

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Habib Asseghaf Herdadi

NIM: 17312305

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis
dan Ekonomika UII

Oleh

Nama: Habib Asseghaf Herdadi

No. Mahasiswa: 17312305

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INONESIA**

YOGYAKARTA

2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Habib Asseghaf Herdadi

No. Mahasiswa: 17312305

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 14 Februari 2022

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

(Muammar Nur Khoirid, SE, AK., M.AK)



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Candong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2021/2022, hari Jum'at, tanggal 04 Februari 2022, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : HABIB ASSEGHAF HERDADI
NIM : 17312305
Judul Tugas Akhir : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI Z
Dosen Pembimbing : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A-

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Anggota Tim : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

Yogyakarta, 21 February 2022

Ketua Program Studi Akuntansi,



Mahmudi, Dr., SE., M.Si., Ak., CMA
NIK. 023120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET PADA
GENERASI Z**

Disusun oleh : HABIB ASSEGHAF HERDADI

Nomor Mahasiswa : 17312305

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Jum'at, 04 Februari 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Ika Sriyana, Dr., M.Si



PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kerja sama di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2022



Habib Asseghaf Herdadi

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Puji syukur penulis curahkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata-I Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Islam Indonesia. Skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z”, yang mana dalam penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena nya, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah swt atas segala nikmat sehat lahir dan batin serta kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang tua Saya yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan doa yang tiada hentinya dalam menemani dan mengarahkan perjalanan studi saya hingga saat ini.
3. Seluruh keluarga besar saya, dan adik tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat
4. Sahabat dan teman-teman Saya yang selalu ada dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak. Selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi ini yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan ilmu kepada penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan FBE UII, khususnya Program Studi Akuntansi yang tidak dapat disebutkan satu persatu
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dari penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Atas hasil tulisan ini, penulis membuka kesempatan atas kritik dan saran yang diberikan. Sehingga, dari upaya yang dicurahkan dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis memiliki harapan agar tulisan ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu akuntansi dan kemajuan untuk masyarakat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Yogyakarta, 04 Februari 2022



(Habib Asseghaf Herdadi)

Daftar Isi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hipotesis Penelitian	24
2.4 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	33
3.4 Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43

4.1 Demografi Responden	43
4.2 Model Pengukuran	45
4.3 Koefisien Determinan	50
4.6 Pengujian Hipotesis	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Penelitian	60
5.3. Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
DAFTAR LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1. Demografi Responden	43
Tabel 4.2 Uang Saku	43
Tabel 4.3 Pendidikan	44
Tabel 4.4 <i>Outer Loadings</i>	45
Tabel 4.5 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	46
Tabel 4.6 <i>Fornell-Larcker criterion</i>	47
Tabel 4.7 <i>Cross Loadings</i>	47
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	49
Tabel 4.9 <i>R-Square</i>	50
Tabel 4.10 Path Coefficient	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	70
Lampiran 2	71
Lampiran 3	87
Lampiran 4	87
Lampiran 5	88



ABSTRAK

Sejak tahun 2013 hingga sekarang, pertumbuhan Internet di Indonesia telah mendorong E-commerce. Proporsi penduduk Indonesia yang menggunakan e-commerce telah meningkat dari 34% dari total penduduk pada tahun 2015 menjadi 53% pada tahun 2020.. Adanya perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan dan bantuan bagi perkembangan kegiatan berbagai departemen, kegiatan komersial dan ekonomi. Dengan bantuan teknologi, proses bisnis dapat diselesaikan kapan saja dan di mana saja. Hal ini tentunya dapat mempercepat dan mempermudah proses transaksi yang dilakukan, sehingga dengan sendirinya Fintech akan cepat menjadi kebutuhan yang mempengaruhi gaya hidup banyak orang, terutama yang gaya hidupnya tidak jauh dari Teknologi atau Gadget.

E-wallet merupakan server Uang Elektronik yang dalam proses penggunaannya harus terkoneksi terlebih dahulu dengan server penerbit. *E-wallet* tidak sama dengan kartu kredit atau kartu debit, transaksi dengan *E-wallet* tidak langsung melalui pihak ketiga atau perantara, *Bank for International Settlement* mendefinisikan *E-wallet* sebagai *Mobile Money* multiguna yang dapat digunakan berulang kali untuk digunakan dalam ritel kecil atau pembayaran selain koin.

Ada berbagai variabel yang menjadi tolak ukur Generasi Z dalam hal penggunaan teknologi, yang dapat digunakan untuk menilai seberapa baik teknologi E-wallet diterima oleh Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2021, dan salah satunya yang menggunakan model UTAUT (Unified Theory of Adoption Use of Technology) untuk mengukur bagaimana penerimaan teknologi E-wallet di Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka, Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti dapat memahami kuantitas sebuah fenomena yang dapat digunakan nantinya untuk perbandingan.

Dari salahsatu pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* menunjukkan hasil bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan *E-wallet*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam mengadopsi E-wallet, dan

Kata Kunci : Generasi Z, *E-wallet*, UTAUT2, Behavior Intention, Minat mengadopsi teknologi, Intention to use.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan Internet di Indonesia telah mendorong *E-commerce* dari tahun 2013 sampai saat ini, Jumlah pengguna *E-commerce* di Indonesia meningkat dari 34% dari total populasi pada tahun 2015 menjadi 53% pada tahun 2020 (Das et al., 2016) Konsumen Indonesia sangat reseptif terhadap produk baru di sektor ekonomi digital. Adanya perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan dan bantuan bagi perkembangan kegiatan berbagai departemen, kegiatan komersial dan ekonomi (Das et al., 2016).

Dalam hal ini, perusahaan menggunakan kematangan teknologi untuk menciptakan layanan terobosan baru yang disebut Fintech atau singkatan dari *Financial Technology*. Fintech berasal dari istilah *Financial Technology* Menurut *National Digital Research Center* (NDRC), Fintech merupakan sebuah inovasi di bidang keuangan yang memiliki sentuhan teknologi modern. Adanya Fintech diharapkan dapat membawa proses transaksi keuangan yang lebih praktis namun tetap aman. Proses transaksi keuangan ini meliputi proses pembayaran, peminjaman uang, transfer uang, atau jual beli saham. Dengan bantuan teknologi, proses bisnis dapat diselesaikan kapan saja dan di mana saja. Hal ini tentunya dapat mempercepat dan mempermudah proses transaksi yang dilakukan, sehingga dengan sendirinya Fintech akan cepat menjadi kebutuhan yang mempengaruhi gaya hidup banyak orang, terutama yang gaya hidupnya tidak jauh dari Teknologi atau Gadget. Hal tersebut ditunjukkan dengan Pertumbuhan pasar produk Fintech

di Indonesia menunjukkan tren yang Positif, dibuktikan dengan peningkatan nilai transaksi dan jumlah *Start-up*. Pembayaran *E-money* atau Dompet Digital adalah bentuk layanan Fintech paling populer di Indonesia, diikuti oleh Investasi berbasis web, dan layanan lainnya. Transaksi *E-money* di pasar Ritel Indonesia naik 173% pada Januari 2020 dari tahun sebelumnya karena adopsi lingkungan *Cashless* yang cepat. Hebatnya, transaksi *E-money* mencapai Rp 15,8 triliun di Januari 2020 (Das et al., 2016).

E-wallet merupakan server Uang Elektronik yang dalam proses penggunaannya harus terkoneksi terlebih dahulu dengan server penerbit. *E-wallet* tidak sama dengan kartu kredit atau kartu debit, transaksi dengan *E-wallet* tidak langsung melalui pihak ketiga atau perantara (Amoroso & Magnier-watanabe, 2012). Komite Sistem Pembayaran dan Penyelesaian *Bank for International Settlement* mendefinisikan *E-wallet* sebagai *Mobile Money* multiguna yang dapat digunakan berulang kali untuk digunakan dalam ritel kecil atau pembayaran selain koin. beda *E-wallet* dengan emoney, menurut Halomoney.com berikut beberapa perbedaan antara *E-wallet* dengan *E-money*:

1. *E-money* di Indonesia umumnya berbasis chip yang ditanam pada kartu atau media lain (chip based), sedangkan e- wallet adalah server berbasis uang elektronik;
2. *E-money* umumnya digunakan untuk keperluan sehari-hari seperti transaksi di jalan tol, pembayaran tiket angkutan umum, transaksi di gerai ritel dan pembelian tiket di tempat hiburan, sedangkan *E-wallet* biasanya digunakan untuk belanja online, belanja di gerai ritel *offline* , pembelian

pulsa telepon, pembayaran token listrik, tagihan BPJS, tagihan TV berbayar, dll;

3. Maksimal saldo *E-money* hanya 1 juta, sedangkan saldo *E-wallet* maksimal bisa sampai 10 juta.

Pendapat lainnya menyatakan bahwa perkembangan *E-wallet* bukan karena fasilitas yang disediakan oleh *Mobile Wallet*, tetapi karena jumlah perangkat *Mobile* yang bertambah. Saat ini hampir setiap orang memiliki perangkat *Mobile* dan perangkat *Mobile* tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Karena penggunaan perangkat seluler yang semakin meningkat, para pelaku bisnis akhirnya berinovasi menggunakan perangkat seluler sebagai perantara penggunaan *E-wallet*. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *E-wallet* hadir bukan sebagai pengganti transaksi tunai, melainkan sebagai pelengkap dari uang tunai itu sendiri. Empat *platform E-wallet* teratas di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif antara tahun 2019 dan 2020 adalah Go-Pay, OVO, DANA, dan Linkaja. Pertumbuhan stabil yang ditunjukkan oleh OVO tidak terlepas dari kemitraannya dengan Grab, layanan pemesanan kendaraan terbesar di Asia Tenggara, serta Tokopedia, pemain dominan di pasar *E-commerce* online Indonesia. Selanjutnya DANA yang diperkenalkan pada 2018, berhasil mendongkrak popularitasnya dan menggantikan Linkaja di posisi ketiga pada kuartal kedua 2019. Sementara itu, Linkaja sudah menikmati posisi nyaman karena memiliki layanan pembayaran terintegrasi yang disediakan oleh Bank-Bank BUMN (Devita, 2020).

Program E-wallet digunakan oleh sebagian besar pengguna untuk pengiriman makanan *online*, pemesanan transportasi *online*, dan belanja *online*. Transaksi seperti ini biasa terjadi di kalangan nasabah Indonesia, khususnya Generasi Z yang sudah melek teknologi dan terbiasa menggunakan teknologi dan jaringan internet dalam kehidupan sehari-hari. Michael Dimock, presiden Pew Research Center, menjelaskan dalam jurnal “*Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begin*” agar Milenial tetap bermakna secara analitis dan mulai melihat apa yang mungkin unik tentang kelompok berikutnya, Pew Research Center memutuskan setahun yang lalu untuk menggunakan 1996 sebagai tahun kelahiran terakhir bagi Milenial. Siapa pun yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 (usia 23 hingga 38 tahun 2019) disebut sebagai Milenial, sedangkan mereka yang lahir setelah tahun 1997 disebut sebagai Generasi Z. Faktor generasi lainnya adalah teknologi, khususnya pertumbuhan pesat cara orang berkomunikasi dan terhubung. *Baby Boomers* tumbuh saat televisi berkembang pesat, secara radikal mengubah gaya hidup dan hubungan mereka dengan dunia. Milenial tumbuh selama ledakan internet, sedangkan Generasi X tumbuh selama revolusi komputer. Dalam perkembangan ini, yang unik dari Generasi Z adalah bahwa semua hal di atas telah menjadi bagian dari kehidupan mereka sejak awal. *iPhone* diluncurkan pada tahun 2007, ketika Gen Z tertua berusia 10 tahun. Pada saat mereka berusia remaja, sarana utama yang digunakan anak muda Amerika untuk terhubung dengan web adalah melalui perangkat seluler, *WIFI*, dan layanan seluler bandwidth tinggi. Media sosial, konektivitas konstan, serta hiburan dan komunikasi sesuai permintaan adalah inovasi yang diadaptasi oleh generasi

Millennial seiring bertambahnya usia. Bagi mereka yang lahir setelah tahun 1996, ini sebagian besar diasumsikan (Dimock, 2019).

Penelitian mengenai Niat penggunaan *E-wallet* pada generasi Z dengan menggunakan model penelitian UTAUT2 belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya dimana penelitian Sebelumnya yang dilakukan oleh (yang et al., 2021) mengeksplorasi efek dari manfaat yang dirasakan, seperti persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan terhadap niat untuk *menggunakan E-wallet* dan adopsi *E-wallet* di antara orang dewasa dengan menggunakan UTAUT.

Kemudian penelitian yang serupa juga dilakukan oleh (Baptista & Oliveira, 2015) dimana penelitian ini Menganalisis Pesatnya kemajuan komunikasi, teknologi seluler, dan menjamurnya perangkat pintar yang telah meningkatkan pentingnya layanan perbankan seluler bagi bank, lembaga keuangan, dan penggunanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasilnya, Harapan kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan ditemukan sebagai yang paling signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan teknologi.

Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Ridaryanto et al., 2019) dimana Sesuai dengan fokus penelitian, penelitian ini mengadopsi teknik kuantitatif dengan desain explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *E-wallet* di Indonesia. Temuan mengungkapkan bahwa kepercayaan dan promosi memiliki dampak parsial pada niat untuk menggunakan *E-wallet*. Pengaruh sosial, di sisi lain, tidak berpengaruh pada niat untuk menggunakan *E-wallet*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Aji et al., 2020) dimana Selama wabah COVID-19, penelitian ini menambah literatur dengan menyelidiki dampak risiko yang dirasakan, dukungan pemerintah, dan imbalan yang dirasakan pada kecenderungan pelanggan untuk menggunakan *E-wallet*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dukungan pemerintah terhadap niat menggunakan *E-wallet* berbeda antar negara. Selain itu, manfaat yang dirasakan sepenuhnya memediasi dukungan pemerintah untuk menerapkan penggunaan *E-wallet*, dan sebagian memediasi efek risiko yang dirasakan pada niat untuk menggunakan *E-wallet*.

Kemudian penelitian terakhir yang dijadikan bahan perbandingan dan bahan rujukan oleh peneliti yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Joshi, 2020) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat perilaku terhadap adopsi mobile wallet dan untuk menguji efek moderasi jenis kelamin dan usia antara adopsi mobile wallet dan sikap dan niat pengguna. Hasilnya menunjukkan bahwa baik jenis kelamin dan usia memoderasi hubungan sikap dan niat lalu pengaruhnya terlihat lebih banyak untuk pengguna pria yang muda. Sampel terdiri dari mahasiswa dan profesional, di kota-kota besar. Penelitian ini hanya mengkaji peran moderasi usia dan jenis kelamin.

Dari kelima penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya tersebut, bahwa terdapat persamaan mengenai subjek yang ditelitinya yaitu berupa *E-wallet* dan beberapa faktor pendukung lainnya. Dari kelima penelitian tersebut, bahwa terdapat hasil yang berbeda-beda dengan tingkat signifikansi yang berbeda pula, sehingga dengan dilakukannya penelitian yang serupa oleh peneliti saat ini

untuk memperoleh hasil apakah penelitian yang dilakukan saat ini memiliki hasil yang sama seperti penelitian-penelitian yang telah dilakukan. Maka, dengan adanya latar belakang dan uraian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Analisis faktor faktor yang mempengaruhi minat penggunaan E-wallet pada generasi Z”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
2. Apakah *Effort Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
3. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
4. Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
5. Apakah *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
6. Apakah *Price Value* memiliki memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?
7. Apakah *Habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z?

