

Persepsi Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z Di Bandung Berdasarkan Technology Acceptance Model (Tam)

Fadhil Syafa Baihaqi¹, Muhammad Azhari²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,

¹ fadhilsb@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, muhazhari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan keuangan digital berbasis elektronik seperti e-wallet. Generasi Z sebagai digital native merupakan segmen pengguna yang sangat potensial dalam mengadopsi teknologi ini, khususnya di wilayah urban seperti Kota Bandung yang memiliki penetrasi teknologi dan infrastruktur digital yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan intensi penggunaan e-wallet pada Generasi Z di Kota Bandung dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Model ini memfokuskan pada empat variabel utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Behavioral Intention to Use* (BIU), dan *Actual Usage* (AU). PU dan PEU bertindak sebagai variabel independen, BIU sebagai variabel mediasi, dan AU sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* yang melibatkan 188 responden Generasi Z di Bandung yang telah menggunakan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, kemudian dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEU) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU), dan BIU memiliki pengaruh langsung terhadap *Actual Usage* (AU). Selain itu, BIU terbukti memediasi hubungan antara PU dan PEU terhadap AU. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi niat dan kecenderungan seseorang untuk benar-benar menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas keuangannya.

Kata Kunci: *E-wallet, Generasi Z, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention, Actual Usage, Technology Acceptance Model (TAM), Bandung*

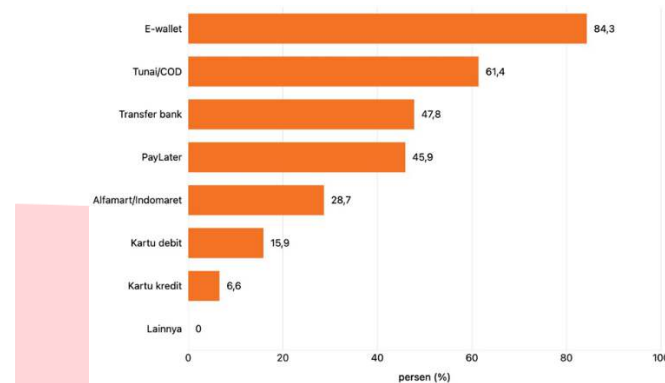
I. PENDAHULUAN

Persepsi penggunaan E-wallet merupakan pandangan atau penilaian individu terkait kemudahan, keamanan, serta manfaat yang dirasakan selama berinteraksi dengan layanan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, opini lingkungan sekitar, serta eksposur terhadap informasi teknologi finansial yang makin berkembang di zaman digital masa kini. Hanifah dan Mukhlis (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan, yang merupakan dua dimensi utama dalam teknologi keuangan, memiliki peranan penting dalam membentuk minat mahasiswa untuk menggunakan layanan E-wallet, seperti ShopeePay. Selain itu, faktor efektivitas dan kepercayaan juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam menumbuhkan persepsi positif mengenai manfaat penggunaan E-wallet di kalangan pengguna muda. Imawati dalam penelitiannya di Kota Depok juga menegaskan bahwa persepsi keamanan digital payment sangat memengaruhi minat generasi Z terhadap pemanfaatan layanan E-wallet.

E-wallet dalam kegiatan finansial sehari-hari. Dengan demikian, persepsi penggunaan E-wallet menjadi fondasi awal terbentuknya keyakinan generasi Z untuk memanfaatkan teknologi finansial secara lebih aktif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tingkat penggunaan E-wallet yang semakin pesat. Persepsi penggunaan E-wallet yang terbentuk atas dasar kemudahan akses dan keamanan layanan telah menjadi objek kajian dari berbagai studi terdahulu, khususnya dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) guna memahami intensi dan perilaku penggunaan teknologi finansial pada generasi muda. Hasil penelusuran literatur menunjukkan bahwa aspek persepsi, minat, serta kecenderungan penggunaan E-wallet yang aktif menjadi tema utama dalam eksplorasi konkret adopsi layanan keuangan berbasis digital. Dalam era digital, pembayaran elektronik semakin berkembang dalam transaksi e-commerce di seluruh dunia. Saat ini pembayaran digital menjadi elemen penting dalam transaksi barang dan jasa secara online, karena memberikan kemudahan dan perlindungan bagi pelanggan (Sindermann et al., 2021). Di Indonesia, penggunaan Ewallet tumbuh dengan cepat,

terutama di Bandung yang merupakan salah pusat ekonomi digital. Tingginya penetrasi internet, bertambahnya pemakaian smartphone, dan dukungan peraturan telah mendorong warga Bandung beralih ke metode transaksi non-tunai.

Meskipun penetrasi smartphone tinggi telah mendorong adopsi e-wallet di Bandung, penerimaan masyarakat tetap menjadi faktor krusial dalam keberhasilannya. Bersama dengan Katadata Insights Center (KIC), melakukan survei yang berjudul Indonesian e-Commerce Consumer Behavior Report 2023.



Sumber: Databoks Indonesia

Bersama Katadata Insights Center (KIC), kredit melakukan survei yang berjudul Perilaku Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023. Laporan ini menunjukkan tren perilaku pembayaran konsumen dalam perilaku belanja online. Hasil laporan mengungkapkan bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran utama yang dipilih 84,3% responden. Angka ini mengalami lonjakan signifikan pada tahun 2023 dibandingkan capaian di periode sebelumnya. Walaupun angka adopsi e-wallet terus berkembang, penerimaan masyarakat tetap menjadi tantangan utama. Berbagai elemen yang memengaruhi adopsi e-wallet meliputi kepercayaan pada sistem dan penyedia layanan, pandangan mengenai manfaat dan kegunaan, jaminan keamanan data, serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi.

Hasil studi terdahulu yang relevan menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap keamanan transaksi digital dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi menjadi komponen sentral dalam membentuk keyakinan serta persepsi positif terhadap layanan dompet digital. Lebih lanjut, Pertiwi, Suprpto, dan Pratama (2020) dalam penelitiannya mengenai *perceived usage of e-wallet* pada generasi Y di Surabaya yang didasarkan pada *Technology Acceptance Model*, menemukan bahwasanya persepsi penerapan serta kemudahan penggunaan (*“perceived usefulness dan perceived ease of use”*) secara signifikan memengaruhi intensi maupun adopsi teknologi dompet digital. Penelitian ini didukung oleh temuan-temuan lain yang membuktikan bahwasanya faktor kepercayaan serta keamanan berkontribusi langsung pada meningkatnya niat penggunaan *e-wallet*, khususnya pada kelompok usia muda yang cenderung responsif terhadap inovasi teknologi. Selain itu, beberapa studi juga menekankan pentingnya pengalaman pengguna serta persepsi akan kenyamanan bertransaksi sebagai penentu aktif tidaknya seseorang dalam memanfaatkan fitur yang ditawarkan *e-wallet*.

