Total Nilai Rata-rata		4.176	0.707

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel *use behavior*, yang memiliki 4 item pernyataan, diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan bahwa Saya menggunakan layanan *e-wallet* sebagai media transaksi pembayaran digital (UB1) dengan nilai *mean* 4.239, Saya termasuk pengguna aktif dalam bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet* karena mudah dan praktis (UB2) dengan nilai *mean* 4.182, Saya menggunakan layanan *e-wallet* untuk bertransaksi baik secara online maupun offline (UB3) dengan nilai *mean* 4.122, dan Saya menggunakan layanan *e-wallet* sebagai suatu kebutuhan gaya hidup baru dalam bertransaksi (UB4) dengan nilai *mean* 4.162.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa bahwa hasil penelitian *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*, *Perceived Trust* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*, *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*, *Promotion* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* dan *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk lebih mementingkan variabel-variabel lain seperti persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi kenyamanan, kelompok referensi, keunggulan relatif, norma subyektif dan sebagainya yang lebih relevan terhadap faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2020). *Financial Technology (FinTech)*. Yayasan Kita Menulis.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). Covid-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1804181.
- Ansori, M. (2019). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31–45.
- Badri, M. (2020). Adopsi inovasi aplikasi dompet digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120–127.
- Kuganathan, K. V., & Wikramanayake, G. N. (2014). Next generation smart transaction touch points. *2014 14th International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions (ICTer)*, 96–102.

- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh payment gateway terhadap kinerja keuangan UMKM. *JASMARK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran Dan Keuangan*, 1(1), 9–18.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan financial technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 184–203.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Rangkuty, D. M. (2021). Apakah penggunaan e-wallet masa pandemi covid-19 semakin meningkat di Indonesia? *UNUSIA CONFERENCE*, 1(1), 251–260.
- Surendran, P. (2012). Technology acceptance model: A survey of literature. *International Journal of Business and Social Research*, 2(4), 175–178.
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2018). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13–24.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.