

# DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN DOMPET ELEKTRONIK (STUDI PADA USIA DEWASA PENGGUNA DOMPET ELEKTRONIK DI INDONESIA)

<sup>1</sup>Hilman Ardhiansyah\*, <sup>2</sup>Dwi Asih Haryanti, <sup>3</sup>Alia Rohani

<sup>1,2,3</sup>Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

<sup>1</sup>agyl.kidjoe@gmail.com, <sup>2</sup>dwi\_asih@staff.gunadarma.ac.id,

<sup>3</sup>aliarohanipsi98@gmail.com

\*Corresponding author: agyl.kidjoe@gmail.com

## Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis persepsi manfaat (perceived usefulness), persepsi kemudahan (perceived ease of use), persepsi risiko (perceived risk), dan kepercayaan (trust) terhadap niat menggunakan (intention to use) dompet elektronik. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling, diperoleh data 245 responden yang menggunakan dompet elektronik dan berusia minimal 17 tahun. Tahapan uji yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (perceived usefulness) dan kepercayaan (trust) berpengaruh terhadap niat menggunakan (intention to use), persepsi kemudahan (perceived ease to use) dan persepsi risiko (perceived risk) tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan (intention to use) dompet elektronik.*

**Kata Kunci:** dompet elektronik, kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, niat menggunakan

## Abstract

*This research aims to test and analyze perceived usefulness, perceived convenience, perceived risk, and trust on the intention to use electronic wallets. The samples taken were 245 respondents who used electronic wallets and were at least 17 years old. The test stages used were validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, T test, F test and coefficient of determination test. Based on the research results, it can be concluded that perceived usefulness and trust influence the intention to use, perceived ease and perceived risk do not influence the intention to use.*

**Kata Kunci:** electronic wallet, perceived benefits, perceived convenience, perceived risk, trust, intention to use

## PENDAHULUAN

Konteks perubahan perilaku yang membentuk kebiasaan baru dianggap sebagai konsekuensi logis dari akselerasi transformasi digital selama masa pandemi *Covid-19*. Signifikansi dari implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) secara konsisten semakin termanfaatkan dalam seluruh aspek kehidupan manusia tak terkecuali sektor perekonomian, salah satunya melalui adanya ekosistem pembayaran digital. Konstruksi ekosistem pembayaran digital terfasilitasi melalui integrasi sistem telekomunikasi nirkabel, *smartphone*, dan perbankan. Pada akhirnya, desain ini memfasilitasi pembayaran seluler, atau *m-Payments*, yang secara bertahap menggantikan

uang kertas tradisional. Dompet elektronik seluler, atau dompet elektronik, adalah salah satu elemen terpenting dalam ekosistem pembayaran digital. Sejumlah kategori dapat digabungkan di bawah istilah payung "*m-Payment*". Mengingat pesatnya tingkat penggunaan ponsel cerdas di seluruh dunia, pasar dompet elektronik seluler diperkirakan akan tumbuh secara signifikan nilainya. Pasar transaksi *e-wallet* diperkirakan akan mencapai US\$6,4 miliar pada tahun 2022 dan US\$9,4 miliar pada tahun 2025. *E-wallet* berfungsi dengan menyimpan uang dari rekening bank baik dengan menggunakan kartu debit atau kredit atau transfer *online* menggunakan sistem perbankan. *E-wallet* adalah mekanisme pembayaran tanpa uang tunai yang nyaman untuk melakukan transfer, pembayaran kepada masyarakat, dan pedagang menggunakan ponsel pintar (Bagla & Sancheti, 2018). Transaksi *peer-to-peer* (P2P) memungkinkan transfer uang antar individu dan dapat difasilitasi melalui pembelian dalam aplikasi atau pemindaian kode QR (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Banyak bank dan organisasi non-bank yang berlomba-lomba memberikan kenyamanan kepada nasabahnya dalam bertransaksi keuangan mengaktifkan jenis *e-wallet* ini (Bagla & Sancheti, 2018).

Menurut Bank Indonesia (bi.go.id), dompet elektronik adalah layanan *online* untuk menyimpan data alat pembayaran, seperti alat pembayaran yang dilakukan dengan kartu atau uang elektronik. Dapat menampung uang untuk melakukan pembayaran, seperti pembayaran tagihan dan pembelian belanja, namun uang di dalamnya tidak dapat dipindahkan ke dompet elektronik lain. Dompet Elektronik agar dapat digunakan perlu diisi/ tambah dana, yaitu diantaranya dapat melalui penyetoran tunai, transfer, atau auto debit rekening bank yang digunakan individu. Selain itu dana di dalam dompet elektronik dapat diambil dengan cara memindahkan dana ke rekening bank yang telah di daftarkan ataupun menarik secara tunai di tempat yang disediakan. Peraturan penggunaan dompet elektronik di Indonesia di atur dalam peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.18/41/DKSP tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

Penggunaan dompet elektronik telah menjadi semakin umum dan populer di kalangan konsumen karena kemudahan dan kepraktisannya. Hal ini diketahui berdasarkan survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bahwa diketahui pada tahun 2021 dari 10.000 responden terdapat 26,4% responden yang menggunakan dompet elektronik dalam kurun waktu satu bulan, sebesar 22,8% menggunakan dompet elektronik satu kali dalam beberapa bulan, kemudian untuk pengguna yang menggunakan dompet elektronik dalam satu bulan sebanyak 2-3 kali sebesar 16,8%, lalu untuk menggunakan dompet elektronik satu kali dalam kurun waktu satu minggu sebesar 14,5%, 2-3 kali menggunakan dompet elektronik dalam satu hari sebesar 9,1% dan menggunakan dompet elektronik setiap hari sebesar 6,4%, kemudian 4% responden tidak menggunakan dompet elektronik. Hasil riset lainnya yang dilakukan oleh insightasia (2023) pada tahun 2022 diketahui pengguna dompet elektronik Gopay sebesar 71%, dompet elektronik Ovo 70%, dan dompet elektronik Dana sebesar 61% dan dompet elektronik Shopeepay 51% dari seluruh total responden dan aktif untuk berbagai transaksi keuangan. Selanjutnya dari hasil riset tersebut juga diketahui terdapat 10 macam penggunaan dompet elektronik yang paling umum, yaitu diantaranya adalah digunakan untuk belanja di *e-commerce*, isi pulsa telepon seluler, transfer uang, melihat transaksi, transaksi antar bank, untuk membeli makan, membayar tagihan, pembayaran *offline* untuk pengeluaran rumah tangga dan fitur *paylater*.