Selanjutnya, dalam mengkaji perkembangan teknologi digital yang pesat turut mengubah beberapa aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan. Contoh inovasi yang paling terasa yaitu munculnya dompet digital (*e-wallet*) yang kini semakin diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Kota Bandung sebagai salah satu kota besar dengan tingkat penetrasi teknologi tinggi, penggunaan *e-wallet* seperti DANA, GoPay, OVO, serta ShopeePay sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, masih ditemukan fenomena menarik di lapangan. Misalnya, hasil survei oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tahun 2023 menunjukkan bahwa meskipun 85% responden Generasi Z di Bandung telah mengunduh aplikasi *e-wallet*, hanya sekitar 60% yang menggunakannya secara rutin untuk transaksi sehari-hari. Sebagian dari mereka masih merasa ragu untuk menggunakan *e-wallet* karena alasan keamanan data, kurangnya pemahaman fitur, atau merasa proses penggunaannya rumit.

Fenomena praktikal ini menunjukkan adanya gap antara ketersediaan teknologi dan penerimaan pengguna, yang sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam TAM, dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Banyak Generasi Z di Bandung yang merasa *e-wallet* sangat membantu dalam transaksi, namun sebagian lainnya masih merasa kurang yakin atau belum terbiasa menggunakannya. Sehingga penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana persepsi Generasi Z di Bandung

terhadap penggunaan *e-wallet*, serta beberapa faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *e-wallet* berdasarkan kerangka TAM. Penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran nyata terkait perilaku dan persepsi Generasi Z terhadap *e-wallet*, serta menjadi dasar bagi pengembangan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif

A. Rumusan Masalah

1. Apakah perceived usefulness (PU) berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use *e-wallet* oleh masyarakat di Bandung?
2. Apakah perceived ease of use (PEU) berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use (BIU) oleh masyarakat di Bandung?
3. Apakah behavioral intention to use (BIU) berpengaruh signifikan terhadap perceived usage (AU) oleh masyarakat di Bandung?
4. Apakah behavioral intention to use (BIU) memediasi pengaruh perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEU) terhadap perceived usage (AU) oleh masyarakat di Bandung?
5. Apakah behavioral intention to use (BIU) memediasi pengaruh perceived ease of use (PEU) terhadap perceived usage (AU) oleh masyarakat di Bandung?

B. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis apakah Perceived Usefulness (PU) berpengaruh terhadap behavioral intention to use (BIU) oleh masyarakat di Bandung.
2. Menganalisis apakah Perceived Ease Of Use (PEU) berpengaruh terhadap behavioral intention to use (BIU) oleh masyarakat di Bandung.
3. Menganalisis apakah behavioral intention to use (BIU) berpengaruh terhadap perceived usage (AU) oleh masyarakat di Bandung.
4. Menganalisis apakah behavioral intention to use (BIU) memediasi pengaruh terhadap Usefulness (PU) oleh masyarakat di Bandung.
5. Menganalisis apakah behavioral intention to use (BIU) memediasi pengaruh terhadap Perceived Ease Of Use (PEU) oleh masyarakat di Bandung.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Technology Acceptance Theory (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*/TAM), yang dibuat oleh Davis (1989), adalah model yang paling terkenal untuk menentukan keinginan orang untuk mengadopsi teknologi baru. Ia mencoba membuktikan bahwa sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi baru memengaruhi niat berperilaku mereka; dua faktor dampak utama terhadap adopsi teknologi oleh orang adalah manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Tujuan utama dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu memahami dengan lebih baik bagaimana pengguna akan menerima suatu proses dan untuk menyediakan landasan teoritis bagi metodologi “pengujian penerimaan pengguna”, yang dapat membantu perancang sistem dan implementator mengevaluasi sistem baru yang diusulkan sebelum diterapkan. (Anjelina, 2018).

B. E-wallet

Dompot elektronik, yang sering disebut *e-wallet*, adalah alat pembayaran digital yang menghilangkan kebutuhan akan uang tunai dengan memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengelola, serta melakukan transaksi keuangan secara elektronik melalui perangkat misalnya komputer ataupun *smartphone* (Pertiwi, Suprpto, & Pratama, 2020). Pada dasarnya, *e-wallet* berfungsi layaknya dompet tradisional, namun dalam format digital, sehingga memudahkan proses pembayaran dan penyimpanan nilai uang di dalam aplikasi atau sistem tertentu. Penggunaan *e-wallet* pada intinya mendukung pertukaran nilai secara lebih efisien, sebab transaksi dilakukan secara daring tanpa kontak fisik, dengan tingkat keamanan yang dijamin oleh pihak penyedia layanan. Adopsi *e-wallet* juga menandai pergeseran pola pembayaran masyarakat dari sistem tunai menuju non-tunai. Selain itu, pengertian *e-wallet* meliputi fitur tambahan seperti pengelolaan dana, pencatatan riwayat transaksi, serta integrasi dengan layanan keuangan lain yang turut meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan individu. Implikasi dari definisi ini menegaskan bahwa kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan *e-wallet* menjadi pendorong utama terbentuknya ekosistem digital dalam dunia keuangan modern.

C. Perceived Usage

Menurut Pertiwi et al. (2020), istilah penggunaan yang dipersepsikan atau aktual (AU) merujuk pada seberapa sering seseorang menggunakan *e-wallet*. Dalam kerangka Model Penerimaan Teknologi (TAM), penggunaan yang dipersepsikan atau aktual (AU) adalah variabel dependen utama yang mencerminkan

perilaku nyata dalam menggunakan teknologi setelah melalui tahap persepsi dan niat. Penggunaan ini diukur berdasarkan seberapa sering seseorang menggunakan fitur-fitur *e-wallet*, seperti memeriksa saldo, melakukan *top-up*, dan melakukan pembayaran (Pertiwi et al., 2020).

D. Perceived Ease of Use

Menurut Pertiwi et al. (2020), kemudahan penggunaan (*ease of use*) menggambarkan sejauh mana seseorang merasa bahwasanya sebuah aplikasi teknologi bisa digunakan dengan mudah, tanpa harus memiliki pengetahuan teknis yang rumit atau mengeluarkan banyak usaha. Persepsi ini sangat memengaruhi apakah seseorang akan menerima dan mulai menggunakan teknologi tersebut, karena semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar pula kemungkinan orang akan mengadopsinya. Dalam hal sistem pembayaran elektronik, pengalaman pengguna menjadi faktor penting dalam merancang aplikasi yang mudah dipahami dan efisien (Albastaki et al., 2022). Sistem *e-payment* yang sederhana dan mudah digunakan akan menjadikan pengguna merasa nyaman sekaligus mendorong mereka untuk lebih cepat beralih ke layanan tersebut. Sebaliknya, jika proses transaksi terlalu rumit dan membingungkan, hal ini justru bisa mengurangi minat konsumen, terutama bagi mereka yang belum terbiasa dengan teknologi digital (Tounekti et al., 2017). Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan adopsi teknologi di masyarakat.