8. Apakah niat menggunakan E-wallet berpengaruh terhadap Intensitas Generasi Z dalam menggunakan E-wallet?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun terdapat beberapa tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendapatkan bukti mengenai:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
3. Pengaruh *Social Influence* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
4. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
5. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
6. Pengaruh *Price Value* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
7. Pengaruh *Habit* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*
8. Pengaruh *Intention to Use* terhadap Intensitas Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak antara lain:

1. Hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi penyedia layanan *E-wallet* untuk menjaga dan menciptakan layanan dompet digital yang kreatif dan efektif serta efisien, guna menarik minat konsumen untuk bertransaksi secara *cashless* menggunakan *E-wallet*.
2. Dapat dijadikan Masyarakat untuk mengetahui alasan minat Generasi Z dalam mengadopsi sebuah teknologi untuk membantu kegiatannya dalam bertransaksi.
3. Dapat digunakan Oleh peneliti selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* atau dalam mengadopsi suatu teknologi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah mengenai pengenalan *E-wallet*, serta Karakteristik Generasi Z dan Model Penelitian UTAUT2 rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan peneliti yang akan dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang penjelasan mengenai E-wallet dan uraian teori yang digunakan dalam penelitian yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang meliputi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Behavioral intention*, dan *Intention to Use*.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang digunakan meliputi populasi dan penentuan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menjelaskan hasil dari pengolahan data yang digunakan dalam penelitian dan pembahasan yang didasarkan atas hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan sebelumnya. Keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *E-wallet* di Indonesia

E-wallet adalah layanan elektronik untuk menyimpan data dan alat pembayaran, seperti alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan uang elektronik, serta menyimpan dana dan melakukan pembayaran. *E-wallet* dapat berbentuk dari program perangkat lunak, aplikasi, atau bahkan layanan yang dirancang untuk menyimpan uang digital dan melakukan transaksi online antar pengguna.

Berikut beberapa aplikasi *E-wallet* yang ada di Indonesia, diantaranya yaitu:

1. Gopay

Seperti yang kita ketahui bersama, Gopay merupakan salah satu *E-wallet* yang terdapat di dalam aplikasi Gojek yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas layanan yang disediakan di dalam aplikasi.

2. OVO

Meskipun data iprice menunjukkan bahwa OVO mengalami penurunan pengguna pada tahun 2018, OVO berhasil menduduki peringkat kedua sebagai salah satu *E-wallet* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2019 atau setahun kemudian. OVO tidak hanya dapat digunakan untuk pembelian *online*, namun kini juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran *offline* di sejumlah merchant dan mitra yang telah bermitra dengan OVO.

3. DANA

DANA berada di posisi ketiga sebagai salah satu penyedia E-Wallet terpopuler di Indonesia. DANA, meski baru (dirilis pada 2018), berdampak langsung pada konsumennya dan menempati peringkat ketiga.

DANA adalah salah satu aplikasi *E-wallet* yang tersedia sebagai hasil dari perjanjian Ant Financial dengan Emtek Group. Pelanggan Dana *E-wallet* ini selanjutnya dapat menggunakan program marketplace Bukalapak untuk melakukan transaksi.

4. LinkAja

LinkAja mampu menduduki peringkat keempat sebagai penyedia *E-wallet* terpopuler di tahun 2019. Perlu diketahui bahwa LinkAja adalah *E-wallet* yang diciptakan melalui penggabungan BUMN seperti T-Cash, UNIQUE, Mandiri e-cash, T-Bank, dan T-Money.

5. I-Saku

Pada tahun 2018, iSaku menduduki peringkat keempat dalam hal jumlah *E-wallet* yang dimilikinya. Namun, pada kuartal pertama 2019, aplikasi ini merosot ke peringkat enam. *E-wallet* kemudian mampu merebut kembali posisi pertama pada kuartal kedua tahun yang sama.

6. JENIUS

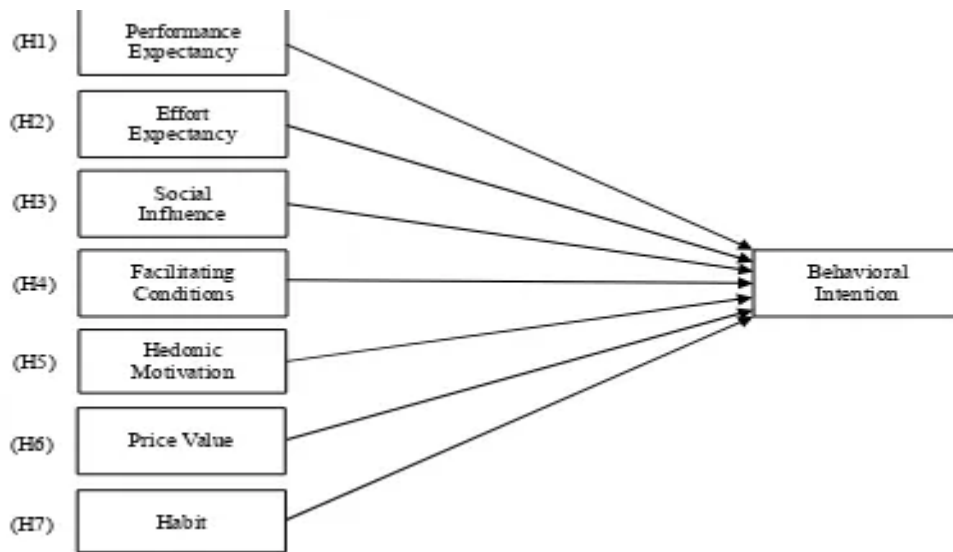
Ada Jenius di bawah peringkat uang saku yang telah mengalami peningkatan pengguna sejak kuartal keempat tahun 2018. Selain fungsi transaksional, genius juga dapat digunakan untuk perbankan digital bagi mereka yang ingin menyimpan uang secara *online*.

2.1.2 Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*

Venkatesh menetapkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), yang merupakan model terintegrasi berdasarkan teori sosial kognitif dan sintesis dari delapan model penelitian utama tentang penerimaan teknologi informasi. Model UTAUT telah terbukti menjelaskan hingga 70% varians pengguna menggunakan delapan teori penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2016). Dengan penambahan banyak variabel, Model UTAUT lama terdiri dari empat komponen utama yang mempengaruhi niat perilaku untuk memanfaatkan teknologi: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan faktor-faktor yang memfasilitasi *Performance expectancy* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem/teknologi oleh pengguna. *Social influence* adalah sejauh mana persepsi seseorang bahwa pihak lain percaya bahwa sebaiknya menggunakan sistem/teknologi. *Facilitating conditions* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi (Chang, 2012; Raman & Don, 2013). Model UTAUT menekankan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* secara teori dan empiris mempengaruhi niat perilaku (behavioral intention) untuk menggunakan suatu sistem/teknologi. Sedangkan *behavioral intention* dan *facilitating conditions* menentukan penggunaan sistem/teknologi (*use behavior*). Gender, usia, dan pengalaman juga digunakan sebagai variabel

pembeda individu dalam menguji pengaruh kondisi fasilitas, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat perilaku, serta pengalaman sebagai pembeda individu dalam menguji pengaruh niat pada perilaku penggunaan teknologi.

UTAUT adalah model yang didirikan oleh Venkatesh et al. (2003) menggunakan review dan konsolidasi model-model sebelumnya yang terdiri dari ide-ide inti tentang penerimaan dan berperilaku dalam menggunakan teknologi namun tetapi tidak memiliki objek tertentu. berasal dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya, venkatesh dan sekelompok peneliti lainnya menciptakan model UTAUT pertama kemudian UTAUT 2 pada tahun 2013. Model UTAUT 2 adalah pengembangan dari model UTAUT yang pertama, dimana mengkaji adopsi dan penggunaan teknologi di lingkungan konsumen. Tujuan dari model UTAUT2 adalah untuk menetapkan tiga dimensi dasar penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk publik maupun konsumen, serta untuk mengubah beberapa hubungan yang ada dalam ide model UTAUT yang pertama, dan mengenalkan hubungan baru pada UTAUT2. Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan untuk memperluas UTAUT ke UTAUT2.



Tujuan menggunakan UTAUT untuk penelitian adalah untuk membantu organisasi dalam lebih memahami bagaimana pengguna bereaksi terhadap teknologi baru. Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Faktor Fasilitas merupakan Empat dimensi yang mempengaruhi niat perilaku dalam memanfaatkan teknologi. ketika UTAUT pertama kali dibentuk pada tahun 2003 dimana ini merupakan perkembangan dari Technology Acceptance Model (TAM) sekaligus juga hasil dari perkembangan 4 konstruk milik TAM yang akhirnya dikembangkan menjadi UTAUT yang pertama (Onibala et al., 2021).

2.1.3 Kegunaan yang dirasakan (*Performance Expectancy*)

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya meningkatkan kinerjanya disebut sebagai harapan kinerja (Venkatesh, 2003). Dalam studi ini, ekspektasi kinerja digunakan untuk menentukan seberapa besar manfaat yang dirasakan memengaruhi niat perilaku Generasi Z untuk menggunakan dompet elektronik atau *E-wallet*.

2.1.4 Kemudahan Penggunaan (*Effort Expectancy*)

Harapan usaha sebagai tingkat kenyamanan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan suatu sistem. Dalam penelitian ini, *Effort Expectancy* digunakan untuk menilai dampak *Effort Expectancy* terhadap niat perilaku pada Generasi Z saat menggunakan *E-wallet* (Venkatesh, 2003).

2.1.5 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Jumlah dimana seseorang menghargai pendapat orang lain yang percaya bahwa dia menggunakan teknologi disebut sebagai pengaruh sosial. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh sosial memainkan peran penting dalam menentukan kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Dalam penelitian ini, *Social Influence* digunakan untuk mengukur sejauh mana sosial berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan *E-wallet* pada generasi Z (Moore & Benbasat, 1991; Venkatesh et al., 2016).

2.1.6 Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi berarti sejauh mana ketersediaan dukungan teknis untuk penggunaan teknologi baru (Venkatesh, 2003). *Facilitating conditions* dalam variabel penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan *E-wallet* pada generasi Z.

2.1.7 Motivasi Hedonis (*Hedonic motivation*)

Brown dan Venkatesh (2005) Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kenikmatan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, dan merupakan faktor kunci dalam adopsi teknologi baru. Di antara penelitian ini, variabel motivasi Hedonis digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh

motivasi Hedonis terhadap niat perilaku pada Generasi Z saat menggunakan *E-wallet*.

2.1.8 Nilai Harga (*Price Value*)

Price Value atau Persepsi seseorang tentang biaya dalam mengadopsi teknologi dalam kaitannya dengan keuntungan yang dirasakan dikenal sebagai *Price Value* (Raman & Don, 2013). *Price Value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan *E-wallet* di kalangan Z

2.1.9 Kebiasaan (*Habit*)

Habit dibedakan dalam dua cara berbeda. *Habit* pertama dipandang sebagai perilaku sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005) dan kedua, *Habit* adalah dimana individu percaya bahwa perilaku itu otomatis (Limayem, 2001). (Venkatesh et al., 2016) mencontohkan *Habit* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung melalui niat perilaku. Variabel *Habit* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kebiasaan terhadap niat berperilaku menggunakan *E-wallet* pada generasi Z.

2.1.10 Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Berdasarkan teori utama untuk semua model niat yang dibahas di atas, harapannya bahwa *Behavioral Intention* akan menjadi perkiraan dalam perilaku aktual. Variabel *Behavioral Intention* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Behavioral Intention* terhadap Intensitas penggunaan *E-wallet* di kalangan Z.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Yang, M.; Mamun & Mohiuddin, M.; Nawi, 2021) Dampak dari kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan pada niat dan adopsi *E-wallet* di antara individu yang menggunakan UTAUT diselidiki dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif ini menggunakan Google Form untuk mengumpulkan data dari 501 responden dengan desain penelitian *cross-sectional*. Pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil sebagian digunakan untuk menguji data yang dikumpulkan (PLS-SEM). Akibatnya, kegunaan yang dirasakan, kesederhanaan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan semuanya memiliki implikasi yang menguntungkan pada niat adopsi *E-wallet*. Studi ini menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan *E-wallet* memiliki pengaruh hubungan untuk mengadopsi sebuah teknologi yaitu *E-wallet*. Pengaruh kompatibilitas gaya hidup terhadap niat dalam menggunakan *E-wallet* oleh usia dan jenis kelamin responden.

Penelitian yang dilakukan oleh (Baptista & Oliveira, 2015) penelitian ini Menganalisis Pesatnya kemajuan komunikasi, teknologi seluler, dan menjamurnya perangkat pintar yang telah meningkatkan pentingnya layanan perbankan seluler bagi bank, lembaga keuangan, dan penggunanya. Di negara-negara berkembang, terutama di Afrika, seperti *mobile banking* dapat memainkan peran yang kuat, menyediakan cara untuk mengatasi permasalahan transaksi keuangan dengan memungkinkan penduduk setempat untuk melakukan transaksi keuangan dengan

mudah, kapanpun dan dimanapun. Penelitian ini mengusulkan model teoritis inovatif dan komprehensif yang menggabungkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu untuk memajukan pengetahuan tentang penerimaan *mobile banking*. (UTAUT2) dari (Venkatesh, 2003) dengan memoderasi budaya sehingga memberikan wawasan baru ke dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan bagaimana budaya mempengaruhi perilaku penggunaan individu. Model diuji dengan menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM). Hasilnya, Harapan kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan ditemukan sebagai yang paling signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan teknologi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Ridaryanto, Firmansyah, Refi Kautsar Kartono & Sundjaja, 2019) dimana Sesuai dengan fokus penelitian, penelitian ini mengadopsi teknik kuantitatif dengan desain explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *E-wallet* di Indonesia. Metode pengambilan sampel non-probabilitas digunakan untuk memilih sampel, yang terdiri dari 143 pengguna dompet elektronik. Banyaknya indikator penelitian menentukan jumlah minimal sampel. Model regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Temuan mengungkapkan bahwa kepercayaan dan promosi memiliki dampak parsial pada niat untuk menggunakan *E-wallet*. Pengaruh sosial, di sisi lain tidak berpengaruh pada niat untuk menggunakan dompet elektronik.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Aji et al., 2020) Niat pelanggan untuk menggunakan *E-wallet* selama wabah COVID-19 dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan, dukungan pemerintah, dan keuntungan yang dirasakan, menurut

penelitian ini.. Untuk memberikan wawasan yang lebih bermanfaat, kontribusi besar lain dari penelitian ini adalah menyelidiki perbedaan kelompok antara Indonesia dan Malaysia dalam model keseluruhan. Kuesioner penelitian ini dibagikan kepada responden dengan menggunakan teknik proporsional sampling. Hasilnya, terkumpul 259 responden dari Indonesia dan 207 dari Malaysia. Kedua negara tersebut dipilih karena Indonesia dan Malaysia dapat dianggap sebagai dua negara terparah di ASEAN yang terkena dampak COVID-19. Model diuji dengan menggunakan pendekatan *PLS-Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dukungan pemerintah terhadap niat menggunakan *E-wallet* berbeda antar negara. Selain itu, manfaat yang dirasakan sepenuhnya memediasi dukungan pemerintah untuk menerapkan penggunaan *E-wallet*, dan sebagian memediasi efek risiko yang dirasakan pada niat untuk menggunakan *E-wallet*.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Joshi, 2020) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat perilaku terhadap adopsi *mobile wallet* dan untuk menguji efek moderasi jenis kelamin dan usia antara adopsi *mobile wallet* dan sikap dan niat pengguna. Sampel dari penelitian ini adalah 744 pengguna dompet seluler yang memberikan pendapat mereka tentang dompet seluler, berbagai layanan dompet seluler yang digunakan dan persepsi tentang kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keamanan, kondisi yang memfasilitasi dan kompatibilitas gaya hidup (LC). Untuk menguji efek moderasi dari jenis kelamin dan usia, dengan menggunakan dua metode. yaitu, analisis parsial kuadrat-multi kelompok Henseler (PLS-MGA),

pendekatan non-parametric, dan PLS-MGA, pendekatan parametric. Analisis data menggunakan Pemodelan persamaan struktur kuadrat terkecil parsial. Kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, keamanan, kondisi memfasilitasi dan LC secara signifikan mempengaruhi sikap dan niat pengguna. Hasilnya menunjukkan bahwa baik jenis kelamin dan usia memoderasi hubungan sikap dan niat lalu pengaruhnya terlihat lebih banyak untuk pengguna pria yang muda. Sampel terdiri dari mahasiswa dan profesional, di kota-kota besar. Penelitian ini hanya mengkaji peran moderasi usia dan jenis kelamin.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Pengarang /Tahun	Judul	Metode penelitian	Hasil
1	Yang, M.; Mamun & Mohiuddin, M.; Nawi, 2021	<i>A Study on Intention and Adoption of E wallet</i>	Studi kuantitatif dengan mengadopsi desain penelitian <i>cross-sectional</i>	Hasilnya, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, kompatibilitas gaya hidup, dan kepercayaan yang dirasakan menunjukkan efek positif yang signifikan pada niat

				untuk menggunakan <i>E-wallet</i> dan adopsi <i>E-wallet</i>
2	Gancalo baptista, 2015	<i>Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators</i>	Model diuji dengan menggunakan Pemodelan persamaan struktural (SEM).	Hasilnya, Harapan kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan ditemukan sebagai yang paling signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan teknologi.
3	Ridaryanto Dkk, 2019	<i>International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering</i>	pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory sesuai dengan fokus penelitian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh	kepercayaan dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan <i>E-wallet</i> . Namun, pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan <i>E-wallet</i> .