Tinjauan literatur tentang pembayaran digital mengungkapkan bahwa sebagian besar penelitian berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk terus menggunakan m-pembayaran, seperti niat melanjutkan pra-adopsi dan pasca-adopsi (Gupta, Yousaf, & Mishra, 2020), keamanan, pendahuluan kepercayaan dan kepuasan pengguna. Namun, fokus untuk mempelajari faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan *e-wallet* masih sedikit, terutama selama pandemi *COVID-19* (Daragmeh, Sági, & Zéman, 2021). Secara khusus, masih kurangnya bukti empiris mengenai hubungan beberapa faktor seperti nilai yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, diskonfirmasi, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, kepuasan, yang mempengaruhi niat konsumen untuk terus menggunakan *e-wallet*. (Gupta et al., 2020). Sehubungan dengan perilaku konsumen, penting untuk menyelidiki perilaku manusia yang berkaitan dengan niat berperilaku serta nilai yang dirasakan dan kontrol perilaku yang dirasakan yang menentukan sikap konsumen untuk tetap loyal terhadap produk dan jasa (Alalwan, 2020), khususnya produk dan layanan yang terkait dengan teknologi. Beberapa variabel seperti kepuasan pengguna dan nilai yang dirasakan mungkin sulit dan menantang untuk disimpulkan karena konstruksi kompleksnya mungkin berbeda pada setiap orang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan kepercayaan (*trust*) terhadap niat menggunakan (*intention to use*) dompet elektronik. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memperluas ilmu dalam bidang manajemen perbankan, dan diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan pengembang dompet elektronik untuk meningkatkan kualitas dompet elektronik demi meningkatkan loyalitas pengguna dompet elektronik.

## **KERANGKA TEORI**

### ***Technology of Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model*, atau disingkat TAM, adalah model yang mengembangkan penerimaan pengguna terhadap teknologi yang akan digunakan. Awalnya digagas oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980, *Theory of Reasoned Action* (TRA) pertama kali dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989. TAM mengacu pada penerimaan masyarakat terhadap teknologi yang akan dimanfaatkan (Davis, 1989). Tujuan dari teori sistem informasi Davis TAM adalah untuk memperjelas bagaimana konsumen dapat memahami dan memanfaatkan teknologi informasi.

Surendran (2012) mengungkapkan bahwa TAM merupakan teori yang dikembangkan dengan menggabungkan beberapa model untuk mengkaji dan memahami variabel-variabel yang mempengaruhi bagaimana teknologi baru diterima. TAM dikembangkan dengan fokus utama supaya dapat mengadopsi teknologi baru pada organisasi, perusahaan dan yang lebih luas untuk mengadopsi perkembangan teknologi di suatu negara untuk kepentingan pasar dan dapat meningkatkan ekonomi menjadi lebih maju (Robertson & Gatignon, 1986). Konstruk utama TAM (Davis, 1989) adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, sikap terhadap perilaku, minat perilaku, dan kondisi nyata penggunaan sistem.

### ***Theory of Planned Behaviour***

*Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan Fishbein dan Ajzen tahun 1975 dikembangkan menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1988) menunjukkan bahwa pada awalnya TRA menjelaskan siapa yang mempunyai kemauan untuk bertindak secara moral memiliki dua prediktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Variabel lain, seperti kontrol perilaku yang dirasakan, meningkat dengan integrasi TRA ke TPB.

TPB yang dikembangkan oleh Ajzen terkenal dengan kemampuannya menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta antara perbuatan dan niat. Landasan TPB adalah sudut pandang keyakinan yang mempunyai kekuatan untuk membujuk orang agar bertindak dengan cara tertentu. Model TPB mampu menjelaskan alasan di balik niat berperilaku. Tiga faktor utama yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan menentukan niat berperilaku.

### ***Intention to Use***

Menurut (Davis, 1989), niat konsumen untuk menggunakan ditentukan oleh kecenderungan perilaku mereka untuk menggunakan teknologi perusahaan. Sebaliknya, niat untuk menggunakan, menurut Diamantidis dan Chatzoglou (2018), adalah ketika seseorang memutuskan atau mendukung suatu tindakan hanya berdasarkan keinginannya sendiri. Selain itu, hal ini dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana orang mempunyai kebebasan untuk bertindak berdasarkan dorongan hatinya sendiri, baik berupa ide maupun emosi. Sejauh mana orang berencana menggunakan teknologi untuk mencapai tujuan yang diantisipasi dikenal sebagai niat untuk menggunakan. Selain itu, seseorang ingin memanfaatkan layanan suatu sistem baik saat ini maupun di masa depan. Selain itu, niat untuk menggunakan dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk dapat menggunakan teknologi baik saat ini maupun di masa depan, menurut (Almahamid, Mcadams, & Kalaldehy, 2010).

### ***Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)***

Davis (1989) mengungkapkan bahwa *perceived use* adalah seberapa jauh seseorang percaya ketika menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja. Selanjutnya *perceived use* adalah sebuah keyakinan terkait individu menjadi lebih baik jika produk yang digunakan dengan teknologi tertentu. *Perceived use* suatu penilaian dari pengguna terkait teknologi yang akan digunakan tersebut dapat meningkatkan kualitas hasil dari pekerjaan dan kegiatan yang sedang pengguna tersebut lakukan (Keni, 2020).