E. Perceived Usefulness

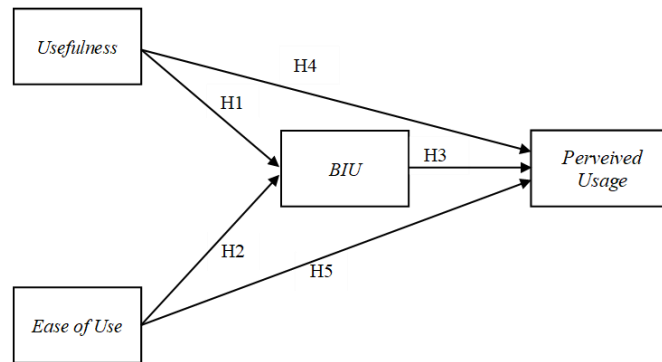
Dalam sistem pembayaran elektronik, seberapa besar teknologi ini diterima bisa dilihat dari pandangan pelanggan mengenai manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari (Tounekti et al., 2017). Manfaat yang dimaksud yaitu sejauh mana seseorang merasa bahwasanya penggunaan sistem tersebut dapat membantu meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka (Alofan & Almarshud, 2024). Bagi pengguna *e-wallet*, manfaat ini bisa berupa kemudahan bertransaksi, menghemat waktu, serta membuat pengelolaan keuangan pribadi menjadi lebih efisien. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Pertiwi et al. (2020), bahwasanya persepsi terhadap manfaat (*usefulness*) menjadi faktor utama yang mendorong seseorang untuk terlibat dan menggunakan teknologi baru.

F. Behavioral Intention to Use

Behavioral Intention adalah istilah yang menggambarkan seberapa siap atau seberapa besar keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, baik berdasarkan pertimbangan rasional maupun faktor psikologis (Mawardi & Sholihah, 2023). Dalam perilaku manusia, konsep ini merujuk pada niat yang muncul secara sadar sebelum seseorang benar-benar memutuskan untuk bertindak. Menurut Pertiwi et al. (2020), niat untuk menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh sikap individu terhadap teknologi tersebut, termasuk penilaian mereka terhadap manfaat dan kemudahan penggunaannya, serta pengaruh dari lingkungan sosial seperti teman dan keluarga. Behavioral Intention (BIU) ini kemudian menjadi faktor utama yang memprediksi apakah seseorang benar-benar akan menggunakan *e-wallet*. Artinya, semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kegunaan dan kemudahan *e-wallet*, semakin besar juga niat mereka untuk menggunakannya, yang akan mendorong perilaku penggunaan secara nyata (Pertiwi et al., 2020). Oleh karena itu, memahami konsep Behavioral Intention sangat penting untuk menelusuri faktor-faktor kognitif dan emosional yang memengaruhi perilaku individu secara menyeluruh.

G. Kerangka Pemikiran

Untuk memahami karakteristik penggunaan *e-wallet* di Kota Jakarta, penelitian ini menganalisis model adopsi penggunaan *e-wallet* yang dikembangkan oleh Pertiwi et al. (2020) di Surabaya. Model ini menggabungkan berbagai variabel yang telah divalidasi melalui observasi dalam studi di kota lain, yang menghasilkan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: *Pertiwi et al., (2020)*

C. Hipotesis Penelitian

Berlandaskan kerangka pemikiran yang sudah dijabarkan sebelumnya dan merujuk pada studi Albastaki et al. (2024), penelitian ini dapat merumuskan hipotesis statistik seperti berikut:

H1: Perceived Usefulness (PU) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan (BIU) e-wallet di Bandung.

H2: Ease Of Use (EOU) merupakan faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan (BIU) e-wallet di Bandung.

H3: Niat perilaku untuk menggunakan (BIU) e-wallet merupakan faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Penggunaan yang dirasakan (AU) di Bandung.

H4: Niat perilaku untuk menggunakan (BIU) e-wallet bertindak sebagai variabel mediasi dari Perceived Usefulness (PU) ke penggunaan yang dirasakan (AU) di Bandung.

H5: Niat perilaku untuk menggunakan (BIU) e-wallet bertindak sebagai variabel mediasi dari Ease Of Use (EOU) ke penggunaan yang dirasakan (AU) di Bandung.

III.METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Candra et al. (2021), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan dianalisis secara statistik. Sedangkan Hardani et al. (2020) menyatakan bahwasanya pendekatan ini sangat bergantung pada angka, diawali dari proses pengumpulan data, penyajiannya, sampai penafsiran hasil analisisnya. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi data demografi. Selain itu, data dikumpulkan tentang persepsi pelanggan tentang pengalaman mereka dengan sistem pembayaran elektronik, seperti keamanan data, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan aksesibilitas. Variabel pengalaman pelanggaran dievaluasi dengan skala Likert. Selanjutnya, survei dikirim secara elektronik kepada calon responden, yang terdiri dari individu yang mewakili pelanggan dan pengguna pembayaran elektronik. Setelah jumlah respons yang dibutuhkan terkumpul, data kemudian dikodekan dan dianalisis melalui teknik analisis statistik yang relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan mono-kuantitatif dengan tujuan mengukur dampak dari hasil yang diperoleh melalui data statistik. Beragam metode statistik diterapkan untuk mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi penerimaan pelanggan terhadap sistem pembayaran elektronik di Kerajaan Bahrain. Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan untuk menelusuri hubungan antar variabel yang telah ditentukan.