			pengguna <i>E-wallet</i> di Indonesia	
4	Aji Hendi Mustiko, 2020	<i>COVID-19 and E-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia</i>	Model diuji dengan menggunakan pendekatan PLS-Structural Equation Modeling (SEM).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dukungan pemerintah terhadap niat menggunakan <i>E-wallet</i> berbeda antar negara
5	Joshi, 2020	<i>The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet</i>	Untuk menguji efek moderasi dari jenis kelamin dan usia, dengan menggunakan dua metode. yaitu, analisis parsial kuadrat-multi kelompok Henseler	Hasilnya menunjukkan bahwa baik jenis kelamin dan usia memoderasi hubungan sikap dan niat lalu pengaruhnya terlihat lebih banyak untuk pengguna pria yang muda. Sampel terdiri dari mahasiswa dan profesional, di kota-kota besar. Penelitian

			(PLS-MGA), pendekatan non- parametric, dan PLS- MGA, pendekatan parametric. Analisis data menggunakan Pemodelan persamaan struktur kuadrat terkecil parsial.	ini hanya mengkaji peran moderasi usia dan jenis kelamin.
--	--	--	--	---

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 *Performance Expectancy* dan niat menggunakan *E-wallet*

Performance Expectancy adalah sejauh mana individu percaya bahwa kinerja dalam melakukan tugasnya akan ditingkatkan melalui penggunaan teknologi informasi tertentu (Venkatesh, 2003). Dalam konteks penggunaan *E-wallet*, *Performance Expectancy* merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa

dengan menggunakan *E-wallet* dapat memberikan manfaat dan akan membantu meningkatkan Efektivitas dalam melakukan kegiatan seperti berbelanja atau dalam bertransaksi. Apabila Masyarakat khususnya generasi Z meyakini bahwa dengan menggunakan *E-wallet* akan memberikan banyak manfaat dan membantu meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi, maka mereka akan memiliki niat untuk menggunakan teknologi informasi. Beberapa penelitian menemukan Pengaruh positif *Performance Expectancy* terhadap niat adopsi teknologi informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian, seperti (Baptista & Oliveira, 2015; Lee et al., 2019)

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: *Performance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.2 *Effort Expectancy* dan niat menggunakan *E-wallet*

Effort Expectancy adalah sejauh mana upaya yang perlu dilakukan individu dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks penggunaan *E-wallet*, *Effort Expectancy* adalah persepsi pengguna menjelaskan bahwa menggunakan *E-wallet* memiliki tingkat kemudahan dalam mengoperasikan sistem tersebut, seperti terdapat banyak fitur untuk berbagai macam pembayaran dari Listrik, Pulsa, Paket Internet, Pembayaran *E-commerce* dan lain sebagainya akan membuat Generasi Z memiliki niat yang kuat untuk menggunakan *E-wallet*, jika mereka menganggap menggunakan *E-wallet* itu mudah. Pengaruh positif *Effort Expectancy* terhadap niat adopsi teknologi

informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian, seperti (Baptista & Oliveira, 2015; Intarot, 2018)

H2: *Effort Expectancy* (EE) memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.3 *Social Influence* dan niat menggunakan *E-wallet*

Social Influence adalah persepsi pengguna teknologi informasi bahwa orang terdekatnya (keluarga, teman) menyarankan mereka harus menggunakan teknologi informasi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks *E-wallet*, pengaruh sosial adalah persepsi Generasi Z bahwa orang terdekatnya menyarankan agar menggunakan *E-wallet* untuk Bertransaksi. *Social Influence* berhubungan dengan pengaruh dan status lingkungan dimana Generasi Z berada. Ketika orang-orang terdekat mereka mendorong penggunaan teknologi informasi tertentu, maka individu tersebut dapat terpengaruh untuk menggunakan teknologi informasi yang sama. Pengaruh positif *Social Influence* terhadap niat adopsi teknologi informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian seperti (Abdullah et al., 2020; Yang, M.; Mamun & Mohiuddin, M.; Naw, 2021)

H3: *Social Influence*(SI) memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.4 *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*

Facilitating Conditions adalah dukungan teknis yang tersedia bagi pengguna saat menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Untuk mengadopsi *E-wallet* Generasi Z memerlukan keahlian, seperti cara mengoperasikan aplikasi untuk melakukan transaksi. Pengguna yang memiliki

akses lebih baik untuk kondisi fasilitas, seperti tutorial penggunaan aplikasi, serta bagaimana memahami user interface akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi *E-wallet*. Pengaruh positif *Facilitating Conditions* terhadap intensitas dalam penggunaan suatu teknologi informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian, seperti (Abdullah et al., 2020; Intarot, 2018)

H4: Apakah *Facilitating Conditions (FC)* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.5 Hedonic Motivation dan niat menggunakan E-wallet

Hedonic Motivation adalah kenikmatan atau kebahagiaan yang dihasilkan dari penggunaan suatu teknologi dan berperan penting dalam menentukan adopsi teknologi baru. Kebahagiaan pengguna diantaranya merasa difasilitasi oleh teknologi informasi sehingga dapat membantu dalam meningkatkan kinerja atau keefektifan dalam melakukan pekerjaan tertentu seperti bertransaksi. Variabel Motivasi hedonis dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Motivasi hedonis terhadap niat berperilaku menggunakan *E-wallet* di kalangan Z, semakin pengguna senang akan benefit yang didapatkan dalam mengadopsi teknologi informasi, maka semakin tinggi juga keinginan untuk mengadopsi sebuah teknologi informasi tersebut. Pengaruh positif *Hedonic Motivation* terhadap niat adopsi teknologi informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian, seperti (Baptista & Oliveira, 2015; Lee et al., 2019).

H5: *Hedonic Motivation (HM)* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.6 *Price Value* dan niat menggunakan *E-wallet*

Pandangan seseorang tentang biaya mengadopsi teknologi dalam kaitannya dengan keuntungan yang dirasakan disebut nilai harga atau *Price Value*. Dalam studi ini, nilai harga mengacu pada seberapa berharganya teknologi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Konsumen lebih siap untuk menerima teknologi ketika manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biayanya (Venkatesh et al., 2016). Beberapa penelitian tentang adopsi teknologi seluler, termasuk nilai harga dan niat perilaku, telah dilakukan sebelumnya dan hasilnya memiliki pengaruh yang signifikan.

H6: *Price Value (PV)* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

2.3.7 *Habit* terhadap niat menggunakan *E-wallet*

Habit dibedakan dalam dua cara berbeda. *Habit* pertama dipandang sebagai perilaku sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005) dan kedua, *Habit* adalah dimana individu percaya bahwa perilaku itu otomatis (Limayem, 2001). *Habit* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung melalui niat perilaku (Venkatesh et al., 2016). Dalam konteks dengan niat menggunakan *E-wallet*, Kebiasaan dilakukan oleh pengguna yang sudah pernah melakukan transaksi dengan *E-wallet* sehingga timbul rasa ketergantungan untuk selalu menggunakan suatu Teknologi Informasi karena Benefit atau keuntungan yang mungkin didapatkan. Dalam Variabel *Habit* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kebiasaan terhadap *Use Behavior* menggunakan *E-wallet* pada generasi Z. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif *Habit* terhadap intensitas

penggunaan suatu teknologi informasi seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2020; Ispriandina & Sutisna, 2019)

H7: *Habit (H)* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan *E-wallet* pada generasi Z

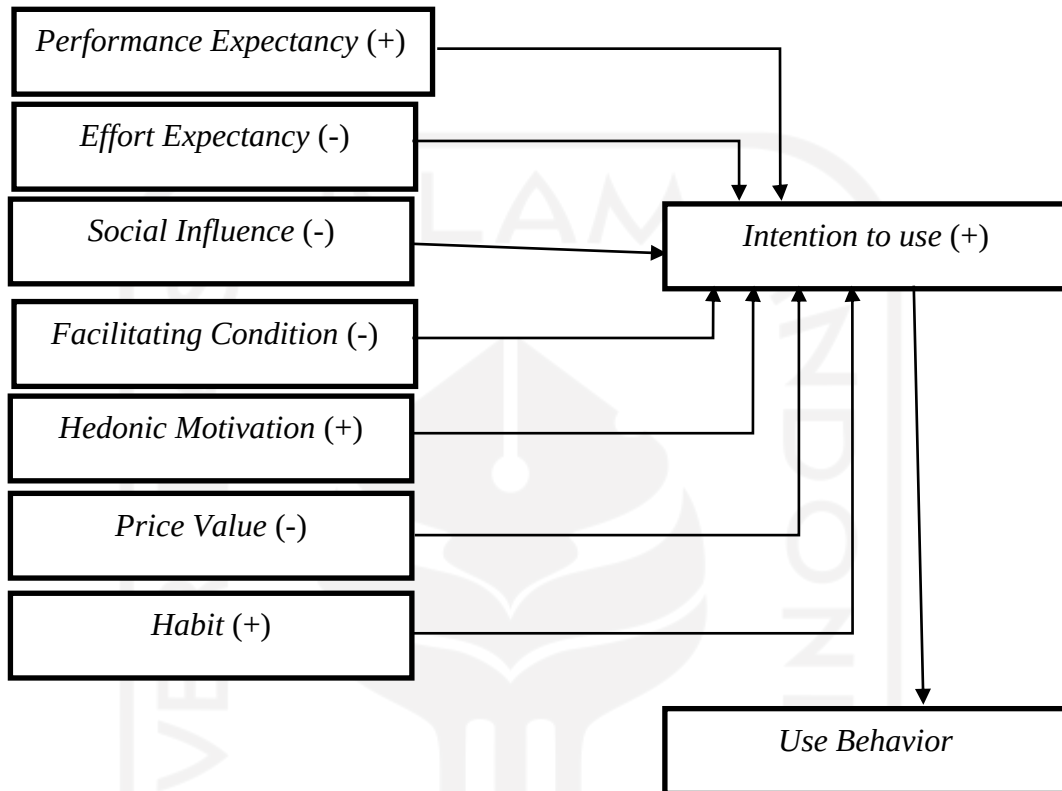
2.3.8 Behavioral Intention terhadap Use Behaviour

Berdasarkan teori utama untuk semua model niat yang dibahas di atas, harapannya bahwa *Behavioral Intention* akan menjadi perkiraan dalam perilaku aktual. Dalam konteks dengan penggunaan *E-wallet* *Behavioral Intention* dapat diukur dengan seberapa sering intensitas seseorang khususnya Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Dalam penelitian ini, variabel *behavioral intention* digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh *Behavioral Intention* terhadap adopsi *E-wallet* pada generasi Z.. Pengaruh positif *Behavioral Intention* terhadap Intensitas dalam penggunaan suatu teknologi informasi telah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian, seperti (Hidayat et al., 2020; Onibala et al., 2021)

H8: *Behavioral Intention (INT)* memiliki pengaruh positif terhadap Use Behavior *E-wallet* pada generasi Z

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang mengumpulkan informasi berupa angka-angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Penelitian kuantitatif cocok untuk digunakan dalam dengan data berupa angka. Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengkarakterisasi fenomena dan memahami mengapa sesuatu terjadi. Peneliti dapat menangkap kuantitas suatu fenomena dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang kemudian dapat digunakan untuk perbandingan nanti. Penelitian kuantitatif pada umumnya merupakan pengejawantahan dari paradigma berpikir deduktif, dimana peneliti berusaha menemukan pengetahuan baru atau mengevaluasi keabsahan pengetahuan yang ada berdasarkan kejadian empiris yang mereka lihat (Wahidmurni, 2017).

Metode pengumpulan data Primer digunakan dalam penelitian ini, yang dilakukan melalui kuesioner. Untuk menghindari menyimpang dari tujuan penelitian, pernyataan yang diberikan dalam kuesioner didasarkan pada indikasi yang ditentukan.

3.2 Populasi dan Sampel

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang berkaitan dengan investigasi sistematis fenomena sosial,

menggunakan data statistik atau numerik. Dengan demikian, Penelitian kuantitatif memerlukan pengukuran dan asumsi bahwa fenomena yang diselidiki dapat diukur untuk menafsirkan data dan mengkonfirmasi pengukuran yang dilakukan. Dalam skenario ini, sampel dan populasi diperlukan, populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan atribut dan karakteristik tertentu yang telah dipilih peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Wahidmurni, 2017). Partisipan dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memanfaatkan *E-wallet* atau masyarakat umum. Populasi diwakili oleh sampel. Sampel dapat dianggap sebagai bagian dari populasi, yang mewakili seluruh jumlah dan karakteristik yang dipilih oleh peneliti dan Metode convenience sampling digunakan dalam penelitian ini. Menurut (Sekaran, 2003), pengertian convenience sampling adalah kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Dengan begitu, siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini yaitu generasi Z yang menggunakan *E-wallet*. Generasi Z dipilih oleh peneliti karena sebagian besar pengguna yang menggunakan aplikasi *E-wallet* untuk pengiriman makanan online, pemesanan transportasi online, dan belanja online adalah anak-anak muda. Transaksi seperti ini biasa terjadi di kalangan nasabah Indonesia, khususnya Generasi Z yang sudah melek teknologi dan terbiasa menggunakan teknologi dan jaringan internet dalam kehidupan sehari-hari. Kalangan Z sendiri merupakan generasi muda masa kini yang lahir

sekitar tahun 1997 hingga 2021, yang kira-kira berusia sekitar 1– 24 tahun (Dimock, 2019). Sehingga disesuaikan dengan saat ini, kriteria umur untuk responden pada penelitian ini mengambil pada kisaran tersebut.