### ***Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use)***

Persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989) mengacu pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak akan membutuhkan banyak usaha atau sulit untuk dipahami. Lebih lanjut pendapat seseorang tentang seberapa sederhana dan mudahnya menggunakan teknologi yang mereka gunakan dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan. Menurut Cheng dan Li (2014), *perceived ease of use* mengacu pada seberapa percaya diri seseorang ketika menggunakan teknologi yang pada akhirnya akan menyelesaikan masalah pada tingkat mental dan fisik. Monsuwé, Dellaert, & de Ruyter, (2004) mengklarifikasi bahwa persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada penilaian seseorang terhadap hasil ketika memanfaatkan teknologi.

### **Pengertian Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

Menurut Suhir, Suyadi, dan Riyadi, (2014), risiko yang dirasakan adalah perkiraan kekhawatiran subjektif seseorang terhadap konsekuensi dari suatu kecelakaan serta kemungkinan terjadinya kecelakaan.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan**

Persepsi manfaat dapat memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan dompet elektronik melalui bagaimana pengguna memandang kepraktisan, keamanan, dan efisiensi yang diberikan oleh dompet elektronik dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional. Jika pengguna melihat banyak manfaat dalam penggunaan dompet elektronik, seperti kemudahan transaksi dan keamanan data, kemungkinan besar pengguna akan lebih bersedia untuk mengadopsinya. Faktor-faktor seperti diskon, reward, atau fitur tambahan juga dapat memperkuat persepsi manfaat dan meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik (Iffat & Laksmi, 2023).

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan**

Persepsi kemudahan dapat memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik (Fazriansyah, Sari & Mawardi, 2022). Jika seseorang melihat penggunaan dompet elektronik sebagai sesuatu yang mudah dipahami, diakses, dan digunakan dalam transaksi sehari-hari, mereka cenderung akan lebih termotivasi untuk mengadopsinya. Faktor-faktor seperti fitur-fitur yang sederhana, proses pembayaran yang cepat, dan ketersediaan layanan dukungan teknis dapat meningkatkan persepsi kemudahan, sehingga meningkatkan niat pengguna untuk memanfaatkan dompet elektronik dalam aktivitas keuangan mereka (Iffat & Laksmi, 2023).

### **Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan**

Persepsi risiko dapat menjadi hambatan atau faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik. Jika seseorang menganggap risiko dalam penggunaan dompet elektronik tinggi, kemungkinan besar mereka akan merasa ragu untuk mengadopsinya. Faktor-faktor seperti ketidakpastian terkait keamanan data, potensi kehilangan akses, atau penyalahgunaan informasi pribadi dapat menurunkan niat pengguna. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi dompet elektronik, penyedia layanan perlu memastikan tingkat keamanan yang tinggi dan memberikan informasi yang jelas tentang langkah-langkah perlindungan yang diimplementasikan (Iffat & Laksmi, 2023).

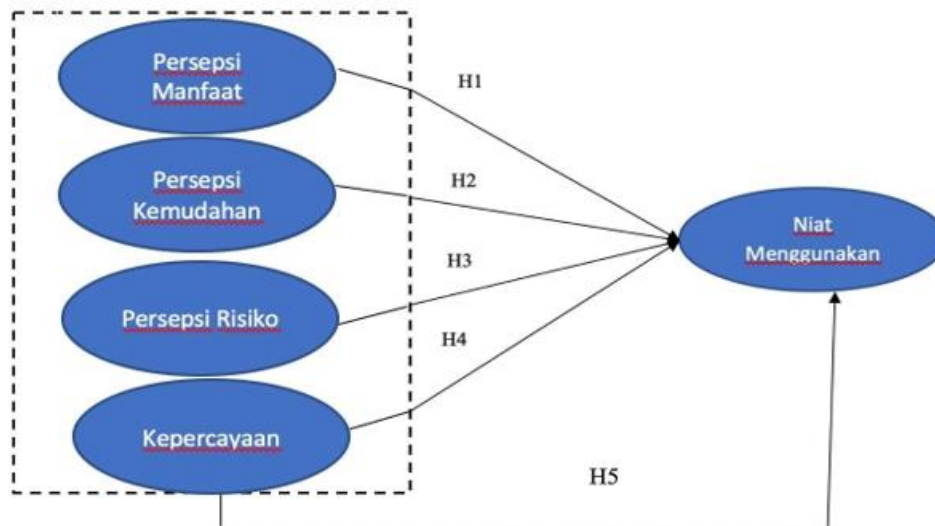
### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan**

Kepercayaan (*trust*) memainkan peran kunci dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik. Jika seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran elektronik, termasuk keamanan transaksi dan perlindungan privasi, kemungkinan besar mereka akan lebih cenderung memiliki niat positif untuk menggunakannya. Faktor-faktor seperti reputasi penyedia layanan, umpan balik positif dari pengguna lain, dan transparansi dalam kebijakan keamanan dapat membangun kepercayaan. Sebaliknya, kekurangan kepercayaan dapat menghambat niat pengguna untuk mengadopsi dompet elektronik. Kepercayaan dapat memengaruhi kontinuitas penggunaan dompet elektronik Gopay (Rizky, 2023) dan niat menggunakan dompet digital Gopay (Afandi, Fadhillah, & Sari, 2021). Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, baik melalui kebijakan keamanan yang ketat

maupun komunikasi efektif, dapat merangsang niat positif untuk menggunakan dompet elektronik (Nag & Gilitwala, 2019).

### Model dan Hipotesis Penelitian

Model Penelitian terdapat pada Gambar 1. sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah

- H1: Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).
- H2: Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).
- H3: Persepsi risiko (*perceived risk*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).
- H4: Kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).
- H5: Persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi risiko (*perceived risk*) dan kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif, bertujuan untuk melihat atau mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, arah dan fokus penelitian ini ialah uji hipotesis. Subjek pada penelitian ini yaitu pengguna dompet elektronik yang berdomisili di wilayah Indonesia. Dompet elektronik adalah layanan yang menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran, seperti kartu dan/atau uang elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dan menyimpan uang.