Menurut Zahriyah et al. (2021), populasi mencakup keseluruhan objek yang menjadi sumber data pada suatu penelitian, baik itu manusia, hewan, tumbuhan, peristiwa, gejala, sikap, nilai, maupun hal-hal lainnya. Di sisi lain, Sekaran dan Bougie (2016) mengartikan populasi sebagai sekumpulan individu, peristiwa, atau objek tertentu yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Populasi yang dijadikan sebagai objek studi penelitian ini yaitu pengguna *e-wallet* yang berada di wilayah Bandung. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dipilih berupa *non probability sampling*, sebagaimana dijelaskan oleh Indrawati (2015), yang berarti tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Penelitian ini secara khusus menerapkan metode *purposive sampling*, yakni teknik pemilihan sampel menurut kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Nyimbili dan Nyimbili (2024), *purposive sampling* merupakan metode di mana peneliti secara sengaja memilih responden yang dianggap paling sesuai untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam studi. Jadi, penelitian ini ditentukan oleh beberapa komponen, antara lain:

1. Generasi Z (yang lahir antara 1997–2007),

2. Berdomisili di Surabaya,

3. Memiliki minimal satu akun *e-wallet* dan pernah menggunakannya untuk transaksi *offline* setidaknya satu kali.

Hair et al. menyebutkan bahwa jumlah sampel minimum yang disarankan sebanyak sepuluh kali jumlah jalur dalam model struktural yang dianalisis. Dalam model estimasi menggunakan PLS, ukuran sampel yang memadai akan memberikan hasil prediktif yang lebih optimal. Berdasarkan pedoman tersebut, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebesar 10 kali jumlah indikator yang digunakan. Karena terdapat 18 indikator pada penelitian ini, maka jumlah minimum responden yang dibutuhkan sebanyak 180 orang. Selain itu, menurut Zeng et al. (2021), banyak studi memilih pendekatan PLS-SEM karena teknik ini dinilai efektif untuk digunakan pada sampel yang relatif kecil. Mereka juga menekankan bahwa PLS-SEM sering dipilih ketika data yang diperoleh tidak memenuhi persyaratan jumlah minimum sampel untuk analisis statistik lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan instrumen kuesioner. Salim dan Haidir (dalam Candra et al., 2021) menjelaskan bahwa kuesioner bertujuan untuk memperoleh informasi atau tanggapan dari responden berdasarkan pengetahuan atau pengalaman mereka. Sehingga jawaban yang diberikan dari responden memiliki peran penting dalam mendukung pencapaian tujuan penelitian. Sementara itu, menurut Sekaran & Bougie (2016), kuesioner dirancang untuk menghimpun data kuantitatif yang nantinya dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara online kepada Generasi Z pengguna *e-wallet* di wilayah Bandung. Menurut Sugiyono (2019), analisis data adalah langkah yang dilaksanakan sesudah peneliti mengumpulkan semua data yang dibutuhkan. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan data berdasarkan variabel dan kriteria responden, lalu menyusun tabel yang mencakup semua data sesuai dengan variabel dan karakteristik responden. Setelah itu, peneliti melakukan analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Berdasarkan Gender

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Gender

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	97	51,6%
Perempuan	91	48,4%
Total	188	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui gender didominasi oleh gender laki-laki. Responden laki-laki sejumlah 97 orang dengan persentase 51,6%, sedangkan responden perempuan berjumlah 91 orang (48,4%).

Karakteristik Berdasarkan Tahun Kelahiran

Table 4.2 Karakteristik Berdasarkan Tahun Kelahiran

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
1997-1999	23	12,2%
2000-2002	38	20,2%
2003-2005	66	35,1%
2006-2007	61	32,4%
Total	188	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui terdapat 4 kelompok tahun kelahiran, dan hasilnya menunjukkan bahwa responden tahun kelahiran 2003-2005 mendominasi dengan 35,1%, dan yang paling sedikit adalah tahun kelahiran 1997-1999 sebanyak 12,2% dengan 23 responden.

Table 4.3 Karakteristik berdasarkan status pekerjaan

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
-------------------------	-----------	------------

Pelajar/Mahasiswa	120	63,8%
Karyawan/Pegawai	46	24,5%
Wiraswasta	18	9,6%
Ibu Rumah tangga	4	2,1%
Tidak Bekerja	0	0%
Total	188	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Sebagian besar responden adalah **pelajar atau mahasiswa (63,8%)**, disusul oleh **karyawan/pegawai (24,5%)**. Ini menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z dalam penelitian ini sedang berada pada fase transisi dari dunia pendidikan menuju dunia kerja. Sebagian kecil responden sudah terlibat sebagai wirausaha atau belum bekerja secara formal. Kombinasi ini memperkuat relevansi konteks penelitian, karena *e-wallet* kerap digunakan oleh kalangan muda produktif dan *digital-savvy*.

Table 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
< Rp3.500.000	117	62,2%
Rp3.500.000 – Rp6.000.000	44	23,4%
Rp6.000.000	27	14,4%
Total	188	100%

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Mayoritas responden (62,2%) memiliki penghasilan bulanan pada rentang <Rp3.500.000, menunjukkan dominasi kelompok dengan penghasilan rendah dalam penelitian ini. Hanya 23,4% responden yang berada dalam kisaran penghasilan Rp3.500.000 – 6.000.000 dan 14,4% yang memiliki penghasilan >Rp6.000.000. Data ini menunjukkan kecenderungan penggunaan *e-wallet* oleh generasi Z di Bandung terkait dengan tingkat pendapatan mereka.