3.2.1 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan mendistribusikan kuesioner secara Online menggunakan Google Form. Kuesioner dalam penelitian ini menerapkan 6 skala likert, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju; 2 = Tidak Setuju; 3 = Agak Tidak Setuju; 4 = Agak Setuju; 5 = Setuju; dan 6 = Sangat Setuju. Peneliti tidak menggunakan pilihan netral karena untuk menghindari jawaban yang meragukan dari responden dalam mengisi kuesioner. Untuk petunjuk pengisian sudah diberikan peneliti di dalam kuesioner tersebut agar memudahkan responden untuk menjawabnya. Sebanyak 225 responden mengisi kuesioner, tetapi hanya data dari 186 responden yang memenuhi kriteria. Untuk mendapatkan hasil yang signifikan penulis melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner berbasis *Online* kepada Responden dari kalangan generasi Z dimana generasi Z merupakan generasi yang lahir tahun 1997 sampai 2021 (Dimock, 2019). Survei berbasis Online dilakukan dengan menggunakan aplikasi Google Form dengan skala interval 6 poin yang diberikan kepada responden, dan sebagai pengukur pertanyaan terkait Behavioral intention responden diberi pertanyaan yang menyangkut Range intensitas penggunaan *E-wallet*.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variable

Berikut merupakan definisi dari variabel dependen dan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Performance Expectancy*

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya meningkatkan kinerjanya disebut sebagai harapan kinerja atau *Performance Expectancy* (Venkatesh, 2003).

2. *Effort Expectancy*

Venkatesh (2003) mendefinisikan Tingkat kenyamanan yang dirasakan individu ketika menggunakan sistem disebut sebagai ekspektasi usaha.

3. *Social Influence*

Sejauh mana seseorang percaya sangat penting bagi orang lain untuk menggunakan teknologi disebut sebagai pengaruh sosial. Menurut penelitian sebelumnya, pengaruh sosial memiliki peran penting dalam membentuk kecenderungan masyarakat untuk mengadopsi teknologi baru (Moore & Benbasat, 1991; Venkatesh et al., 2016)

4. *Facilitating Conditions*

Kondisi yang memfasilitasi berarti sejauh mana ketersediaan dukungan teknis untuk penggunaan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003).

5. *Hedonic motivation*

Brown dan Venkatesh (2005) mendefinisikan Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, dan merupakan faktor kunci dalam menentukan adopsi teknologi baru.

6. *Price Value*

Price Value atau Persepsi seseorang tentang biaya adopsi teknologi dalam kaitannya dengan keuntungan yang dirasakan dikenal sebagai Nilai Harga (Dodds et al., 1991).

7. *Habit*

Ada dua teknik untuk membedakan antara kebiasaan. Kebiasaan pertama dianggap sebagai perilaku sebelumnya atau rutinitas (Kim & Malhotra, 2005), dan yang kedua adalah kebiasaan di mana individu percaya bahwa perilaku itu otomatis (Limayem, 2001). Kebiasaan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada niat berperilaku (Venkatesh et al., 2016).

8. *Behaviour Intention*

Tingkat keinginan pengguna untuk memanfaatkan sistem secara terus-menerus dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses ke informasi tersebut dicirikan sebagai *Behavior Intention* (Venkatesh, 2003).

Pengukuran variabel ini berisi 3-4 item pertanyaan dengan menggunakan skala interval 1-6. Pilihan jawaban sangat setuju dengan skor 6, setuju dengan skor 5, agak setuju dengan skor 4, agak tidak setuju dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, sangat tidak setuju dengan skor. Item pertanyaan-pertanyaan ini.

3.3.1 Pengukuran Variable

Tabel 3.1

Tabel Pengukuran Variable

Variable	Item Pengukuran	Referensi
<i>Performance Expectancy</i>	Saya merasa layanan <i>E-wallet</i> berguna dalam kehidupan sehari-hari	(Venkatesh, 2003; Venkatesh et al., 2016)
	Menggunakan layanan <i>E-wallet</i> meningkatkan produktivitas saya	
	Menggunakan layanan <i>E-wallet</i> membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan lebih cepat	
	Menggunakan layanan <i>E-wallet</i> dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hal hal yang penting bagi saya	
<i>Effort Expectancy</i>	Mempelajari cara menggunakan layanan <i>E-wallet</i> itu mudah bagi saya	(Venkatesh, 2003; Venkatesh et al., 2016)
	Interaksi pada layanan <i>E-wallet</i> jelas dan dapat dimengerti	
	Saya merasa layanan <i>E-wallet</i> mudah	

	digunakan	
	Mudah bagi saya dalam menguasai layanan <i>E-wallet</i>	
<i>Social Influence</i>	Orang penting di sekitar saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan <i>E-wallet</i>	(Venkatesh, 2003; Venkatesh et al., 2016)
	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan <i>E-wallet</i>	
	Teman-Teman saya memotivasi saya untuk menggunakan <i>E-wallet</i>	
	Orang Orang di sekitar saya mendukung saya untuk menggunakan <i>E-wallet</i>	
<i>Facilitating Conditions</i>	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>E-wallet</i>	(Venkatesh, 2003; Venkatesh et al., 2016)
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan layanan <i>E-wallet</i> .	
	<i>E-wallet</i> kompatibel dengan teknologi lain	
	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang	

	lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan <i>E-wallet</i>	
<i>Hedonic motivation</i>	Sangat menyenangkan bagi saya menggunakan <i>E-wallet</i>	(Venkatesh et al., 2016)
	Fitur yang ada pada <i>E-wallet</i> sangat membantu	
	Saya terhibur dengan adanya fitur potongan harga pada <i>E-wallet</i>	
	Saya merasa nyaman saat menggunakan <i>E-wallet</i>	
<i>Price Value</i>	Layanan <i>E-wallet</i> cukup murah	(Venkatesh et al., 2016)
	Layanan <i>E-wallet</i> memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan lainnya	
	Layanan <i>E-wallet</i> adalah layanan yang baik untuk Transaksi saya	
	Dengan <i>Value</i> yang diberikan, layanan <i>E-wallet</i> memiliki nilai yang baik	
<i>Habit</i>	Penggunaan layanan <i>E-wallet</i> sudah menjadi kebiasaan bagi saya	(Venkatesh et al., 2016)
	Saya kecanduan menggunakan layanan	

	pada <i>E-wallet</i>	
	Saya harus menggunakan layanan <i>E-wallet</i>	
<i>Behaviour Intention</i>	Saya Berniat untuk Menggunakan <i>E-Wallet</i> di Masa Depan	(Venkatesh, 2003; Venkatesh et al., 2016)
	Saya berencana untuk sering menggunakan <i>E-wallet</i>	
	Saya pikir saya akan lebih sering menggunakan <i>E-wallet</i> di masa depan	
	Saya berencana untuk selalu menggunakan pembayaran dengan <i>E-wallet</i> di masa mendatang	

3.4 Analisis Data

Dalam Penelitian ini, analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Dengan menggunakan software PLS (*Partial Least Square*), model penelitian kuantitatif dinilai menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). PLS-SEM adalah strategi prediksi kausal yang berfokus pada prediksi ketika memperkirakan model statistik dengan struktur yang dimaksudkan untuk memberikan penjelasan kausal (Sarstedt et al., 2020).

Aplikasi pengolahan data *SmartPLS* adalah sebuah perangkat lunak komputer yang digunakan untuk menganalisis data melalui metode SEM berbasis varians atau biasa dikenal dengan partial least squares atau lebih dikenal dengan istilah

PLS. PLS merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk semua skala data, memiliki sedikit asumsi, dan tidak memerlukan ukuran sampel yang besar (Sarstedt et al., 2020). Adapun *Software* yang digunakan untuk mendukung analisis data dalam penelitian ini adalah *SmartPLS* versi 3.0. *Outer* dan *Inner Model* dievaluasi dalam analisis PLS. *Outer Model* adalah model pengukuran yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sedangkan *Inner Model* adalah model struktural yang menunjukkan kekuatan perkiraan antara variabel laten atau konstruk untuk mengantisipasi hubungan.

3.4.1 Uji Validitas

Ketepatan alat ukur dalam melakukan pekerjaan pengukurannya disebut sebagai validitas (Noviatun & Riptiono, 2021). Jika data yang diberikan oleh alat ukur konsisten dengan tujuan pengukuran, maka pengukuran tersebut dianggap valid. Tujuan uji validitas penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kebenaran setiap indikasi pertanyaan. Skala validitas dipisahkan menjadi dua bagian: analisis validitas konvergen dan analisis validitas diskriminan (Sarstedt et al., 2020). Jumlah konstruk yang konvergen untuk menjelaskan variasi item dikenal sebagai validitas konvergen. AVE dihitung dengan mengkuadratkan pemuatan setiap indikator pada build dan kemudian menghitung nilai rata-rata dan Variabel dinyatakan sah jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0.50 dan nilai *outer loading* lebih besar dari 0.70. Sejauh mana suatu konstruk secara empiris berbeda dari komponen lain dalam model struktural dikenal sebagai validitas diskriminan, setiap konsep AVE harus dibandingkan dengan korelasi konstruksi kuadrat, *Average Variance Extracted* (AVE) satu variabel

laten harus lebih besar dari nilai korelasinya dengan variabel laten lainnya (Forner dan Larcker., 1981). *Cross Loading* harus lebih dari 0.70 maka hasil tersebut baru dinyatakan Valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk memverifikasi keandalan dari data yang dihasilkan, maka untuk itu uji reliabilitas dilakukan. Nilai yang lebih besar menunjukkan tingkat keandalan yang lebih baik. Skor 0,60 hingga 0,70, misalnya, dianggap "dapat diterima dalam penelitian", sedangkan kisaran nilai 0,70 hingga 0,90 dari memadai hingga baik. Namun nilai 0,95 ke atas termasuk bermasalah karena menunjukkan bahwa item tersebut berlebihan sehingga menurunkan validitas konstruk. Untuk mengukur tingkat reliabilitas, maka harus menghitung koefisien cronbach alpha dan *composite reliability*. Jika nilai cronbach alpha lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas sebuah kuesioner dapat dilihat dari nilai *composite reliability* (Ghozali & Chariri, 2018)

3.4.3. Model struktural

Tujuan dari model struktural adalah untuk mengetahui keterkaitan setiap konstruksi variabel laten. Nilai *R-square* dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk menghitung pengujian ini. Variabel terikat ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi *R-Square* (R^2) antara satu dan nol; jika nilai *R-Square* (R^2) mendekati 1 menunjukkan persentase pengaruh yang besar (Ghozali & Chariri, 2018); kemudian, lakukan proses *bootstrap* untuk menganalisis pengaruh antar variabel; jika *t* statistik lebih besar dari (tingkat signifikan 5%)

atau lebih besar dari tingkat signifikan untuk setiap hubungannya, maka hubungan tersebut signifikan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Demografi Responden

Demografi responden ditunjukkan pada Tabel 4.1. Responden perempuan dengan persentase 70,8% mendominasi demografi, seperti terlihat pada tabel. Dengan total 68% responden dalam kelompok usia tersebut, sebagian besar responden berusia antara 19 dan 21 tahun. Rincian informasi demografi dari 319 responden dapat dilihat pada Tabel 4.1, sebagai berikut:

Tabel 4.1 Demografi Responden

Kategori	Frekuensi
Jenis Kelamin	
Laki-laki	93
Perempuan	226
Umur	
<17 Thn	1
17 s/d 18	2
18 s/d 19	31
19 s/d 20	111
20 s/d 21	106
21 s/d 22	33
22 s/d 23	29
23 s/d 24	5
24 s/d 25	1

Tabel 4.2 Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden
Di bawah Rp. 500.000,-	116
Rp. 500.000,- sampai dengan Rp.1.000.000,-	110
Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 1.500.000,-	32
Rp. 1.500.000 sampai dengan Rp. 2.000.000	34
Rp. 2.500.000,- sampai	20

dengan Rp. 3.000.000,-	
Rp. 3.500.000,- sampai dengan Rp. 4.000.000,-	3
Rp. 4.500.000,- sampai dengan Rp. 5.000.000,-	1
Di atas Rp. 5.000.000,-	3

Dari hasil data yang diperoleh dan yang digunakan oleh peneliti, sebanyak 116 responden mempunyai pendapatan Di bawah Rp. 500.000, 110 responden mempunyai pendapatan Rp. 500.000,- sampai dengan Rp.1.000.000,- , 32 responden mempunyai pendapatan Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 1.500.000,- , 34 responden mempunyai pendapatan Rp. 1.500.000 sampai dengan Rp. 2.000.000 , 20 responden mempunyai pendapatan Rp. 2.500.000,- sampai dengan Rp. 3.000.000,-, 3 responden mempunyai pendapatan Rp. 3.500.000,- sampai dengan Rp. 4.000.000,-, dan 1 responden mempunyai pendapatan Rp. 4.500.000,- sampai dengan Rp. 5.000.000,-, dan 3 responden mempunyai pendapatan diatas Rp. 5.000.000.

Tabel 4.3 Pendidikan yang sedang ditempuh

Pendidikan	Jumlah Responden
SMA	5
Diploma 3	4
Sarjana	307
Magister	3

Tabel 4.3 menjelaskan tentang pendidikan yang sudah atau sedang dilakukan oleh responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden Sarjanamendominasi, yaitu persentasenya sebanyak 96,2% responden. Lalu setelahnya pendidikan yang tengah ditempuh responden tidak terlalu besar

perbedaannya yaitu pada tingkatan SMA, Diploma 3, Magister beejumlah 3 sampai 4 orang responden.

4.2 Model Pengukuran

Pengujian ini terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini bertujuan dalam pengukuran derajat validitas dan reliabilitas sebuah instrumen pengukuran.

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.4 Outer Loadings

Variable	Outer Loadings
EE1	0.872
EE2	0.883
EE3	0.879
EE4	0.905
FC1	0.814
FC2	0.854
FC3	0.799
FC4	0.737
H1	0.850
H2	0.874
H3	0.864
HM1	0.855
HM2	0.886
HM3	0.825
HM4	0.885
INT1	0.895
INT2	0.917
INT3	0.926
INT4	0.899
PE1	0.829
PE2	0.836
PE3	0.801
PE4	0.808
PV1	0.874
PV2	0.863
PV3	0.885
PV4	0.893
SI1	0.871
SI2	0.917

SI3	0.823
SI4	0.858
UB	1.000

Validitas konvergen mengacu pada kemampuan model untuk menjelaskan varians indikator. AVE dan *loading factor* dapat memberikan bukti validitas konvergen. Untuk memeriksa validitas konvergen, setiap variabel laten *Average Variance Extracted* (AVE) dievaluasi. Semua nilai AVE lebih besar dari ambang batas yang dapat diterima yaitu 0,5, sehingga validitas konvergen dikonfirmasi. *Rule of thumb* yang digunakan untuk menilai validitas konvergen yakni nilai *loading factor* melebihi 0,7 untuk penelitian dengan sifat *confirmatory*. Tabel 4.5 menunjukkan hasil *Convergent Validity*

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa *nilai outer loadings* pada setiap variabel lebih dari 0,7. Misalnya, variabel EE1 menunjukkan nilai sebesar 0.872, variabel PE2 juga menunjukkan nilai sebesar 0.836. Pada tabel 4.5 juga menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* pada setiap variabel lebih dari 0,7. Misalnya variabel *Social Influence* menunjukkan nilai sebesar 0.754 kecuali *Facilitating Condition* yang menunjukkan nilai dibawah 0,7 yaitu 0,643

Tabel 4.5 Average Variance Extracted

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Effort Expectancy</i>	0.783
<i>Facilitating Condition</i>	0.643
<i>Habit</i>	0.745
<i>Hedonic Motivation</i>	0.745
<i>Intention to Use</i>	0.827
<i>Performance Expectancy</i>	0.670
<i>Price Value</i>	0.772
<i>Social Influence</i>	0.754
<i>Use Behaviour</i>	1.000

Tabel 4.6 Fornell-Larcker Criterion

	EE	FC	H	HM	INT	PE	PV	SI	UB
EE	0.885								
FC	0.628	0.802							
H	0.526	0.525	0.863						
HM	0.650	0.697	0.539	0.863					
INT	0.587	0.608	0.628	0.678	0.909				
PE	0.582	0.532	0.589	0.602	0.615	0.819			
PV	0.607	0.713	0.558	0.753	0.644	0.569	0.879		
SI	0.317	0.605	0.558	0.436	0.478	0.502	0.464	0.868	
UB	0.270	0.255	0.357	0.250	0.307	0.264	0.159	0.208	1.000

Nilai korelasi indikator konstruk dengan konstruk terkait lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya, seperti terlihat pada Tabel 4.6. Korelasi konstruk *Use Behavior* dengan indikatornya lebih besar dibandingkan korelasi indikator *Use Behavior* dengan konstruk lainnya, seperti terlihat pada tabel. Hasilnya, uji validitas diskriminan valid.