Metode sampel yang digunakan adalah *nonprobability* sampling dengan ketentuan untuk pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, dimana penentuan sampel didasarkan pada karakteristik tertentu berdasarkan ciri atau sifat populasinya (Widodo,

2017). Kriteria responden adalah responden yang menggunakan dompet elektronik dan berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 100 responden.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 2 macam variabel. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3), kepercayaan (X4). Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini yaitu niat menggunakan dompet elektronik (Y). Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini terlihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Pernyataan	Sumber
Persepsi Manfaat (X1)	Pengguna dompet elektronik menganggap kegunaan yang dirasakan sebagai manfaat yang dapat mereka rasakan secara langsung.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dompet Elektronik mengubah cara saya melakukan pembayaran</li> <li>2. Dompet Elektronik dapat menghemat waktu saat melakukan pembayaran</li> <li>3. Dompet Elektronik dapat digunakan untuk membayar tagihan, transfer online, belanja online</li> <li>4. Saya dapat melakukan pembayaran lebih cepat dengan menggunakan dompet elektronik</li> </ol>	Oentario, Harianto, & Irawati (2017)
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan bahwa orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan cepat dipahami dan menawarkan berbagai kepraktisan penggunaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dompet Elektronik mudah untuk di gunakan</li> <li>2. Tampilan dari Dompet Elektronik sangat jelas dan mudah dimengerti</li> <li>3. Saya merasa menggunakan Dompet Elektronik itu mudah</li> <li>4. Saya jarang bingung saat menggunakan Dompet Elektronik</li> </ol>	Kademaunga & Phiri (2019)
Persepsi Risiko (X3)	Risiko yang dirasakan adalah keyakinan akan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam bertransaksi menggunakan dompet elektronik.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menggunakan dompet elektronik karena informasi pribadi saya aman</li> <li>2. Saya menggunakan dompet elektronik karena melindungi informasi pribadi saya dari akses tidak sah</li> <li>3. Saya menggunakan dompet elektronik karena tidak ada risiko penipuan</li> </ol>	Chin & Ahmad (2015)

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel (lanjutan)**

Variabel	Definisi Variabel	Pernyataan	Sumber
		4. Tingkat risiko rendah ketika saya menggunakan Dompet Elektronik saat melakukan pembayaran	
Kepercayaan (X4)	Persepsi keamanan diartikan sebagai persepsi pengguna bahwasannya suatu sistem dapat aman digunakan dalam suatu transaksi	1. Saya percaya penyedia layanan Dompet Elektronik mengutamakan kepentingan pelanggan 2. Saya mempercayai platform Dompet Elektronik. (Shopee pay, Ovo, Dana, Gopay dan lain-lain) 3. Saya menggunakan Dompet Elektronik karena menyediakan layanan keuangan yang dapat diandalkan	Moorman , Deshpande, & Zaltman (1993)
Niat Menggunakan Dompet Elektronik (Y)	Niat untuk menggunakan adalah keinginan untuk menggunakan layanan Dompet Elektronik sebagai alat pembayaran.	1. Saya bersedia menggunakan Dompet Elektronik dalam waktu dekat 2. Saya berniat menggunakan Dompet Elektronik karena membawa banyak manfaat bagi saya 3. Saya lebih memilih menggunakan Dompet Elektronik dibandingkan uang tunai untuk kebutuhan pembayaran saya 4. Saya akan sangat merekomendasikan orang lain untuk menggunakan Dompet Elektronik	Shih & Fang (2004)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Skala pengukuran pada penelitian ini yaitu menggunakan Skala Likert. Tingkat nilai yang ada dalam skala likert dapat dilihat pada Tabel 2. berikut



**Tabel 2. Skala Likert**

Kategori	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Di mana Y adalah niat menggunakan dompet elektronik (variabel dependen),  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  adalah persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), persepsi risiko ( $X_3$ ), kepercayaan ( $X_4$ ) (Variabel Independen), a adalah Konstanta, b adalah koefisien regresi ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ). Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan Uji F.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Penelitian ini melibatkan 245 responden yang merupakan pengguna dompet elektronik dengan usia di atas 17 tahun di Wilayah Indonesia. Dalam penelitian ini, berbagai jenis dompet elektronik digunakan oleh responden, termasuk ShopeePay, GoPay, Dana, OVO, Jenius, dan beberapa jenis dompet elektronik lainnya. Dengan jumlah responden yang signifikan, pengetahuan mendalam mengenai elemen-elemen yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik, serta pemahaman yang lebih baik mengenai fenomena dan perilaku pengguna saat menggunakan teknologi pembayaran digital, merupakan hasil yang diharapkan dari penelitian ini. Data penelitian diambil dari kuesioner yang disebar melalui media elektronik dengan memanfaatkan fasilitas dari google form dengan pertimbangan lebih cepat dalam pencairan data kuesioner dan dapat dilakukan dimanapun juga dengan syarat terkoneksi jaringan internet. Jumlah yang didapatkan yaitu 245 responden.

Responden pada penelitian ini terdiri dari 92 orang (38%) laki – laki dan 153 orang (62%) perempuan. Usia responden sebanyak 97 orang (40%) yang berada dalam kelompok usia 17 – 23 tahun, 89 orang (36%) yang berada dalam kelompok usia 24 – 35 tahun dan 59 orang (24%) yang berusia di atas 35 tahun. Pendidikan responden sebanyak 48 orang (20%) dengan pendidikan tertinggi SMA, 11 orang (4%) dengan pendidikan tertinggi Diploma, 114 orang (47%) dengan pendidikan tertinggi Sarjana, dan 72 orang (29%) dengan pendidikan tertinggi Pasca Sarjana. Pekerjaan responden sebanyak dari 111 orang (45%) dengan status sebagai pelajar atau mahasiswa, 89 orang (36%) bekerja sebagai Karyawan (Swasta/BUMN), 22 orang (9%) dengan jenis pekerjaan Profesi (Guru/Dosen/Dokter/Perawat/Bidan), 6 orang (2%) yang bekerja sebagai ASN/TNI/Polri,