Deskripsi Jawaban Responden Setiap Variabel

Table 4.5 Menyajikan Deskripsi Jawaban Responden terkait Variabel *Perceived Usefulness* (PU)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban							Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS	Total	
1	<i>E-wallet</i> meningkatkan kecepatan dalam melakukan pembayaran.	f	6	9	20	84	69	188	4,07
		%	3,2%	4,8%	10,6%	44,7%	36,7%	100%	
2	<i>E-wallet</i> meningkatkan performa transaksi pembayaran saya.	f	5	6	20	84	73	188	4,14
		%	2,7%	3,2%	10,6%	44,7%	38,8%	100%	
3	<i>E-wallet</i> meningkatkan produktivitas saya dalam bertransaksi.	f	3	12	22	84	67	188	4,06
		%	1,6%	6,4%	11,7%	44,7%	35,6%	100%	
4	<i>E-wallet</i> membuat transaksi menjadi lebih efektif.	f	6	9	23	75	75	188	4,09
		%	3,2%	4,8%	12,2%	39,9%	39,9%	100%	
5	<i>E-wallet</i> mempermudah saya dalam melakukan pembayaran.	f	7	7	24	78	72	188	4,07
		%	3,7%	3,7%	12,8%	41,5%	38,3%	100%	
6	<i>E-wallet</i> sangat berguna dalam melakukan transaksi pembayaran.	F	3	11	25	80	69	188	4,07
		%	1,6%	5,9%	13,3%	42,6%	36,7%	100%	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Table 4.6 Menyajikan Deskripsi Jawaban Responden terkait Variabel *Perceived Ease of Use* (PEU)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban							Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS	Total	
1	Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan e-wallet.	f	3	14	19	79	73	188	4,09
		%	1,6%	7,4%	10,1%	42%	38,8%	100%	
2	Saya dapat menggunakan e-wallet sesuai keinginan saya.	f	5	7	23	82	71	188	4,10
		%	2,7%	3,7%	12,2%	43,6%	37,8%	100%	
3	Tampilan e-wallet jelas dan mudah dipahami.	f	5	10	16	86	68	188	4,13
		%	2,7%	5,3%	10,1%	45,7%	36,2%	100%	
4	Saya merasa bebas dalam berinteraksi dengan sistem e-wallet.	f	6	12	16	86	68	188	4,05
		%	3,2%	6,4%	8,5%	45,7%	36,2%	100%	
5	Saya merasa mudah menguasai penggunaan e-wallet.	f	4	9	29	74	72	188	4,07
		%	2,1%	4,8%	15,4%	39,4%	38,3%	100%	
6	Secara umum, e-wallet mudah digunakan.	F	7	8	23	75	75	188	4,11
		%	3,7%	4,3%	12,2%	39,9%	39,9%	100%	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Table 4.7 Menyajikan Deskripsi Jawaban Responden terkait Variabel *Behavioral Intention to Use* (BIU)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban							Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS	Total	
1	Saya ingin terus menggunakan e-wallet di masa mendatang.	f	5	9	23	72	79	188	4,12
		%	2,7%	4,8%	12,2%	38,3%	42%	100%	
2	Saya berniat menggunakan e-wallet secara rutin di masa depan.	f	2	16	12	84	74	188	4,13
		%	1,1%	8,5%	6,4%	44,7%	39,4%	100%	
3	Saya bersedia merekomendasikan e-wallet kepada orang lain.	f	3	11	23	83	68	188	4,07
		%	1,6%	5,9%	12,2%	44,1%	36,2%	100%	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Table 4.8 Menyajikan Deskripsi Jawaban Responden terkait Variabel *Perceived Usage* (AU)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban							Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS	Total	
1	Saya sering memeriksa saldo e-wallet saya.	f	5	6	19	88	70	188	4,13
		%	2,7%	3,2%	10,1%	46,8%	37,2%	100%	
2	Saya sering melakukan isi ulang (top-up) saldo e-wallet.	f	5	12	17	88	66	188	4,05
		%	2,7%	6,4%	9%	46,8%	35,1%	100%	
3	Saya sering melakukan transaksi pembayaran menggunakan e-wallet.	f	2	11	21	85	69	188	4,17
		%	1,1%	5,9%	11,2%	45,2%	36,7%	100%	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Hasil Penelitian

Table 4.9 Hasil Outer Loading

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Kesimpulan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	0,862	0,70	Valid
	PU2	0,848	0,70	
	PU3	0,863	0,70	
	PU4	0,867	0,70	
	PU5	0,846	0,70	
	PU6	0,864	0,70	
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	PEU1	0,82	0,70	
	PEU2	0,854	0,70	
	PEU3	0,864	0,70	
	PEU4	0,851	0,70	
	PEU5	0,853	0,70	
	PEU6	0,870	0,70	
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	BIU1	0,842	0,70	
	BIU2	0,867	0,70	
	BIU3	0,861	0,70	
<i>Perceived/Actual Usage (AU)</i>	AU1	0,854	0,70	
	AU2	0,866	0,70	
	AU3	0,853	0,70	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Seluruh indikator memiliki nilai validitas konvergen dengan *loading factor* > 0,70. Dengan demikian, semua indikator yang merepresentasikan variabel penelitian dianggap valid dan bisa digunakan secara layak pada pengukuran penelitian ini.

Uji Average Variance Extracted (AVE)

Table 4.10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Batas Nilai AVE	Keputusan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,735	0,50	Terpenuhi
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	0,733	0,50	
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	0,732	0,50	
<i>Perceived/Actual Usage (AU)</i>	0,737	0,50	

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

Menurut literatur PLS-SEM seperti dari Hair *et al.* (2017) dan Sarstedt *et al.*, (2021), ketika konstruk memiliki satu indikator, AVE dihitung berdasarkan kuadrat dari loading indikator tersebut karena tidak ada komposit dari beberapa indikator untuk dibandingkan. Hasil pengujian *Average Variance Extracted (AVE)* membuktikan bahwasanya semua variabel memiliki nilai *AVE* > 0,50. Sehingga menegaskan bahwa validitas konstruk pada setiap variabel telah terpenuhi dengan baik.

Uji Validitas Diskriminan

Gambar 4.1 Hasil *Discriminant Validity* (Cross Loading)

	AU	BIU	PEU	PU
AU1	0.854	0.477	0.449	0.492
AU2	0.866	0.473	0.541	0.543
AU3	0.853	0.443	0.494	0.497
BIU1	0.394	0.842	0.462	0.423
BIU2	0.510	0.867	0.590	0.550
BIU3	0.475	0.861	0.518	0.445
PEU1	0.477	0.489	0.842	0.483
PEU2	0.458	0.519	0.854	0.526
PEU3	0.523	0.572	0.864	0.587
PEU4	0.529	0.477	0.851	0.559
PEU5	0.484	0.532	0.853	0.523
PEU6	0.501	0.570	0.870	0.589
PU2	0.481	0.468	0.512	0.848
PU3	0.519	0.528	0.569	0.863
PU4	0.550	0.474	0.557	0.867
PU5	0.535	0.491	0.610	0.846
PU6	0.516	0.468	0.530	0.863
PU1	0.459	0.437	0.496	0.862

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui setiap item pengukuran memiliki hubungan yang lebih kuat dengan konstruk yang dimaksud daripada dengan konstruk lainnya (*cross loading*). Nilai *cross loading* yang melebihi 0,7 mengindikasikan bahwasanya validitas diskriminan untuk indikator reflektif telah terpenuhi dengan baik. Untuk memastikan validitas diskriminan, dilakukan juga pengujian melalui kriteria Fornell-Larcker. Cara ini membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE setiap konstruk dengan nilai korelasi kuadrat antara konstruk-konstruk yang ada (baik dengan konstruk yang sama maupun dengan konstruk lain) dalam model. Suatu konstruk dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik bila nilai akar kuadrat AVE-nya lebih tinggi daripada nilai korelasi kuadrat dengan konstruk lainnya (Ghozali, 2021; Hair, 2021).