Tabel 4.7 Cross Loadings

Pengukuran validitas diskriminan menggunakan *Cross Loading* di antara konstruk dengan indikator. Pengukuran validitas diskriminan terlihat pada tabel 4.7

	EE	FC	H	HM	IN	PE	PV	SI	UB
EE1	0.872	0.549	0.470	0.565	0.510	0.548	0.498	0.284	0.272
EE2	0.883	0.559	0.535	0.555	0.555	0.522	0.596	0.282	0.236
EE3	0.879	0.522	0.393	0.573	0.472	0.493	0.518	0.238	0.216
EE4	0.905	0.588	0.452	0.607	0.534	0.495	0.530	0.313	0.230
FC1	0.440	0.814	0.512	0.566	0.511	0.510	0.529	0.608	0.287
FC2	0.671	0.854	0.462	0.596	0.536	0.395	0.583	0.402	0.207
FC3	0.444	0.799	0.353	0.552	0.469	0.344	0.602	0.416	0.150
FC4	0.442	0.737	0.341	0.519	0.427	0.463	0.585	0.523	0.166
H1	0.533	0.513	0.850	0.543	0.566	0.565	0.534	0.436	0.360
H2	0.396	0.388	0.874	0.446	0.502	0.448	0.416	0.441	0.274

H3	0.425	0.449	0.864	0.402	0.552	0.505	0.487	0.563	0.286
HM1	0.620	0.640	0.537	0.855	0.603	0.597	0.670	0.430	0.219
HM2	0.548	0.635	0.416	0.886	0.568	0.514	0.650	0.377	0.184
HM3	0.481	0.502	0.379	0.825	0.549	0.435	0.561	0.290	0.211
HM4	0.586	0.621	0.519	0.885	0.616	0.525	0.709	0.400	0.246
INT1	0.540	0.585	0.561	0.644	0.895	0.535	0.610	0.429	0.243
INT2	0.473	0.525	0.602	0.608	0.917	0.569	0.556	0.445	0.291
INT3	0.561	0.556	0.550	0.610	0.926	0.584	0.565	0.433	0.287
INT4	0.562	0.547	0.570	0.605	0.899	0.549	0.611	0.432	0.295
PE1	0.494	0.463	0.494	0.505	0.565	0.829	0.463	0.437	0.199
PE2	0.443	0.394	0.498	0.485	0.483	0.836	0.448	0.443	0.232
PE3	0.468	0.408	0.452	0.475	0.465	0.801	0.472	0.346	0.191
PE4	0.498	0.470	0.485	0.505	0.491	0.808	0.483	0.411	0.244
PV1	0.544	0.615	0.468	0.651	0.546	0.458	0.874	0.385	0.164
PV2	0.463	0.562	0.426	0.581	0.474	0.418	0.863	0.364	0.089
PV3	0.561	0.623	0.532	0.675	0.600	0.506	0.885	0.390	0.102
PV4	0.553	0.692	0.522	0.723	0.623	0.596	0.893	0.479	0.194
SI1	0.241	0.482	0.487	0.338	0.424	0.466	0.379	0.871	0.158
SI2	0.243	0.536	0.524	0.358	0.432	0.409	0.406	0.917	0.187
SI3	0.245	0.427	0.437	0.317	0.315	0.388	0.381	0.823	0.110
SI4	0.359	0.625	0.483	0.480	0.463	0.469	0.440	0.858	0.246
UB	0.270	0.255	0.357	0.250	0.307	0.264	0.159	0.208	1.000

Hubungan antara skor item dan skor konstruk digunakan untuk menguji validitas indikator reflektif. Jika indikator lain dalam konstruk yang sama berubah, indikator pencerminan menandakan perubahan pada salah satu indikator dalam konstruk (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif berguna untuk mengukur persepsi, oleh karena itu digunakan dalam penelitian ini. Faktor pemuatan menghasilkan angka yang lebih tinggi dari nilai yang disarankan yaitu 0,7 seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Nilai *cross loading* mungkin berkisar antara 0,737 dan 1000. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid atau telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Dalam PLS-SEM, composite reliability mengasumsikan bahwa semua indikator sama-sama andal. Nilai reliabilitas konsistensi internal di atas 0,7. Hasil uji reliabilitas terlihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.8 Composite Reliability

Variable	Composite Reliability
<i>Effort Expectancy</i>	0.935
<i>Facilitating Condition</i>	0.878
<i>Habit</i>	0.897
<i>Hedonic Motivation</i>	0.921
<i>Intention to Use</i>	0.950
<i>Performance Expectancy</i>	0.890
<i>Price Value</i>	0.931
<i>Social Influence</i>	0.924
<i>Use Behaviour</i>	1.000

Hasil *Composite reliability* memperlihatkan nilai yang tinggi yaitu di atas 0,70. Hal ini berarti bahwa tingkat tingginya stabilitas dan konsistensi pengukuran kuesioner sehingga terpenuhinya *reliabilitas* instrumen.

4.3 Model Struktural

Model struktural atau biasa dikenal sebagai *Inner Model* adalah model yang memprediksi kausalitas antara variabel laten (Oda et al., 2014). Untuk menilai model struktural dapat dimulai dengan melihat dari *R-squares* Koefisien regresi diberikan pada garis yang menghubungkan variabel laten terkait, dan merupakan koefisien regresi standar. Nilai *R-squares* adalah proporsi varians total dari variabel laten yang dijelaskan oleh model struktural. Dia penting untuk diperhatikan bahwa semua hubungan antara variabel laten dalam model adalah

positif. Oleh karena itu, untuk model struktural, peningkatan nilai variabel laten yang berdampak rata-rata akan meningkatkan nilai variabel laten endogen terkait

4.3.1 Koefisien Determinan

Tabel 4.9 R Square

	R Square	R Square Adjusted
IN	0.598	0.586
UB	0.094	0.091

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa tingkat R square *Intention to use* dapat menjelaskan sebesar 59,8% niat Generasi Z untuk menggunakan *E-wallet*. Sedangkan, tingkat *R square Use Behavior* dapat menjelaskan sebesar 9,4% intensitas penggunaan *E-wallet* pada kalangan Z. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini tidak termasuk dalam kategori model lemah. Hal ini menunjukkan bahwa model atau faktor independen yang digunakan untuk menggambarkan keinginan Generasi Z untuk menggunakan *E-wallet* efektif atau berhasil.

4.4 Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis memperlihatkan hubungan jalur parameter dan tingkat signifikansi di antara variabel laten. Pengujian hipotesis digunakan dalam untuk membuktikan korelasi antara variabel yang dianalisis.

Tabel 4.10 Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
EE - > IN	0.085	0.077	0.077	1.097	0.273	H1 Tidak didukung
FC - > IN	0.067	0.072	0.088	0.766	0.444	H2 Tidak didukung
H ->	0.234	0.238	0.065	3.623	0.000	H3

IN						Didukung
HM - > IN	0.250	0.255	0.082	3.039	0.002	H4 Didukung
IN -> UB	0.307	0.308	0.051	6.045	0.000	H5 Didukung
PE - > IN	0.154	0.150	0.060	2.579	0.010	H6 Didukung
PV - > IN	0.121	0.120	0.081	1.481	0.139	H7 Tidak didukung
SI -> IN	0.038	0.038	0.055	0.692	0.489	H8 Tidak didukung

4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hipotesis pertama yaitu *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Sehingga, seingga hipotesis pertama yang menyatakan *Effort Expectancy* memiliki pengaruh terhadap niat Generaasi Z dalam menggunakan *E-Wallet* ditolak. Hal yang sama terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh (Ispriandina & Sutisna, 2019) dan (Faridhal, 2020). Ekspektasi usaha ternyata tidak berdampak besar pada penggunaan *E-wallet*. Salah satu penjelasan untuk ini adalah bahwa pelanggan *E-wallet* saat ini cukup akrab dengan perangkat digital dan perangkat lunak *E-wallet*, oleh karena itu Ekspektasi Usaha tidak menjadi perhatian. Karena masyarakat tidak menganggap *E-wallet* sulit untuk digunakan, maka *E-wallet* banyak digunakan (Choi-Meng Leong, Kim-Lim Tan, Chin-Hong Puah, 2020). Selain itu, program *E-wallet* menawarkan *User Interface* yang ramah pengguna dan menarik yang membuatnya mudah digunakan. Ada kecenderungan variabel Ekspektasi usaha atau *Effort Expectancy* tampak lemah atau tidak berpengaruh dalam mempengaruhi penggunaan teknologi jika teknologinya relatif sederhana atau tidak rumit.

4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Variabel lainnya yang memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan E-Wallet adalah *Facilitating Conditions*, Hasil penelitian menunjukkan bahwa FC memiliki pengaruh positif dimana nilai dari Original Sampel itu sendiri yaitu 0,067 namun pengaruhnya terhadap niat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* ditolak. Sehingga hipotesis 2 yang menyatakan *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap niat menggunakan *E-Wallet* di kalangan Z ditolak. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Onibala et al., 2021), dan (Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi, 2017).

Hal tersebut menunjukkan bahwa H2 ditolak, yang berarti kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Kondisi yang memfasilitasi dalam penelitian ini berhubungan dengan dukungan infrastruktur teknis dan lingkungan sekitar untuk penggunaan suatu sistem. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan yang telah diterbitkan mendapatkan jawaban yang positif, dengan demikian Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Di era seperti sekarang pengetahuan tentang *E-wallet* sudah menjadi hal yang umum di tengah masyarakat. Namun, walaupun demikian dengan hasil penelitian tersebut penyedia jasa layanan dan pemerintah kurang membangun sinergi yang baik dalam memberikan Infrastruktur yang layak dan pengetahuan kepada masyarakat terkait pengadopsian *E-wallet* sebagai fasilitas yang mempermudah dalam bertransaksi.

Sebaiknya Penyedia jasa layanan membuat iklan iklan yang berisi informasi tentang benefit dari menggunakan *E-wallet* dan ikut bersinergi dengan pemerintah untuk membuat atau menciptakan Infrastruktur yang memadai serta dapat emenuhi kebutuhan masyarakat dalam menggunakan *E-wallet*

4.4.3 Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil bahwa variabel *Habit* berpengaruh signifikan positif terhadap niat generasi Z dalam mengadopsi *e-wallet*. Sehingga, hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *Habit* berpengaruh positif terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* diterima. Model UTAUT2 didirikan oleh (Venkatesh et al., 2016) setuju dengan temuan ini. Prediktor terkuat dari niat Perilaku dan perilaku penggunaan layanan *E-wallet* menurut penelitian ini adalah kebiasaan. Temuan ini sesuai dengan studi terbaru tentang penggunaan aplikasi belanja online di India, yang menemukan bahwa kebiasaan memiliki dampak yang menguntungkan pada niat perilaku individu dalam menggunakan teknologi (Chopdar et al., 2018). Temuan ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan di Indonesia tentang niat pengguna untuk melakukan pembelian tiket pesawat online melalui Traveloka, yang menemukan bahwa kebiasaan memiliki dampak yang menguntungkan terhadap niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan *E-wallet*. Penelitian sebelumnya mendukung temuan penelitian ini, yang menyatakan bahwa kebiasaan memiliki dampak yang menguntungkan pada niat perilaku individu ketika menerapkan *E-wallet* di India (Megadewandanu, 2016).

4.4.4 Pengujian Hipotesis keempat (H4)

Variabel lainnya yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat niat menggunakan e-wallet pada generasi Z adalah *Hedonic Motivation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat melanjutkan penggunaan *E-Wallet* dengan nilai *Original Sample* yaitu 0,250 dan nilai *p value* $0,002 < \alpha$ sebesar 0,05. Sehingga hipotesis 4 menyatakan *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-Wallet* diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa Motivasi Hedonis memiliki dampak yang menguntungkan pada niat Perilaku di antara Gen Y Malaysia dalam hal mengadopsi *Mobile Wallet*. Minat Gen Y pada hiburan, kebahagiaan, dan kenyamanan, yang dapat ditemukan ketika siswa menggunakan *E-wallet* sekaligus mendukung motivasi hedonis (Yang, M.; Mamun & Mohiuddin, M.; Nawi, 2021). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menemukan bahwa motivasi hedonis memiliki dampak menguntungkan pada niat perilaku individu di India dalam hal mengadopsi *E-wallet* (Kumar & Gupta, 2021). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Indonesia tentang niat pengguna untuk melakukan pembelian tiket pesawat online melalui traveloka, yang menemukan bahwa motivasi hedonis memiliki dampak yang menguntungkan terhadap niat perilaku pengguna dalam bertransaksi menggunakan *E-wallet* (Irfan, 2020).

4.4.5 Pengujian Hipotesis kelima (H5)

Selanjutnya variable *Intention to Use* terhadap *Use Behavior* atau Intensitas dalam menggunakan E-wallet pada Generasi Z yang memiliki pengaruh positif signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intention to Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensitas penggunaan e-wallet pada generasi Z dengan nilai *Original Sample* yaitu 0,307 dan nilai p value $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05. Sehingga hipotesis 5 menyatakan *Intention to use E-wallet* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap *Use Behavior* generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* diterima. Menurut model UTAUT2 yang dibuat oleh (Venkatesh et al., 2016) *Behavior Intention* pengaruh yang menguntungkan pada perilaku penggunaan berkelanjutan *E-wallet* untuk melakukan aktivitas dalam transaksi. Hal ini sejalan dengan banyak penelitian lain tentang akseptabilitas teknologi, yang menemukan bahwa niat perilaku memiliki dampak yang menguntungkan pada penggunaan *E-wallet* yang berkelanjutan (Hidayat et al., 2020; Onibala et al., 2021). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Indonesia mengenai pembelian tiket pesawat secara online melalui Traveloka, yang menemukan bahwa *Behavioral intentions* mempengaruhi perilaku penggunaan individu. Temuan ini sesuai dengan penelitian terbaru tentang penggunaan aplikasi belanja online di India, yang menemukan bahwa nilai perilaku memiliki dampak yang menguntungkan pada keputusan orang dalam menggunakan suatu teknologi (Chopdar et al., 2018).

4.4.6 Pengujian Hipotesis keenam (H6)

Variabel lain yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan e-wallet adalah *Performance Expectation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi Z untuk mengadopsi *E-Wallet*, dengan nilai *Original Sample* yaitu 0,154 dan nilai p value $0,010 < \alpha$ sebesar 0,05. Sehingga hipotesis ke 6 menyatakan *Performance Expectation* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* diterima. Hal ini telah sesuai dengan model UTAUT2 yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2016). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di India yang menemukan hubungan positif yang substansial antara Ekspektasi Kinerja dan Niat Perilaku pengguna *E-wallet* (Yang et al., 2021). Temuan ini juga konsisten dengan penelitian (Kumar & Gupta, 2021) yang menemukan bahwa Ekspektasi Kinerja memiliki efek menguntungkan pada niat Perilaku pada gen Y dalam hal mengadaptasi Dompet Elektronik untuk memenuhi aktivitas transaksi.