dan 8 orang (3%) yang bekerja sebagai wiraswasta, serta 9 orang (4%) tidak bekerja. Pendapatan responden sebanyak 67 orang (27%) dengan pendapatan < 1 Juta rupiah, 54 orang (22%) dengan pendapatan 1 – 3 Juta rupiah, 42 orang (17%) dengan pendapatan 3 – 5 juta rupiah, dan 82 orang (3%) dengan pendapatan di atas 5 juta rupiah. Pengeluaran responden terdiri dari 28 orang (11%) dengan pengeluaran < 1 Juta rupiah, 99 orang (40%) dengan pengeluaran 1 – 3 Juta rupiah, 80 orang (33%) dengan pengeluaran 3 – 5 juta rupiah, dan 38 orang (16%) dengan pengeluaran di atas 5 juta rupiah. Lama menggunakan dompet elektronik responden terdiri dari 26 orang (11%) dengan lama menggunakan dompet elektronik kurang dari 1 tahun, 101 orang (41%) dengan lama menggunakan dompet elektronik 1-3 tahun, 80 orang (33%) dengan lama menggunakan dompet elektronik 3 – 5 tahun, dan 38 orang (15%) dengan lama menggunakan dompet elektronik di atas 5 tahun. Alasan menggunakan dompet elektronik responden terdiri dari 70 orang (29%) dengan alasan penggunaan karena terafiliasi dengan rekening utama, 142 orang (58%) dengan alasan penggunaan karena mudah untuk melakukan top-up, 15 orang (6%) dengan alasan penggunaan karena tidak ada biaya tambahan, dan 18 orang (7%) dengan alasan lainnya. Jenis dompet elektronik yang sering digunakan responden terdiri dari 77 orang (31%) dengan jenis dompet elektronik paling sering digunakan adalah shopeepay, 34 orang (14%) dengan jenis dompet elektronik paling sering digunakan adalah Dana, 28 orang (11%) dengan jenis dompet elektronik paling sering digunakan adalah OVO, 94 orang (38%) dengan jenis dompet elektronik paling sering digunakan adalah Gopay, dan 1 orang (0,4%) dengan jenis dompet elektronik paling sering digunakan adalah Jenius, serta 11 orang (4,5%) yang menjawab jenis dompet elektronik lainnya.

### Hasil Pengisian Kuesioner

Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) terdapat empat aitem pertanyaan yang harus dijawab oleh responden penelitian. Rekapitulasi jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden akan dipaparkan di Tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Variabel Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)**

No.	Pernyataan	SKOR				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dompet elektronik mengubah cara saya melakukan pembayaran	3	4	33	92	111
2	Dompet elektronik dapat menghemat waktu saat melakukan pembayaran	5	4	29	84	121
3	Dompet elektronik dapat digunakan untuk membayar tagihan, transfer online, belanja online, dll	4	2	7	63	167
4	Saya dapat melakukan pembayaran lebih cepat dengan Menggunakan dompet elektronik	2	3	12	88	139

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terdapat empat item pertanyaan yang harus dijawab oleh responden penelitian. Rekapitulasi jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden akan dipaparkan di Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Rekapitulasi Variabel Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)**

No.	Pernyataan	SKOR				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dompot elektronik mudah untuk digunakan	5	3	5	94	136
2	Tampilan dari dompet elektronik sangat jelas dan mudah dimengerti	2	6	17	103	116
3	Saya merasa Menggunakan dompet elektronik itu mudah	2	3	13	106	119
4	Saya jarang bingung saat menggunakan dompet elektronik	6	17	37	104	79

Persepsi risiko (*Perceived Risk*) memiliki rekapitulasi jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden akan dipaparkan di Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Rekapitulasi Variabel Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

No.	Pernyataan	SKOR				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan dompet elektronik karena informasi pribadi saya aman	5	18	94	84	43
2	Saya menggunakan dompet elektronik karena melindungi informasi pribadi saya dari akses tidak sah	6	13	96	82	47
3	Saya menggunakan dompet elektronik karena tidak ada risiko penipuan	5	43	97	53	47
4	Tingkat risiko rendah ketika saya menggunakan dompet elektronik saat melakukan pembayaran	5	24	97	70	49

**Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Variabel Kepercayaan (*Trust*)**

No.	Pernyataan	SKOR				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya penyedia layanan dompet elektronik mengutamakan kepentingan pelanggan	4	4	55	118	62
2	Saya mempercayai platform dompet elektronik. (Shopeepay, Ovo, Dana, Gopay dan lain-lain)	5	3	41	118	76
3	Saya menggunakan dompet elektronik karena menyediakan layanan keuangan yang dapat diandalkan	2	2	42	115	82

**Tabel 7. Hasil Rekapitulasi Variabel Niat Menggunakan (*Intention to Use*)**

No.	Pernyataan	SKOR				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya bersedia menggunakan dompet elektronik dalam waktu dekat	3	3	24	108	105
2	Saya berniat menggunakan dompet elektronik karena membawa banyak manfaat bagi saya	4	3	23	114	99
3	Saya lebih memilih menggunakan dompet elektronik dibandingkan uang tunai untuk kebutuhan pembayaran saya	4	15	60	84	80
4	Saya akan sangat merekomendasikan orang lain untuk menggunakan dompet elektronik	5	7	53	94	84

Kepercayaan (*Trust*) memiliki rekapitulasi jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden akan dipaparkan di Tabel 6.

Niat menggunakan (*Intention to use*) memiliki rekapitulasi jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden, akan dipaparkan di Tabel 7.