Hasil pengujian dengan metode Fornell-Larcker

Tabel 4.1 Hasil Nilai AVE Root (*Fornell-Lacker*)

	AU	BIU	PEU	PU
AU	0.857			
BIU	0.542	0.856		
PEU	0.579	0.617	0.856	
PU	0.596	0.558	0.638	0.858

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Tabel 4.12 menunjukkan hasil analisis validitas diskriminan menunjukkan bahwasanya model penelitian ini memiliki validitas yang baik. Nilai akar AVE menunjukkan bahwa semua indikator memiliki hubungan yang lebih kuat dengan variabel yang diwakilinya daripada dengan variabel lainnya. Setelah validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian menggunakan *ratio heterotrait-monotrait* (HTMT). Rasio ini mengevaluasi validitas diskriminan dengan membandingkan korelasi antar konstruk. Validitas dianggap terpenuhi jika nilai HTMT berada di bawah 0,9.

Tabel 4.13 Hasil Heteroit-Monotrait (HTMT)

	AU	BIU	PEU	PU
AU				
BIU	0.654			
PEU	0.662	0.699		
PU	0.679	0.631	0.684	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui seluruh nilai HTMT berada di bawah batas ambang 0,9. Hasil tersebut mengindikasikan bahwasanya tidak terdapat masalah terkait validitas diskriminan antara pasangan konstruk reflektif yang diuji.

Uji Reliabilitas

Table 4.14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Rule of Thumb	Kesimpulan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,929	0,930	0,70	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	0,927	0,928	0,70	Reliabel
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	0,820	0,830	0,70	Reliabel
<i>Perceived/Actual Usage (AU)</i>	0,820	0,822	0,70	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Tabel 4.14 menampilkan hasil pengujian reliabilitas untuk ketiga variabel yang digunakan pada penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha dan composite reliability dari ketiga variabel tersebut sudah memenuhi standar, yaitu >0,70. Artinya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini sudah konsisten dan validitasnya bisa diterima.

Evaluasi Multikolinearitas

Tabel 4.15 Nilai VIF

	VIF
BIU -> AU	1.742
PEU -> AU	2.023
PEU -> BIU	1.686
PU -> AU	1.820
PU -> BIU	1.686

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui semua nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dalam model struktural penelitian ini berada di bawah angka 5. Sehingga tidak ada masalah multikolinearitas atau hubungan yang terlalu kuat antar variabel prediktor pada konstruk tersebut. Oleh karena itu, model struktural pada penelitian ini dinyatakan tidak mengalami masalah kolinearitas.

Tabel 4.2 Hasil *R-square*

	<i>R-square Adjusted</i>
AU	0,439
BIU	0,420

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 34% pada variabel *perceived usage* (AU) dan R^2 sebesar 47% untuk *behavioral intention to use* (BIU).

Tabel 4.3 Hasil *F-square*

	AU	BIU
--	----	-----

AU		
BIU	0.047	
PEU	0.053	0.200
PU	0.104	0.079

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis nilai F-square yang ditampilkan di Tabel 4.27, terlihat bahwasanya variabel *Perceived Ease of Use* (PEU) memberikan kontribusi yang paling besar terhadap variabel *Behavioral Intention to Use* (BIU) dengan nilai sebesar 0,200. Nilai ini berada dalam kategori efek sedang, yang menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan dari penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam membentuk niat perilaku responden untuk menggunakan *e-wallet*. Selanjutnya, pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Perceived Usage* (AU) hanya sebesar 0,053, yang termasuk dalam kategori efek kecil. Artinya, kegunaan yang dirasakan tidak terlalu besar pengaruhnya secara langsung terhadap penggunaan aktual *e-wallet*, dan kemungkinan besar pengaruh tersebut dimediasi oleh *Behavioral Intention to Use* (BIU). Sementara itu, variabel *Perceived Usefulness* (PU) menunjukkan pengaruh yang rendah terhadap kedua variabel, yaitu BIU (0,079) dan AU (0,104), yang keduanya berada dalam kategori efek kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* belum cukup kuat dalam mendorong niat maupun penggunaan aktual *e-wallet* oleh responden. Terakhir, nilai F-square untuk jalur BIU terhadap AU sebesar 0,047, juga berada dalam kategori efek kecil, meskipun pada analisis jalur sebelumnya dinyatakan signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun niat memiliki pengaruh terhadap penggunaan aktual, besarnya kontribusi tersebut dalam menjelaskan variasi penggunaan aktual *e-wallet* masih tergolong rendah. Dari hasil F-square yang disajikan, hanya variabel BIU yang memiliki pengaruh sedang terhadap PEU, sedangkan hubungan lainnya antara AU terhadap BIU dan PEU terhadap PU menunjukkan pengaruh yang rendah. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun persepsi manfaat nyata dalam strategi adopsi *e-wallet* di kalangan Generasi Z.

Tabel 4.4 Hasil Path Coefficient

	Path	Original Sample (O)	T-statistik	P-values	Hasil
H1	PU->BIU	0,277	2,230	0,026	Diterima
H2	PEU->BIU	0,440	3,700	0,000	
H3	BIU->AU	0,212	2,243	0,025	
H4	PU->AU	0,323	3,385	0,001	
H5	PEU->AU	0,243	2,290	0,022	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Uji path coefficient bertujuan untuk menganalisis arah hubungan antara variabel pada sebuah penelitian. Jika nilai *path coefficient* terletak antara -0,1 hingga 0,1, maka hubungan ini dianggap positif dan saling berlawanan. Selain itu, jika nilai tersebut mendekati nol, yang membuktikan bahwasanya hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah dan tidak signifikan, dengan perbedaan di antara keduanya hampir tak terlihat atau mendekati nol (Santosa, 2018).

Uji Hipotesis

Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis

	Path	Original Sample (O)	T-statistik	P-values	Hasil
H1	PU->BIU	0,277	2,230	0,026	Diterima
H2	PEU->BIU	0,440	3,700	0,000	
H3	BIU->AU	0,212	2,243	0,025	
H4	PU->AU	0,323	3,385	0,001	
H5	PEU->AU	0,243	2,290	0,022	

	Path	Original Sample (O)	T-statistik	P-values	Hasil
H4	PU->BIU->AU	0,093	1,889	0,059	Ditolak
H5	PEU->BIU->AU	0,059	1,460	0,144	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