4.4.7 Pengujian Hipotesis ketujuh (H7)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hipotesis ke 7 yaitu *Price Value* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Sehingga, hipotesis ini menyatakan bahwasanya *Price Value* memiliki pengaruh terhadap niat Generaasi Z dalam menggunakan E-wallet ditolak. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ispriandina & Sutisna, 2019) dan (Faridhal, 2020). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Venkatesh et al., 2016) yang berpikir bahwa faktor nilai harga menarik perhatian konsumen

terhadap minat penggunaan teknologi. Terbukti dalam penelitian ini bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap niat namun tidak signifikan untuk membuat minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z belum merasakan manfaat yang lebih daripada beban biaya yang harus dikeluarkan dalam mengadopsi *E-wallet*. Walaupun dalam *Top-up* atau pengisian saldo masih membutuhkan biaya. Namun, jika penyedia layanan menawarkan lebih banyak fasilitas dan benefit yang disediakan, seperti berbagai kupon atau diskon, pengguna akan percaya bahwa manfaat menggunakan *E-wallet* lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan termasuk biaya dalam pengisian saldo *E-wallet*. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya dalam konteks transaksi elektronik (Chopdar et al., 2018; Kumar & Gupta, 2021; Megadewandanu, 2016).

4.4.8 Pengujian Hipotesis kedelapan (H8)

Hipotesis kedelapan (H8) menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan *E-wallet*. Hasil pengujian PLS menunjukkan bahwa koefisien terhadap minat Generasi Z dalam memanfaatkan *E-wallet* adalah positif, yaitu 0,038. dan nilai *p value* 0,489 > alpha sebesar 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*, dengan demikian H8 Tidak didukung. Berdasarkan hasil tersebut H8 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *social influence* (X8) terhadap variabel *Intention to Use* (Y). Artinya, semakin besar faktor sosial (keluarga, teman, lingkungan) yang dirasakan pengguna, maka niat seseorang

untuk menggunakan *E-wallet* tidak akan berpengaruh. Pada penelitian ini, pengaruh sosial (teman, keluarga, lingkungan) tidak dapat menjelaskan niat perilaku untuk menggunakan *E-wallet*. Faktanya, hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya seperti (Natalia Limantara, Fredy Jingga, 2018) mereka semua mendukung peran pengaruh sosial pada niat perilaku. Hal ini mungkin disebabkan oleh generalisasi penggunaan internet sebagai sumber informasi tentang Bitcoin yang secara tidak langsung mengurangi tekanan normatif lingkungan sosial (Martín & Herrero, 2012). Karenanya, mereka tidak akan terlalu bergantung pada teman sebaya atau pengaruh sosial untuk menggunakan *E-wallet*. Faktanya, dalam penelitian ini ekspektasi kinerja mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan *E-wallet*. Mayoritas responden juga menyatakan bahwa penggunaan *E-wallet* ini membantu aktivitas mereka terutama untuk melakukan transaksi. Artinya, pengguna percaya bahwa *E-wallet* diperlukan untuk membantu aktivitas mereka, oleh karena itu mereka menggunakannya secara sukarela dan tanpa dipengaruhi atau dipaksa oleh orang-orang di sekitar mereka.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan seperti:

1. Pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* menunjukkan hasil bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan *E-wallet*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam mengadopsi *E-wallet*.
2. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan *E-wallet*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*.
3. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Hal ini berarti, tingginya nilai *Habit* akan meningkatkan tingginya minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*.
4. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Hal ini berarti, tingginya

nilai *Hedonic Motivation* akan meningkatkan tingginya minat generasi Z dalam menggunakan E-wallet.

5. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Hal ini berarti, tingginya nilai *Intention to use* akan meningkatkan tingginya minat generasi Z dalam menggunakan E-wallet.
6. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*. Hal ini berarti, tingginya nilai *Performance Expectancy* akan meningkatkan tingginya minat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*.
7. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Price Value* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan *E-wallet*, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam mengadopsi *E-wallet*.
8. Pengujian hipotesis menggunakan SEM menunjukkan hasil bahwa *Social Influence* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan E-wallet, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi:

1. Dapat menjadi masukan bagi penyedia jasa layanan *E-wallet* untuk menjaga dan mengembangkan layanan dompet digital secara kreatif, efektif, dan efisien guna merangsang minat konsumen untuk bertransaksi non tunai melalui *E-wallet* di era saat ini.
2. Untuk riset mendatang, penelitian ini sebagai bahan rujukan serta referensi dan pertimbangan dalam rangka melakukan riset lebih lanjut tentang minat orang-orang dalam menggunakan *E-wallet*

5.3. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian ini meliputi :

1. Pada penelitian ini *E-wallet* yang digunakan sebagai Objek masih bersifat umum dan tidak spesifik menyebutkan suatu produk *Platform E-wallet*, hanya berdasarkan *E-wallet* yang digunakan oleh responden dimana banyak jenis dan jasa yang digunakan responden pada penelitian ini.
2. Data dikumpulkan hanya melalui kuesioner online yang diisi oleh responden. Metode ini menunjukkan bahwa responden mungkin tidak serius atau jujur dalam menanggapi, dan peneliti tidak memiliki kendali atas proses pengisian kuesioner.
3. Karena responden dalam penelitian ini hanya dari Generasi Z, kemungkinan hasil dan kesimpulan akan berubah jika karakteristik responden diperluas untuk mencakup semua orang yang menggunakan *E-wallet*.

4. Karena jumlah perempuan lebih banyak daripada laki-laki dalam survei ini, ada kemungkinan bahwa hasilnya akan berubah jika responden perempuan dan laki-laki seimbang.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan kepada peneliti selanjutnya:

1. Untuk penelitian tentang *E-wallet* selanjutnya diharapkan peneliti untuk lebih spesifik lagi dalam menyebutkan Produk dari *E-wallet* yang ingin diteliti seperti menyebutkan salah satu Platform *E-wallet*, sehingga penelitiannya dapat fokus karena bersifat spesifik dan hasilnya lebih maksimal.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti memiliki lebih banyak waktu luang dan lebih banyak kemungkinan, dimana memungkinkan survei dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data, sehingga hasilnya lebih mencerminkan situasi sebenarnya.
3. Penelitian di masa depan kemungkinan akan mencakup responden lebih luas lagi dan tidak berfokus pada satu kelompok masyarakat saja.
4. Jumlah responden perempuan dan laki-laki pada penelitian di masa yang akan datang diharapkan mampu di seimbangkan jumlahnya oleh peneliti

5. Variabel bebas dalam penelitian ini signifikan mempengaruhi keinginan untuk terus menggunakan E-wallet, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA:

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-Wallet: Factors Influencing User Acceptance Towards Cashless Society in Malaysia Among Public Universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- 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 and Management*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Amoroso, D. L., & Magnier-watanabe, R. (2012). *Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption : The Case of Mobile Suica in Japan*. 7(1), 94–110. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762012000100008>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Chang, A. (2012). *Utaut and Utaut2: A Review and Agenda for Future Research*. 13(9), 106–114.
- Choi-Meng Leong, Kim-Lim Tan, Chin-Hong Puah, S.-M. C. (2020). *Predicting mobile network operators users m-payment intention operators*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263>
- Chopdar, P. K., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J., & Lytras, M. D. (2018). Mobile Shopping Apps Adoption and Perceived Risks : A Cross-country Perspective

- Utilizing The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.
Computers in Human Behavior. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017>
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). Unlocking Indonesia's digital Opportunity. *McKinsey&Company*, 11.
[https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our Insights/Unlocking Indonesias digital opportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our%20Insights/Unlocking%20Indonesias%20digital%20opportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.ashx)
- Devita, V. D. (2020). *The Biggest E-Wallet App in Indonesia Based on Monthly Active Users*.
- Dimock, B. M. (2019). *Defining Generations : Where Millennials end and Generation Z Begins*. 1–7.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). *Effects of Price , Brand , and Store Information on Buyers ' Product Evaluations*. XXVIII(August), 307–319.
- Faridhal, M. (2020). *Analisis Transaksi Pembayaran Non-Tunai Melalui E-Wallet: Perspektif dari Modifikasi Model UTAUT2*.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2018). Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Pendekatan Partial Least Squares. *Simposium Nasional Akuntansi XI*, 19(19), 1–31.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). *Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT2–A Case Study)*. 9(3), 239–247.
- Intarot, P. (2018). Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use.

International Journal of Business and Administrative Studies, 4(4), 167–175.

<https://doi.org/10.20469/ijbas.4.10004-4>

Irfan. (2020). *Evaluasi Tingkat Penerimaan E-Money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta menggunakan Modifikasi UTAUT2*.

Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1046–1055. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1462>

Joshi, D. C. and H. (2020). *The Moderating Role of Gender and Age in The Adoption of Mobile Wallet*.

Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). A longitudinal Model of Continued IS Use: An Integrative View of Four Mechanism Underlying Post-adoption Phenomena. *Management Science*, 51(5), 741–755. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0326>

Kumar, S., & Gupta, A. (2021). *Factors Affecting Adoption of M-Wallets: Moderating role of Financial Factors Affecting Adoption of M-Wallets: Moderating role of Financial Incentives*. November. <https://doi.org/10.51245/rijbr.v6i1.2021.431>

Lee, J. M., Lee, B., & Rha, J. Y. (2019). Determinants of Mobile Payment Usage and The Moderating Effect of Gender: Extending the UTAUT Model with Privacy Risk. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 10(1), 43–64. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1644>

- Limayem, M. (2001). How Habit Limits The Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *Spring*, 14(2), 1–14.
- Martín, H. S., & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism : Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33(2), 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.003>
- Megadewandanu, S. (2016). *Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2 An Approach from Consumer Perspective*. May 2019. <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2016.7877340>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of An Instrument to Measure The Perceptions of Adopting An Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Natalia Limantara, Fredy Jingga, S. S. (2018). *Factors Influencing Mobile Payment Adoption in Indonesia*. September, 373–377.
- Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi, D. A. (2017). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1369–1397.
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Oda, N., Kurashina, S., Miyoshi, M., Doi, K., Ishi, T., Sudou, T., Morimoto, T.,

- Goto, H., & Sasaki, T. (2014). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *International Conference on Infrared, Millimeter, and Terahertz Waves, IRMMW-THz*, 59–71. <https://doi.org/10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015>
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT2 Terhadap E-Kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi utara. *E-Journal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice Teachers Acceptance of Learning Management Software: An Application of The UTAUT2 Model. *International Education Studies*, 6(7), 157–164. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n7p157>
- Ridaryanto, Firmansyah, Refi Kautsar Kartono, R., & Sundjaja, A. M. (2019). Factors Affecting Use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*.
- Ridaryanto, Firmansyah, R. K., Kartono, R., & Sundjaja, A. M. (2019). Factors Affecting use of E-wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(6), 3645–3651. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/149862019>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business. A skill Building Approach*.
- Venkatesh. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a

Unified View. *Inorganic Chemistry Communications*, 27, 95–98.

<https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., Statistics, B., Xu, X., & Acceptance, T. (2016).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. 17(5), 328–376.

Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. 6, 5–9.

Yang, M.; Mamun, A. A. ., & Mohiuddin, M.; Nawi, N. C. . Z. N. R. (2021).

Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets.
Intention to Use E-Wallet.

Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021).

Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of E-wallets.
Sustainability (Switzerland), 13(2), 1–18.

<https://doi.org/10.3390/su13020831>

LAMPIRAN:

LAMPIRAN 1. KUISONER PENELITIAN

Dalam studi ini, banyak faktor yang mempengaruhi minat penggunaan E-wallet Pada Generasi Z, seperti:

- a. Kegunaan yang dirasakan saat menggunakan *E-Wallet*
- b. Kemudahan dalam Penggunaan *E-Wallet*
- c. Pengaruh sosial
- d. Kondisi yang memfasilitasi penggunaan *E-Wallet*
- e. Kebahagiaan yang dirasakan dari penggunaan *E-Wallet*
- f. Niat dalam menggunakan *E-wallet*
- g. Intensitas menggunakan *E-wallet*

Tujuan utama dari kuesioner ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat Generasi Z untuk menggunakan *E-Wallet* sebagai Media dalam Bertransaksi.

Kuesioner ini terdiri dari 6 (enam) bagian. 4 bagian pertama berisi aspek-aspek terkait Minat Penggunaan *E-Wallet*, sedangkan 2 bagian akhir berisi tentang informasi demografi dan identitas.

Silahkan jawab pernyataan-pernyataan dibawah dengan klik pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Saudara/i.

Untuk menjawab bagian 1 – 6 silahkan menggunakan skala sebagai berikut :

- 1. Sangat Tidak Setuju
- 2. Tidak Setuju
- 3. Agak Tidak Setuju
- 4. Agak Setuju
- 5. Setuju
- 6. Sangat Setuju

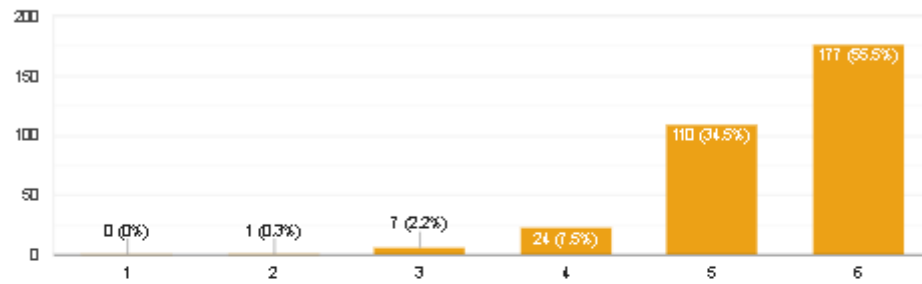
Sejauh mana Saudara/i setuju atas pernyataan dibawah ini. Silahkan menggunakan skala di atas.

LAMPIRAN 2. KUISONER DAN HASIL

PE & EE

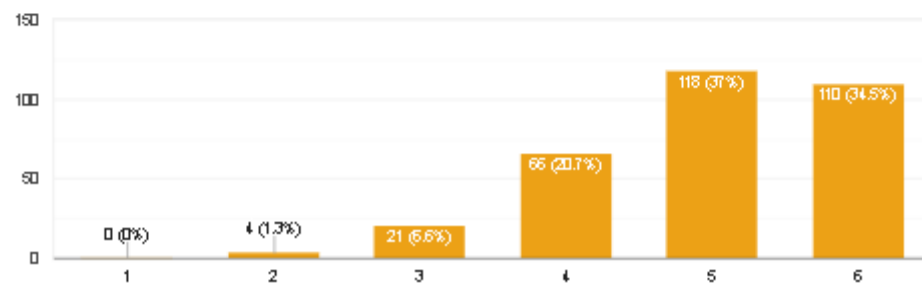
Saya merasa layanan E-wallet berguna dalam kehidupan sehari-hari

319 responses



Menggunakan layanan E-wallet meningkatkan produktivitas saya

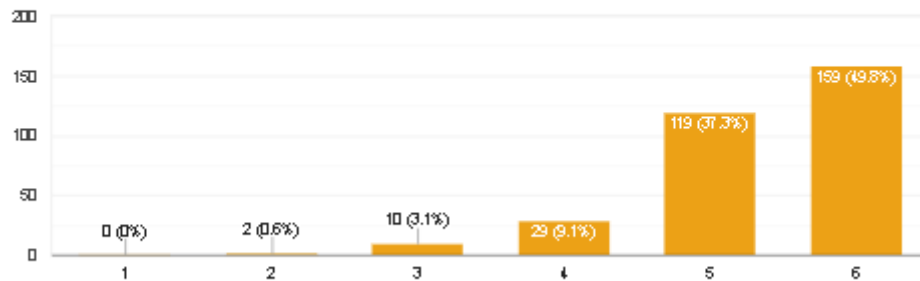
319 responses



Menggunakan layanan E-wallet membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan lebih cepat