## Pengujian dan Analisis Data

**Tabel 8. Kode Pernyataan Kuesioner**

No	Variabel	Kode	item
1.	Persepsi manfaat ( <i>Perceived Usefulness</i> ) X1	PU 1	Dompset elektronik mengubah cara saya melakukan pembayaran
		PU 2	Dompset elektronik dapat menghemat waktu saat melakukan pembayaran
		PU 3	Dompset elektronik dapat digunakan untuk membayar tagihan, transfer online, belanja online, dll
		PU 4	Saya dapat melakukan pembayaran lebih cepat dengan Menggunakan dompet elektronik
2.	Persepsi kemudahan penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) X2	PEOU1	Dompset elektronik mudah untuk digunakan
		PEOU 2	Tampilan dari dompet elektronik sangat jelas dan mudah dimengerti
		PEOU 3	Saya merasa Menggunakan dompet elektronik itu mudah
		PEOU 4	Saya jarang bingung saat menggunakan dompet elektronik
3	Persepsi risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) X3	PR 1	Saya menggunakan dompet elektronik karena informasi pribadi saya aman
		PR 2	Saya menggunakan dompet elektronik karena melindungi informasi pribadi saya dari akses tidak sah
		PR 3	Saya menggunakan dompet elektronik karena tidak ada risiko penipuan
		PR 4	Tingkat risiko rendah ketika saya menggunakan dompet elektronik saat melakukan pembayaran
4	Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) X4	T 1	Saya percaya penyedia layanan dompet elektronik mengutamakan kepentingan pelanggan
		T 2	Saya mempercayai platform dompet elektronik. (Shopeepay, Ovo, Dana, Gopay dan lain-lain)
		T 3	Saya menggunakan dompet elektronik karena menyediakan layanan keuangan yang dapat diandalkan
5	Niat menggunakan ( <i>Intention to use</i> ) Y	ItU 1	Saya bersedia menggunakan dompet elektronik dalam waktu dekat
		ItU 2	Saya berniat menggunakan dompet elektronik karena membawa banyak manfaat bagi saya
		ItU 3	Saya lebih memilih menggunakan dompet elektronik dibandingkan uang tunai untuk kebutuhan pembayaran saya
		ItU 4	Saya akan sangat merekomendasikan orang lain untuk menggunakan dompet elektronik

Dalam pengujian membutuhkan pengelompokan data yang dapat memudahkan dalam pengolahan. Pemberian kode dilakukan pada masing-masing pernyataan, kode tersebut akan dipaparkan pada Tabel 8.

### Analisis Deskriptif Statistik dan Skala Likert

Penyajian semua data yang dikumpulkan untuk penelitian ini telah dilakukan. Data akan ditampilkan dalam bentuk tabel dengan nilai minimum, maksimum, sum (jumlah), mean (rata-rata), dan persentase dari data yang terkumpul. Tabel interval skala *likert* dapat di lihat pada Tabel 9. Perhitungan presentase data yang diperoleh dijabarkan pada Tabel 10.

**Tabel 9. Interval Skala Likert**

Indeks	Interprestasi
0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju
20% - 39,99%	Tidak Setuju
40% - 59,99%	Netral
60% - 79,99%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

**Tabel 10. Hasil Deskriptif Statistik Berdasarkan Indikator Pertanyaan**

Descriptive Statistics								
	N	Min	Max	Sum	Mean	Median	Presentase	Deskripsi
<b>X1.1</b>	245	1	5	1039	4,24	4	84,8%	Sangat Setuju
<b>X1.2</b>	245	1	5	1048	4,27	4	85,5%	Sangat Setuju
<b>X1.3</b>	245	1	5	1123	4,58	5	91,6%	Sangat Setuju
<b>X1.4</b>	245	1	5	1094	4,46	5	89,3%	Sangat Setuju
<b>X2.1</b>	245	1	5	1090	4,44	5	88,9%	Sangat Setuju
<b>X2.2</b>	245	1	5	1060	4,32	4	86,5%	Sangat Setuju
<b>X2.3</b>	245	1	5	1074	4,38	4	87,6%	Sangat Setuju
<b>X2.4</b>	245	1	5	970	3,95	4	79,1%	Setuju
<b>X3.1</b>	245	1	5	875	3,57	4	71,4%	Setuju
<b>X3.2</b>	245	1	5	884	3,60	4	72,1%	Setuju
<b>X3.3</b>	245	1	5	826	3,37	3	67,4%	Setuju
<b>X3.4</b>	245	1	5	868	3,54	3	70,8%	Setuju
<b>X4.1</b>	245	1	5	965	3,93	4	78,7%	Setuju
<b>X4.2</b>	245	1	5	992	4,04	4	80,9%	Sangat Setuju
<b>X4.3</b>	245	1	5	1008	4,11	4	82,2%	Sangat Setuju
<b>Y.1</b>	245	1	5	1045	4,26	4	85,3%	Sangat Setuju
<b>Y.2</b>	245	1	5	1037	4,23	4	84,6%	Sangat Setuju
<b>Y.3</b>	245	1	5	956	3,90	4	78,0%	Setuju
<b>Y.4</b>	245	1	5	980	4,00	4	80,0%	Sangat Setuju

Tabel 10. dapat dijabarkan bahwa secara keseluruhan butir pertanyaan memiliki presentase lebih dari 80% dimana dinyatakan pada Tabel 9 interval skala likert bahwa indeks dengan 80% - 100% dinyatakan “Sangat Setuju”.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* dengan rumus

korelasi *pearson product moment*. Hasil pengolahan data untuk uji validitas X1, X2, X3, X4 dan Y dapat dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas (Tabel 11) menunjukkan suatu keandalan dilakukan dengan melihat *Cronch's Alpha*. Nilai tersebut menggambarkan keandalan indikator-indikator dalam kuesioner penelitian.

**Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of aitem	Keterangan
<i>Intention to Use</i>	0,871	4	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,880	4	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,852	4	Reliabel
<i>Perceived Risk</i>	0,894	4	Reliabel
Trust	0,863	3	Reliabel

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien *Alpha Cronbach*, dimana alat ukur dianggap reliabel jika koefisien reliabilitas sama dengan atau lebih besar dari 0,70. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui bahwa skala *intention to use* memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,950, kemudian skala *perceived usefulness* memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,880, skala *perceived ease of use* memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,852 dan skala *perceived risk* memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,894, serta skala *trust* memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,863. Hal ini menunjukkan bahwa skala niat untuk menggunakan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan kepercayaan memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang lebih besar dari 0.70 sehingga dapat dikatakan bahwa semua skala dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang dapat diterima atau baik.