1. **H1: Perceived Usefulness (PU)** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use (BIU)* oleh masyarakat di Bandung. Merujuk pada Tabel 4.26, terlihat bahwa pengaruh PU terhadap BIU menghasilkan p_{value} 0,026 ($> 0,05$) dengan $t_{statistik}$ sebesar 2,230 ($< 1,96$). Berdasarkan hasil tersebut H1 dinyatakan diterima.
2. **H2: Perceived Ease Of Use (PEU)** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use e-wallet (BIU)* oleh masyarakat di Bandung. Merujuk pada Tabel 4.26, terlihat bahwa pengaruh *Perceived Ease Of Use (PEU)* terhadap *Behavioral Intention to Use (BIU)* menghasilkan p_{value} sebesar 0,000 ($> 0,05$) dengan t -statistik sebesar 3,700 ($< 1,96$). Berdasarkan hasil tersebut H1 dinyatakan diterima.
3. **H3: Behavioral Intention to Use (BIU)** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived Usage (AU)* oleh masyarakat di Bandung. Merujuk pada Tabel 4.26, terlihat bahwa pengaruh *Behavioral Intention to Use (BIU)* terhadap *Perceived Usage (AU)* menghasilkan nilai p -value sebesar 0,025 ($> 0,05$) dengan t -statistik sebesar 2,243 ($< 1,96$). Berdasarkan hasil tersebut H1 dinyatakan diterima.
4. **H4: Behavioral Intention to Use (BIU)** memediasi pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* ke *Perceived Usage (AU)* oleh masyarakat di Bandung. Hasil uji pada Tabel 4.13 menunjukkan nilai original sample sebesar 0,093 dengan p_{value} 0,059 dan nilai t -statistics sebesar 1,889. Hasil tersebut dianggap tidak signifikan karena p_{value} lebih dari 0,05 dan nilai t -statistics kurang dari 1,96. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intention to Use (BIU)* tidak memediasi *Perceived Usefulness (PU)* terhadap variabel *Perceived Usage (AU)*.
5. **H5: Behavioral Intention to Use (BIU)** memediasi pengaruh *Perceived Ease Of Use (PEU)* ke *Perceived Usage (AU)* oleh masyarakat di Bandung. Hasil uji pada Tabel 4.13 menunjukkan nilai original sample sebesar 0,059 dengan p_{value} 0,144 dan nilai t -statistics sebesar 1,460. Hasil tersebut dianggap tidak signifikan karena p_{value} lebih dari 0,05 dan nilai t -statistics kurang dari 1,96. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intention to Use (BIU)* tidak memediasi *Perceived Ease Of Use (PEU)* terhadap variabel *Perceived Usage (AU)*.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Menurut hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini terkait pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEU)* terhadap *Behavioral Intention to Use (BIU)* dan *Actual Usage (AU)* *e-wallet* pada Generasi Z di Jakarta dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), maka bisa disimpulkan beberapa hal seperti berikut:

1. **Perceived Usefulness (PU) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (BIU)**
PU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Sehingga menandakan bahwasanya semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna terhadap *e-wallet*, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan peningkatan produktivitas secara signifikan meningkatkan niat Generasi Z untuk menggunakan layanan ini. Artinya, jika manfaat tersebut dirasakan nyata, maka keinginan untuk menggunakan *e-wallet* pun akan tumbuh secara alami.
2. **Perceived Ease of Use (PEU) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (BIU)**
Aplikasi *e-wallet* yang mudah digunakan mendorong niat pengguna, meskipun pengaruhnya tidak sekuat persepsi terhadap kegunaan. Pengalaman pengguna yang bebas dari hambatan teknis menjadi nilai tambah, tetapi tidak menjamin penggunaan aktual tanpa dukungan dari manfaat yang dirasakan.
3. **Behavioral Intention to Use (BIU) berpengaruh signifikan terhadap Actual Usage (AU)**
Niat seseorang terbukti menjadi faktor utama dalam mendorong penggunaan aktual *e-wallet*. Semakin kuat niat tersebut, semakin tinggi kemungkinan pengguna akan benar-benar memakai layanan *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari.
4. **BIU tidak memediasi pengaruh PU terhadap AU secara signifikan**
Persepsi manfaat tidak langsung mendorong perilaku penggunaan aktual, melainkan melalui terbentuknya niat terlebih dahulu. Tanpa adanya niat, manfaat yang dirasakan tidak akan cukup kuat untuk menyebabkan tindakan penggunaan nyata.
5. **BIU tidak memediasi pengaruh PEU terhadap AU secara signifikan**
Kemudahan penggunaan tidak memiliki efek tidak langsung yang kuat terhadap penggunaan aktual jika hanya melalui niat. Ini menunjukkan bahwa meskipun mudah digunakan, aplikasi *e-wallet* tetap membutuhkan nilai manfaat agar pengguna benar-benar mau dan konsisten menggunakannya.
6. **Hasil F-square menunjukkan bahwa PU memiliki kontribusi efek sedang terhadap BIU**

Hasil pengujian F-square dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dari penggunaan *e-wallet* tidak hanya berpengaruh signifikan secara statistik, tetapi juga memiliki kontribusi yang cukup berarti secara praktis terhadap pembentukan niat menggunakan. Artinya, PU menjadi salah satu faktor penting, meskipun bukan satu-satunya yang mendorong Generasi Z di Bandung untuk berniat menggunakan *e-wallet*. Pengaruhnya tergolong sedang, yang menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang juga turut berperan dan perlu diperhatikan oleh penyedia layanan. Kontribusi PU terhadap niat penggunaan *e-wallet* tergolong sedang, yang berarti pengaruhnya cukup penting namun bukan satu-satunya. Hal ini menunjukkan bahwa PU memiliki peran yang bermakna dalam membentuk niat, namun perlu diimbangi dengan faktor-faktor lain seperti kepercayaan, dan pengalaman pengguna agar hasilnya lebih maksimal.

B. Saran

Pada bagian ini, peneliti menyebutkan beberapa saran yang didasarkan pada temuan penelitian. Saran tersebut dibagi ke dalam dua kategori utama, yakni aspek teoretis dan aspek praktis. Berikut penjelasan lebih lanjut:

Saran Teoretis

Menurut temuan dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memberi sejumlah rekomendasi untuk penelitian mendatang seperti berikut:

1. Penguatan Model TAM

Hasil penelitian ini memperkuat validitas model **Technology Acceptance Model (TAM)** dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi keuangan digital oleh Generasi Z. Ditemukan bahwa **perceived usefulness** dan **perceived ease of use** berpengaruh terhadap *behavioral intention*, yang kemudian berdampak pada penggunaan aktual (**actual usage**).

2. Pengembangan Teori

Penelitian di masa mendatang dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan model TAM dengan menambahkan variabel dari model-model lanjutan, seperti TAM2, UTAUT, atau teori lain yang relevan, agar analisis menjadi lebih menyeluruh. Hal ini penting terutama jika fokus penelitian tetap berada pada bidang teknologi finansial, karena faktor-faktor tambahan tersebut bisa memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai perilaku pengguna.