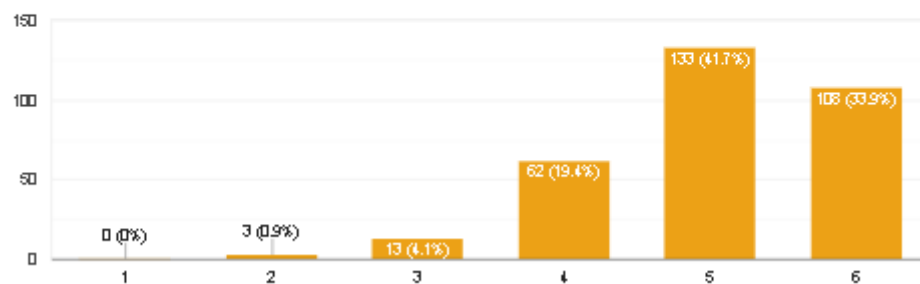


319 responses



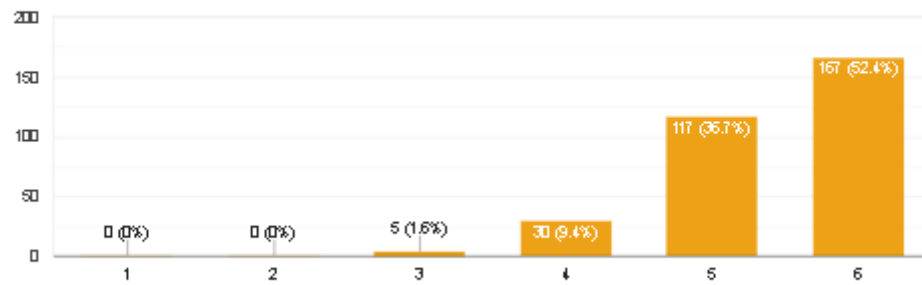
Menggunakan layanan E-wallet dapat meningkatkan peluang untuk mencapai hal hal yang penting bagi saya

319 responses



Mempelajari cara menggunakan layanan E-wallet itu mudah bagi saya

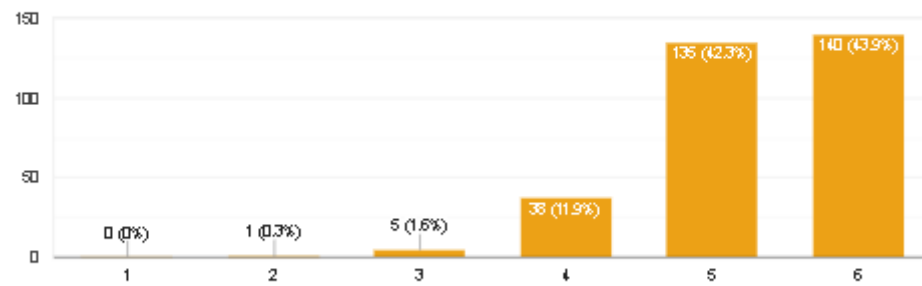
319 respon



Interaksi pada layanan E-wallet jelas dan dapat dimengerti

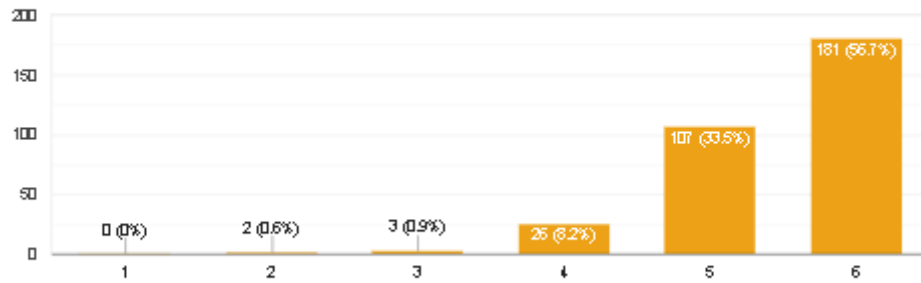


319 respon



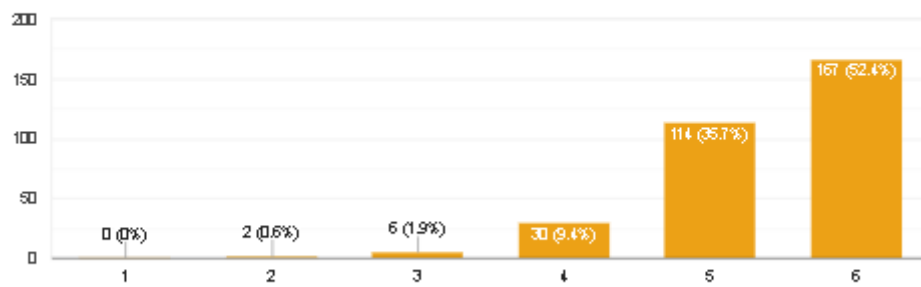
Saya merasa layanan E-wallet mudah digunakan

319 responses



Mudah bagi saya dalam menguasai layanan E-wallet

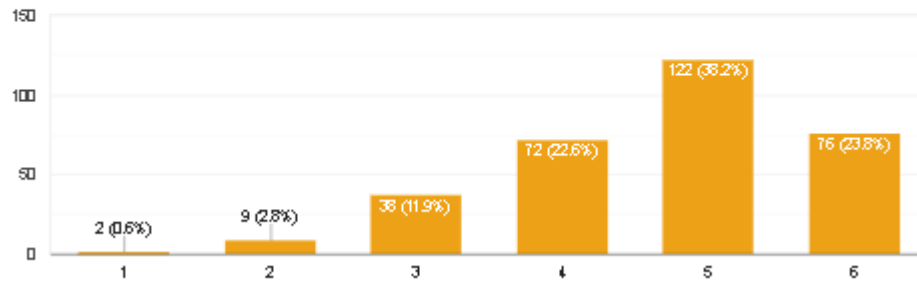
319 responses



SI & FC

Orang penting di sekitar saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan E-wallet

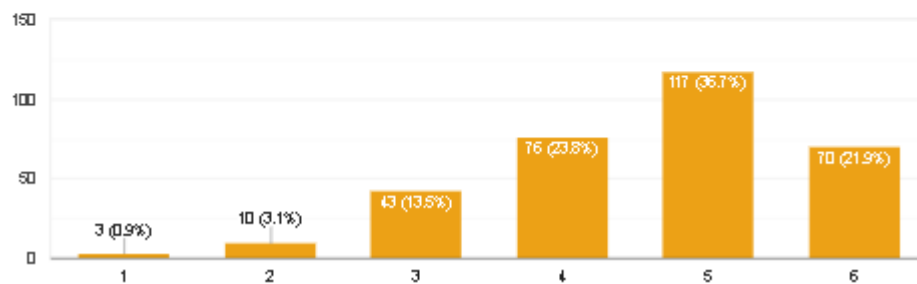
319 responses



Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan E-wallet

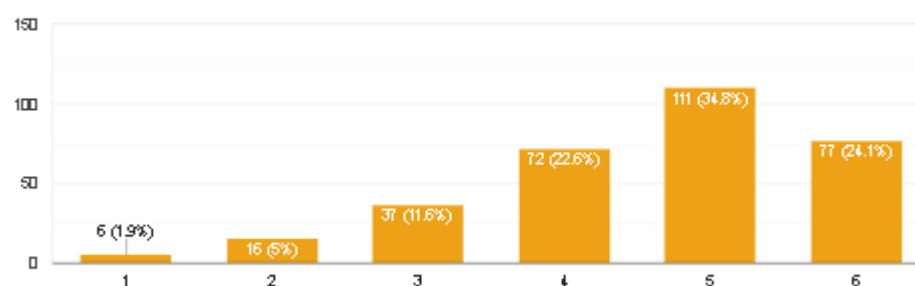


319 responses



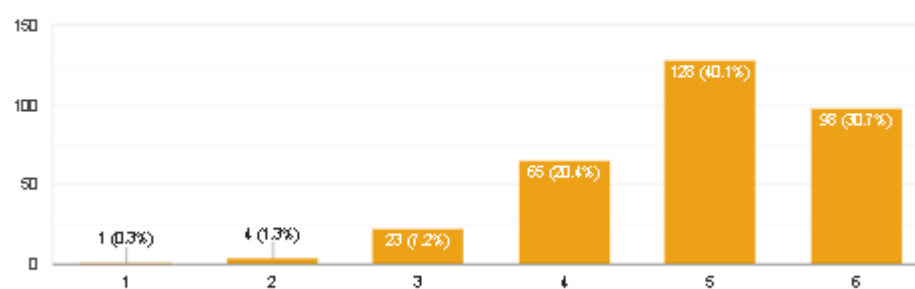
Teman-Teman saya memotivasi saya untuk menggunakan E-wallet

319 responses



Orang Orang di sekitar saya mendukung saya untuk menggunakan E-wallet

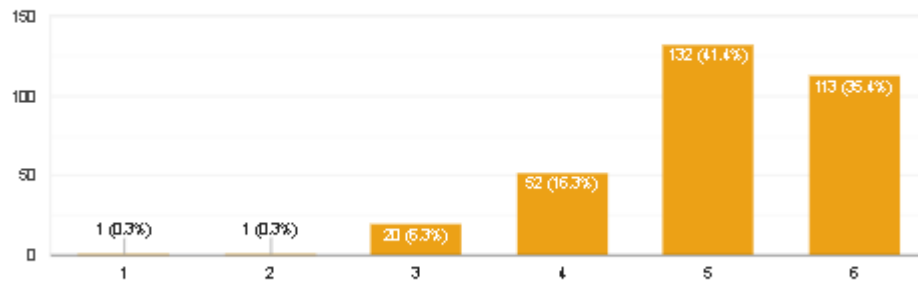
319 responses



Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan layanan E-wallet

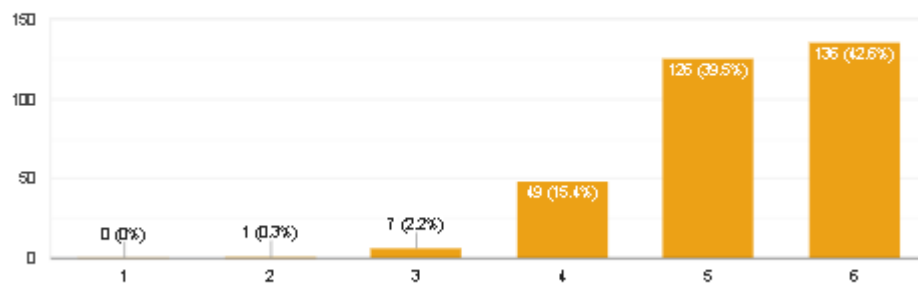


319 responses



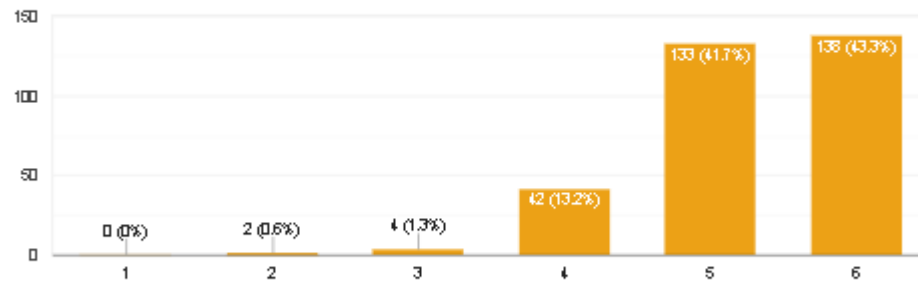
Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan layanan E-wallet.

319 responses



E-wallet kompatibel dengan teknologi lain

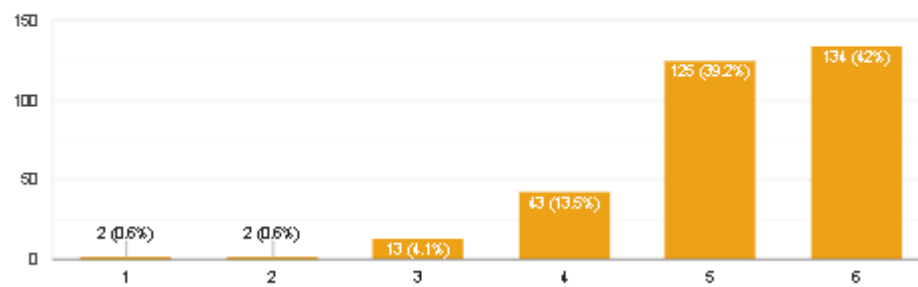
319 responses



Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan E-wallet



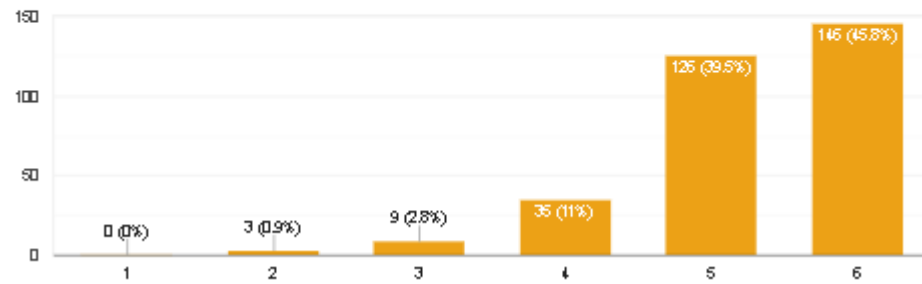
319 responses



HM & PV

Sangat menyenangkan bagi saya menggunakan E-wallet

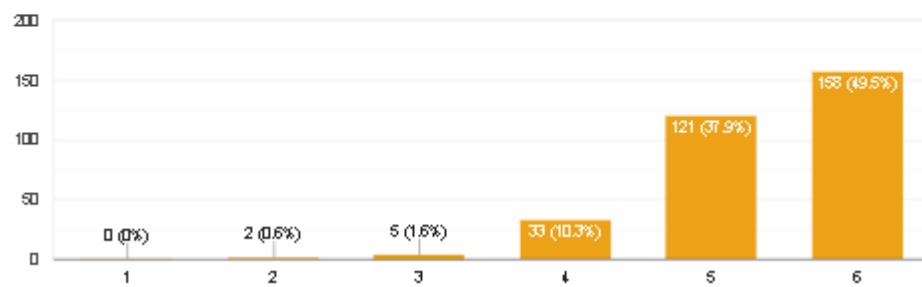
319 responses



Fitur yang ada pada E-wallet sangat membantu

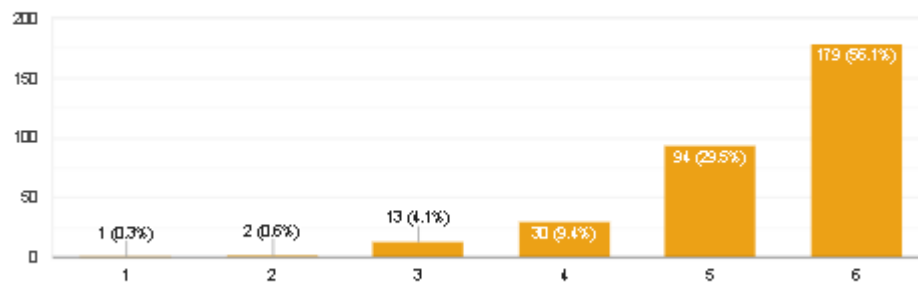


319 responses



Saya terhibur dengan adanya fitur potongan harga pada E-wallet

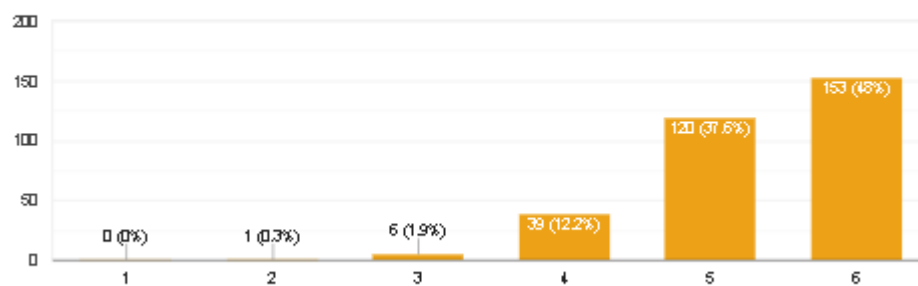
319 responses



Saya merasa nyaman saat menggunakan E-wallet

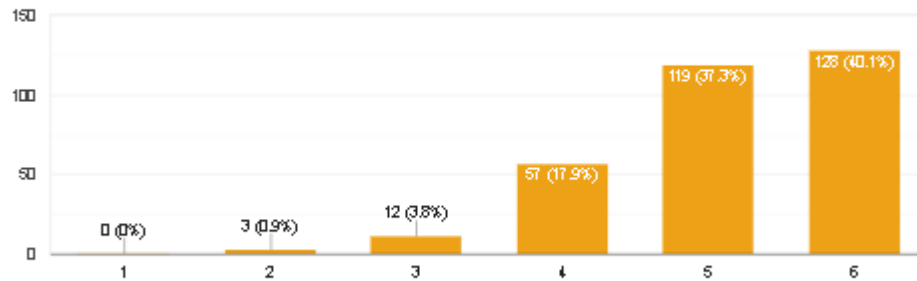


319 responses



Layanan E-wallet cukup murah

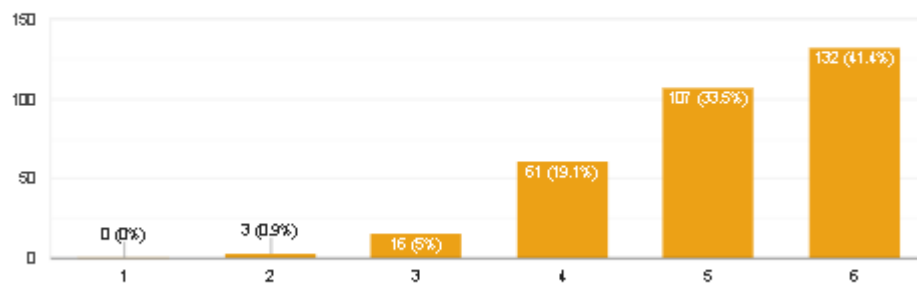
319 responses



Layanan E-wallet memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan lainnya