### Uji Asumsi

Uji asumsi dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas dimana diketahui dalam penelitian ini variabel independen dan dependen memiliki distribusi yang normal. Kemudian selanjutnya dilakukan uji multikolinieritas dimana diketahui hasil uji multikolinieritas terdapat empat variabel yaitu *Perceived Usefulness* dengan nilai VIF sebesar 3,022, *Perceived Ease of Use* dengan nilai 2,864, *Perceived Risk* dengan nilai VIF sebesar 1,739 dan *Trust* dengan nilai VIF sebesar 2,462. Dapat disimpulkan bahwa ketiga hasil pengolahan variabel yang diperoleh memiliki nilai VIF lebih dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti dari keseluruhan nilai variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, artinya tidak ada korelasi antar masing-masing variabel independen dalam model regresi ini. Selanjutnya uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan dalam penelitian ini sehingga data tersebut lolos uji asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi linier.

### Analisis Regresi Linier

Regresi linier berganda sendiri menjelaskan tentang hubungan antar variabel, seperti variabel terikat dan variabel bebas. Pengolahan data ini dibantu dengan pemerograman SPSS, yang dilihat dari hasil bagian *coefficient* sehingga didapatkan nilai koefisiensi regresi pada Tabel 12.

**Tabel 12. Hasil Coefficient**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.397	.679		-.585	.559
1 Perceived_Use	.416	.062	.384	6.675	.000
Perceived_Ease_of_Use	.058	.061	.054	.960	.338
Perceived_Risk	.064	.038	.073	1.675	.095
Trust	.626	.071	.457	8.806	.000

a. Dependent Variable: Intention\_to\_Use

### Uji T

Untuk mengetahui apakah berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap dependen secara individual maka dilakukannya uji T. Uji T (Tabel 13) dapat dilihat dari kesimpulan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi < 0,05 maka H0 di tolak dan Ha diterima, sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

**Tabel 13. Hasil Uji T**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.397	.679		-.585	.559
1 Perceived_Use	.416	.062	.384	6.675	.000
Perceived_Ease_of_Us	.058	.061	.054	.960	.338
Perceived_Risk	.064	.038	.073	1.675	.095
Trust	.626	.071	.457	8.806	.000

a. Dependent Variable: Intention\_to\_Use

Berdasarkan Tabel 13. didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = (-0,397) + 0,416 PU + 0,058 PEU + 0,064 PR + 0,626T + e$$

### Uji F

Untuk melakukan uji koefisien regresi secara simultan (Uji F) maka perlu melakukan uji Anova. Uji Anova sendiri dapat dilakukan dengan cara melihat signifikansi, jika nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak sedangkan Ha diterima. Sebaliknya, jika signifikansi > 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hasil uji F ada pada Tabel 14 berikut.

**Tabel 14. Hasil Uji F**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1593.513	4	398.378	168.540	.000 <sup>b</sup>
Residual	567.287	240	2.364		
Total	2160.800	244			

a. Dependent Variable: Intention\_to\_Use

b. Predictors: (Constant), Trust, Perceived\_Risk, Perceived\_Ease\_of\_Use, Perceived\_Use

## Koefisien Deteminasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini tersaji pada Tabel 15.

**Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.737	.733	1.537

a. Predictors: (Constant), Trust, Perceived\_Risk, Perceived\_Ease\_of\_Use, Perceived\_Use

## Pembahasan

Niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Nasabah menggunakan dompet elektronik sebagai bentuk pembayaran pengganti. Jika dikaitkan dengan temuan penelitian, yaitu pertanyaan deskriptif yang dijawab oleh 45 persen responden mahasiswa. Berdasarkan berbagai keuntungan dan manfaat yang didapat dari penggunaan dompet elektronik - transaksi menjadi lebih mudah dan cepat, dapat digunakan di mana pun dan kapan pun, atau mendapatkan keuntungan dari promosi yang tersedia - hal tersebut tampaknya masuk akal. Selain itu, wilayah Jabodetabek merupakan tempat tinggal sebagian besar partisipan penelitian. Basis *merchant* yang besar di wilayah Jabodetabek, yang saat ini menerima pembayaran melalui dompet elektronik, akan mendorong pelanggan untuk menggunakan metode pembayaran ini lebih banyak lagi.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*). Hal ini bisa jadi dikarenakan tidak semua dompet elektronik dapat digunakan untuk transaksi pembayaran lintas *platform* yakni hanya bisa digunakan diplatform *e-commerce* tertentu saja. Selain itu responden didominasi oleh generasi Z dan Y yang sangat memahami tentang transaksi digital (usia 17-23 tahun 40%, 24-35 tahun sebanyak 36%). Hasil ini sejalan dengan penelitian Fazriansyah, Sari dan Mawardi (2022), namun tidak sejalan dengan penelitian Iffat dan Laksmi (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan dompet elektronik.

Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan dompet elektronik. Hal ini bisa terjadi karena beberapa hal. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Iffat dan Laksmi (2023) bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap niat menggunakan dompet elektronik. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pertama, pengalaman pengguna yang positif, jika pengguna memiliki pengalaman positif dengan dompet elektronik, seperti tidak pernah mengalami penipuan atau kerugian keuangan, mereka cenderung lebih sedikit khawatir akan risiko. Pengalaman positif ini dapat mengimbangi atau bahkan mengatasi persepsi risiko yang mungkin ada (Purnama, Bangun, & Faaroek, 2021). Perilaku masa depan itu ditentukan oleh pengalaman sebelumnya. Oleh karena itu,



pengalaman sebelumnya mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan dompet elektronik (Luo, Tong, Lin & Zhang, 2021).

Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap niat menggunakan (*intention to use*), hasil data penelitian yakni pertanyaan deskriptif dimana sebanyak 40% responden sudah menggunakan dompet elektronik selama 1-3 tahun dan sebanyak 33% sudah menggunakan dompet elektronik selama 3 - 5 tahun, hal tersebut mengindikasikan pengalaman yang baik dalam menggunakan dompet elektronik. Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepercayaan untuk terus menggunakan dompet elektronik. Hasil penelitian ini sejalan dengan Afandi, Fadhillah dan Sari (2021) serta Rizky (2023) bahwa kepercayaan memengaruhi niat menggunakan dompet elektronik.