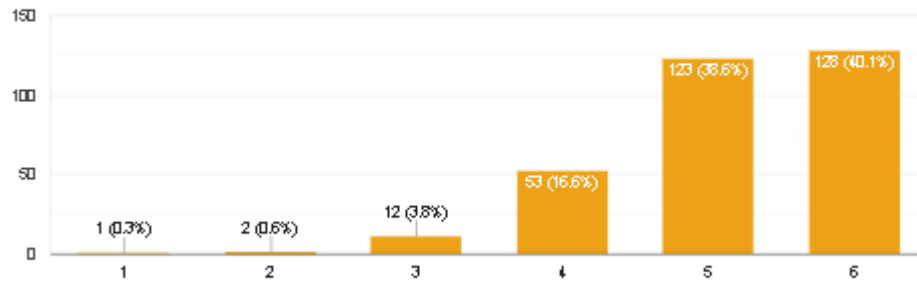


319 responses



Layanan E-wallet adalah layanan yang baik untuk Transaksi saya

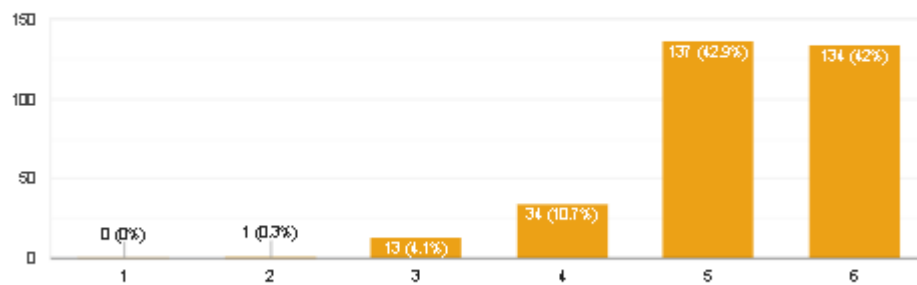
319 responses



Dengan Value yang diberikan, layanan E-wallet memiliki nilai yang baik



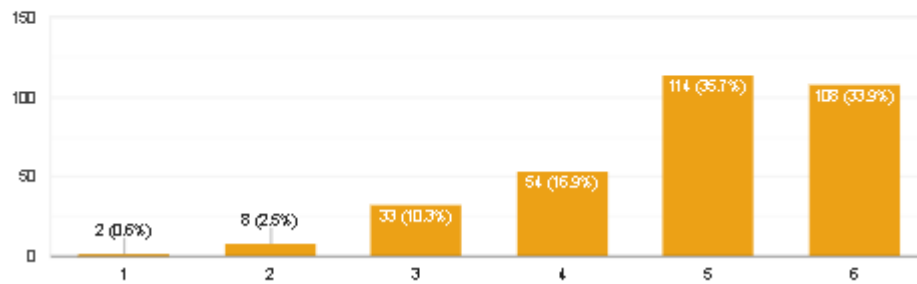
319 responses



Habit & Use Behavior

Penggunaan layanan E-wallet sudah menjadi kebiasaan bagi saya

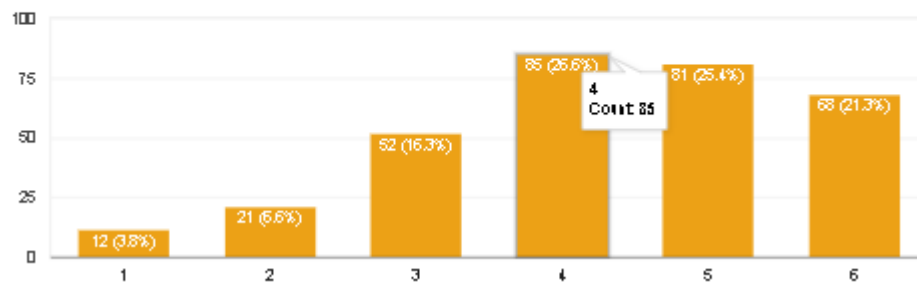
319 responses



Saya kecanduan menggunakan layanan pada E-wallet

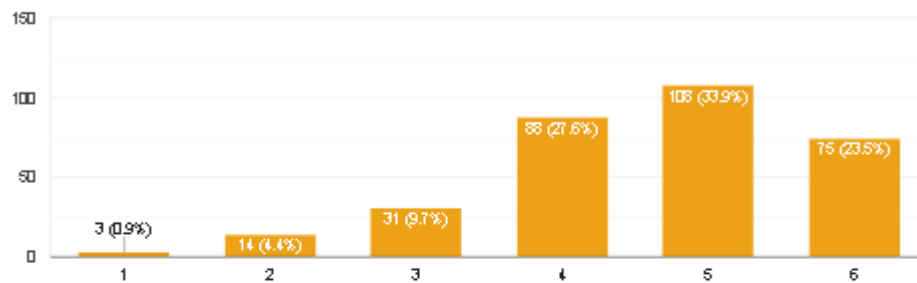


319 responses



Saya harus menggunakan layanan E-wallet

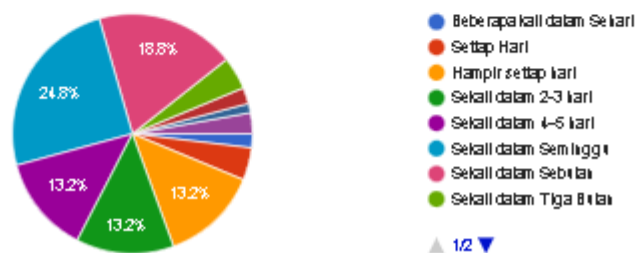
319 responses



Berapa Frekuensi Rata-Rata Anda dalam menggunakan layanan E-wallet?



319 responses

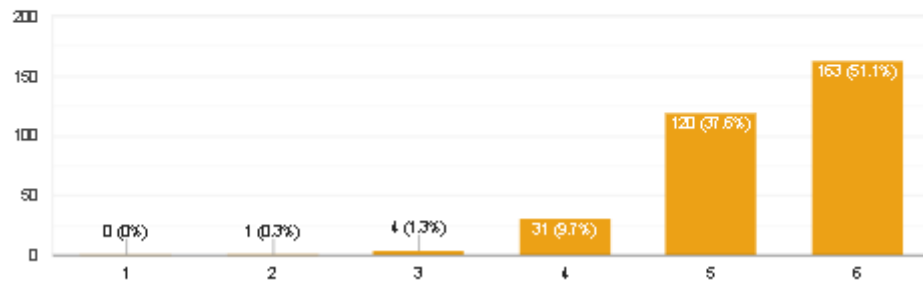


1/2

Intention to use E-wallet.

Saya Berniat untuk Menggunakan E-Wallet di Masa Depan

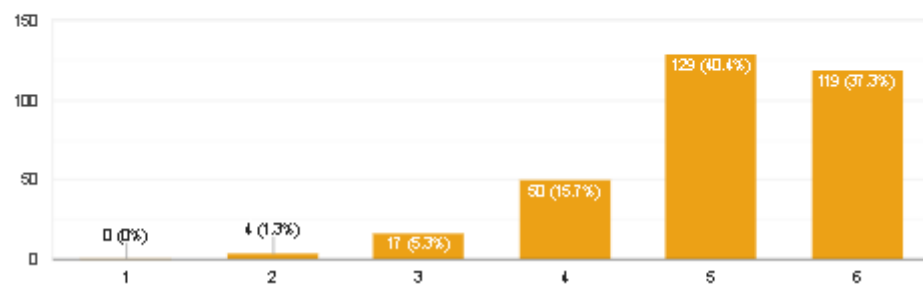
319 responses



Saya berencana untuk sering menggunakan E-wallet

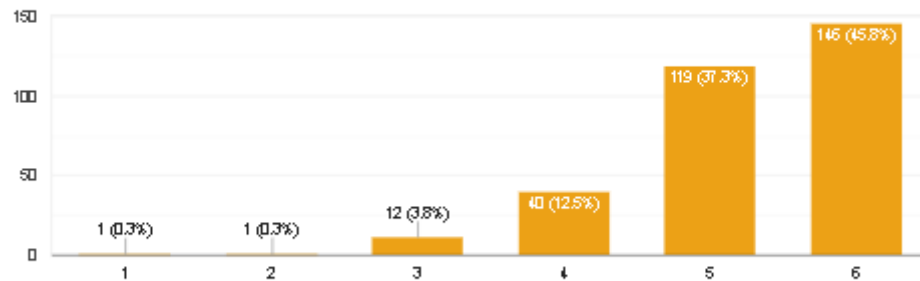


319 responses



Saya pikir saya akan lebih sering menggunakan E-wallet di masa depan

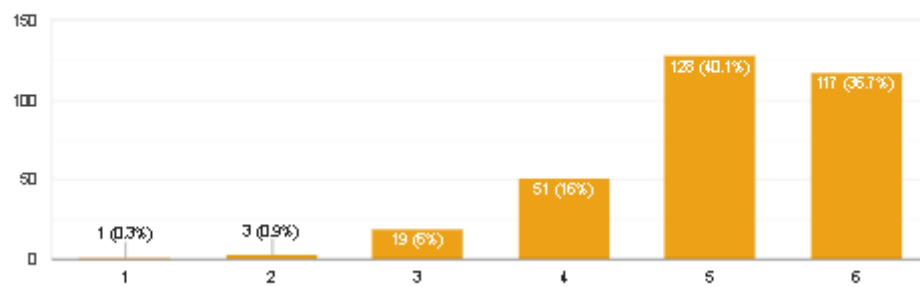
319 responses



Saya berencana untuk selalu menggunakan pembayaran dengan e-wallet di masa mendatang



319 responses

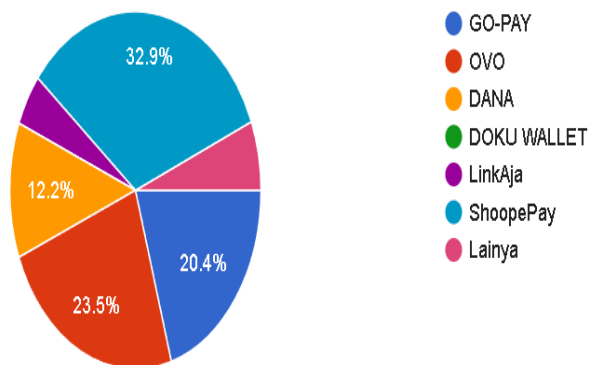


LAMPIRAN 3. APLIKASI *E-WALLET* YANG DIGUNAKAN RESPODEN

Jika Iya, Aplikasi E-wallet apa yang anda gunakan?



319 responses

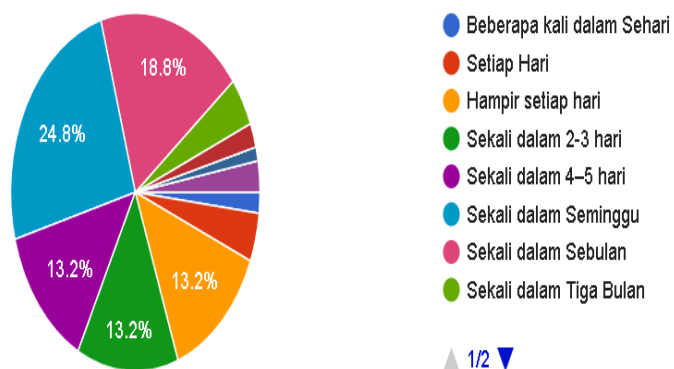


LAMPIRAN 4. FREKUENSI PENGGUNAAN LAYANAN *E-WALLET* RESPONDEN

Berapa Frekuensi Rata-Rata Anda dalam menggunakan layanan E-wallet?



319 responses

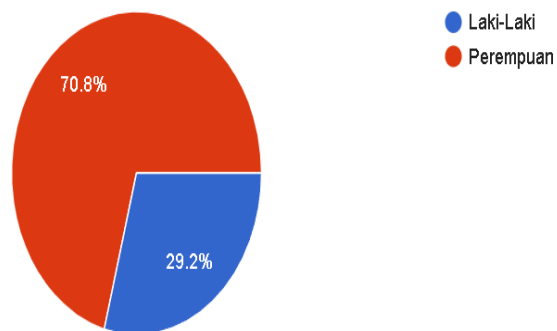


LAMPIRAN 5. DEMOGRAFI RESPONDEN

Demografi

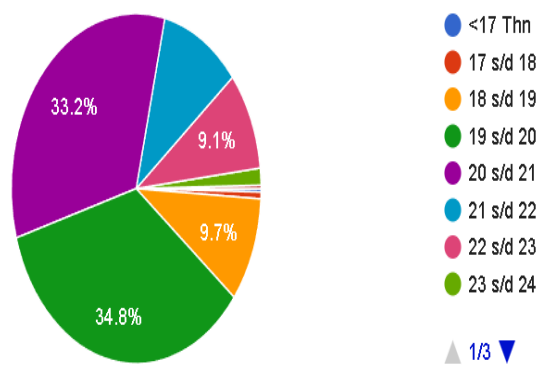
Jenis Kelamin

319 responses



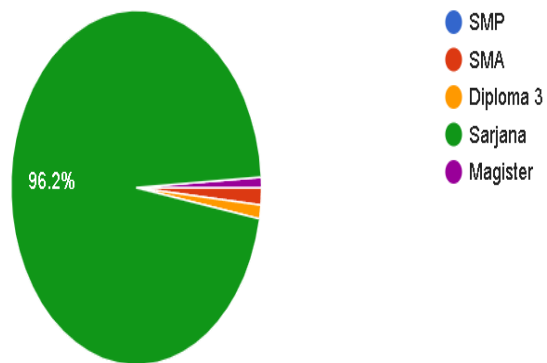
Umur

319 responses



Pendidikan yang sedang ditempuh Saat ini

319 responses



Perkiraan Uang Saku dalam sebulan

319 responses