Secara bersama-sama persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi risiko (*perceived risk*) dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh secara simultan terhadap niat menggunakan (*intention to use*).

Hal ini dapat dilihat pada Uji F dimana nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Diartikan bahwa jika seseorang merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan dompet elektronik, percaya bahwa penggunaannya mudah, memiliki persepsi rendah terhadap risiko yang terkait, dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan kehandalan dompet elektronik, maka kemungkinan besar mereka akan memiliki niat yang kuat untuk menggunakan dompet elektronik. Lebih lanjut, nilai R square yang didapatkan yaitu 0,737. Hal ini berarti bahwa sebesar 73,7% variabel niat menggunakan (*intention to use*) dapat dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan sedangkan sisanya yaitu sebesar 26,3% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan terhadap pengguna dompet elektronik, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* berpengaruh terhadap *intention to use*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Secara bersama-sama, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh secara keseluruhan terhadap niat untuk menggunakan. Hal ini menyatakan bahwa pentingnya sinergi dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan kepercayaan dalam rangka meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan dompet elektronik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Fadhillah, A. & Sari, D. P. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan e-wallet dengan sikap sebagai variabel intervening. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 1(2), 568-577.
- Ajzen, I. (1988). Attitudes, personality, and behavior. *Attitudes, personality, and behavior*. California: Dorsey Press.
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50(2020), 28–44. doi.org:10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008
- Almahamid, S., Mcadams, A., & Kalaldehy, T. (2010). The relationships among

- organizational knowledge sharing practices, employees' learning commitments, employees' adaptability, and employees' job satisfaction: An empirical investigation of the Listed Manufacturing Companies in Jordan. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 5(2010), 327–356. doi.org:10.28945/1225
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451. doi.org:10.1108/JMD-04-2017-0144.
- Chin, L. P., & Ahmad, Z. A. (2015). Perceived enjoyment and Malaysian consumers' intention to use a single platform e-payment. SHS Web of Conference, 18(2015), International Conference on Liberal Arts & Social Sciences. doi.org:10.1051/shsconf/20151801009.
- Cheng, C., & Li, A. Y. (2014). Internet addiction prevalence and quality of (real) life: a meta-analysis of 31 nations across seven world regions. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(12), 755–760. doi.org:10.1089/cyber.2014.0317
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the COVID-19 pandemic: Integrating the health belief model (HBM) and technology continuous theory (TCT). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 1-23. doi.org:10.3390/joitmc7020132
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi.org:10.2307/249008.
- Diamantidis, A., & Chatzoglou, P. (2018). Factors affecting employee performance: an empirical approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 171-193. doi.org:10.1108/IJPPM-01-2018-0012
- Fazriansyah, Sari, N.A. & Mawardi. (2022). Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual pada aplikasi pembayaran digital?. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 271-283.
- Gupta, A., Yousaf, A., & Mishra, A. (2020). How pre-adoption expectancies shape post-adoption continuance intentions: An extended expectation-confirmation model. *International Journal of Information Management*, 52(2020), 102094. doi.org:10.1016/j.ijinfomgt.2020.102094
- Iffat, M. F. & Laksmi, A.C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5(2023), 441-449. doi.org:10.20885/ncaf.vol5.art50
- Kademaunga, C., & Phiri, J. (2019). Factors affecting successful implementation of electronic procurement in government institutions based on the Technology Acceptance Model. *Open Journal Business and Management*, 7(4), 1705-1714. doi.org: 10.4236/ojbm.2019.74118.
- Keni, K. (2020). How perceived usefulness and perceived ease of use Affecting Intent To Repurchase? *Jurnal Manajemen*, 24, 481. doi.org:10.24912/jm.v24i3.680
- Luo, X., Tong, S., Lin, Z., & Zhang, C. (2021). The impact of platform protection insurance on buyers and sellers in the sharing economy: a natural experiment. *Journal of Marketing*, 85(2), 50-69. doi.org:10.1177/0022242920962510
- Monswé, T., Dellaert, B., & de Ruyter, Ko. (2004). What drives consumers to shop online? A literature Review. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102–121. doi.org:10.1108/09564230410523358

- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81-101.
- Nag, A.K., & Gilitwala, B. (2019). E-wallet- factors affecting its intention to use. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 3411-3415. doi: 10.35940/ijrte.D6756.118419
- Oentario, P., Harianto, A. & Irawati, J. (2017). Pengaruh usefulness, ease of use, risk terhadap intention to buy online patisserie melalui consumer attitude berbasis media sosial di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26-31.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Yuk mengenal fintech P2P lending sebagai alternatif investasi sekaligus pendanaan. Retrieved from: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20566>.
- Purnama, S., Bangun, C., & Faarook, A. (2021). The effect of transaction experience using digital wallets on user satisfaction in millennial generation. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 5(2), 161-168. doi.org:10.33050/atm.v5i2.1593
- Rizky, C.A. (2023). *Pengaruh kenyamanan, kepercayaan pelanggan terhadap niat menggunakan kembali dengan moderasi religiusitas pada layanan Go-pay di Surabaya dan Sidoarjo* (Undergraduate thesis). Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Robertson, T. S., & Gatignon, H. (1986). Competitive effects on technology diffusion. *Journal of Marketing*, 50(3), 1–12. doi.org:10.2307/1251581.
- Shih, Y.Y. & Fang, K. (2004). The use of a decomposed theory of planned behavior to study internet banking in Taiwan. *Internet Research*, 14(3), 213-223.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online (Survei terhadap pengguna situs website www.Kaskus.Co.Id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–10.
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A survey of literature. *International Journal of Bussiness and Social Research*, 2(4), 175-178. doi.org:10.1016/j.biortech.2015.06.132
- Widodo. (2017). *Metodologi penelitian: Populer dan praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.