3. Kontribusi Kontekstual

Penelitian ini turut memperkaya kajian lokal dengan menunjukkan bahwa lokasi geografis seperti (Bandung) dan karakteristik kelompok usia Generasi Z memiliki pengaruh tersendiri terhadap bagaimana teknologi diterima. Ke depannya, studi serupa bisa dilakukan di daerah atau kota lain untuk melihat dan membandingkan pola adopsi teknologi yang mungkin berbeda antar wilayah di Indonesia.

Saran Praktis

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran praktis yang bisa diterapkan oleh beberapa pihak terkait. Pertama, penyedia layanan *e-wallet* disarankan untuk terus meningkatkan manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna, seperti efisiensi dalam bertransaksi, kemudahan penggunaan, dan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Hal ini penting karena persepsi terhadap kegunaan terbukti memiliki pengaruh besar terhadap niat penggunaan. Selain itu, penyedia layanan juga perlu memperhatikan tampilan antar muka dan pengalaman pengguna (*user experience*) agar aplikasi tetap mudah dipahami dan nyaman digunakan, terutama bagi pengguna baru dari kalangan Generasi Z yang cenderung mengutamakan kepraktisan. Selanjutnya, pemerintah dan regulator seperti Bank Indonesia atau OJK diharapkan dapat memperluas cakupan program literasi keuangan digital, khususnya menasar generasi muda. Edukasi yang tepat akan membantu meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan digital, serta mendorong adopsi teknologi secara lebih merata. Institusi pendidikan juga dapat berperan aktif dalam mengenalkan literasi keuangan digital, baik melalui kurikulum formal, seminar, maupun pelatihan praktis, agar mahasiswa memiliki pemahaman dan kebiasaan positif dalam menggunakan layanan *e-wallet* secara bijak. Terakhir, kerja sama antara sektor swasta, pemerintah, dan lembaga pendidikan perlu diperkuat dalam bentuk kampanye edukatif atau integrasi *e-wallet* ke dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran transportasi, kegiatan kampus, atau transaksi UMKM. Dengan pendekatan yang kolaboratif dan menyentuh berbagai aspek kehidupan, diharapkan penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z dapat terus tumbuh secara positif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Abdillah, W. (2018). Metode penelitian terpadu sistem informasi: permodelan teoritis, pengukuran dan pengujian statistis.
- Abdullah, F., Ward, R., & Ahmed, E. (2016). Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) of e-portfolios. *Computers in Human Behavior*, 63, 75–90.
- Adeosun, O.T., Shittu, A.I. and Ugbede, D. (2021), "Disruptive financial innovations: the case of Nigerian micro-entrepreneurs", *Journal of Business and Socio-Economic Development*, doi:10.1108/JBSED-01-2021-0006.
- Albastaki, T., Hamdan, A., Albastaki, Y., & Bakir, A. (2024). E-payment acceptance by customers: an empirical study in the Kingdom of Bahrain. *Competitiveness Review*, 34(1), 107-124.
- Alkhaffaf, M., Mofleh, M., Kandil, T., Almomani, H., Almajali, D., & Almajali, H. (2024). Electronic payment acceptance model: A study on United Arab Emirates consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 8, 881–892. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.12.017>
- Alofan, F., Almarshud, M. (2024). Consumer behavior towards e-wallet usage in the post-COVID-19 era in Saudi Arabia
- Anjelina. (2018). Persepsi konsumen pada penggunaan-money. *Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa*, 2(2), 219-231
- Camilleri, M. A. (2019). Exploring the behavioral intention to use e-government services: Validating the unified theory of acceptance and use of technology. In *International Conferences Internet Technologies & Society 2019 and Sustainability, Technology and Education 2019* (pp. 27-34).
- Candra, V., Simarmata, N. I., Purba, M. B., Purba, S., Chaerul, M., Hasibuan, A., . . . Jamaludin. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Christina., Ariyanto, H, H., Peranginangin, P. (2023). Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment In Indonesia. *WAHANA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Volume 26 No.1 Februari 202.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). Guepedia
- Darma, D. C., Purwadi, P., Sundari, I., Hakim, Y. P., & Pusriadi, T. (2020). Job characteristics, individual characteristics, affective commitments and employee performance. *Research and Review: Human Resource and Labour Management*, 10(1), 7–18.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2020). Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta: <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA1NyMy/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Bank Indonesia. (2023, 20 Maret). *BI: Akselerasi digitalisasi pembayaran majukan ekonomi pada 2023-2028*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3449085/bi-akselerasi-digitalisasi-pembayaran-majukan-ekonomi-pada-2023-2028>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd Ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Goodstats.id. (2023). *Daftar E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia*. Diakses dari <https://goodstats.id/infographic/daftar-e-commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-indonesia-M20kO>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth). Cengage Learning EMEA.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R*. Springer.

- Handayani, Y., Hidayah, N., Kurnia, D., & Siringoringo, H. (2024). Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan dan faktor keamanan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik pada generasi Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(1), 165–175. <https://doi.org/10.35760/eb.2024.v29i1.8525>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati, P. D., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi. First Print. Bandung. PT Refika Aditama.
- Kameswaran, V. and Muralidhar, S.H. (2019), “Cash, digital payments and accessibility – a case study from India”, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Vol. 3 No. CSCW, pp. 1-23.
- Khairunnisa, E., Azhari, M., & Hidayatulloh, D. S. (2023). Pengaruh trusting beliefs terhadap intention to purchase dan making purchase pada Sociolla. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 311–320. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10108924>
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, security dan trust terhadap intention to use aplikasi JAGO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.1.64-72>
- Kusnandar, V. B. (2022, Juni 22). *Transaksi Digital Marak, Jakarta Dominasi Sebaran Uang Elektronik Terdaftar di Indonesia*. Databoks. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/924d48a46f88067/transaksi-digital-marak-jakarta-dominasi-sebaran-uang-elektronik-terdaftar-di-indonesia>
- Lavinda. (2022, Januari 13). Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai E-Wallet dibanding ATM Bank. Diambil dari: Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>
- Liu, Z., Ben, S., & Zhang, R. (2019). Factors affecting consumers’ mobile payment behavioral meta-analysis. *Electronic Commerce Research*
- Maqableh, M., Hmoud, H. Y., Jaraldat, M., & Masa’deh, R. (2021). Integrating an information systems success model with perceived privacy, perceived security, and trust: the moderating role of Facebook addiction. *Heliyon*, 7(9), e07899. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07899>
- Maris, S., Baptista, J., & Dewi, A. S. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Mawardi, A. I., & Sholihah, D. D. (2023). Gambaran Technology Acceptance Model Mahasiswa pada Financial Technology (E-Wallet). *Jurnal Mebis*, 6(1)
- Muhamad, S., Kusairi, S., Man, M., Majida, N.F., & Kassim, W.Z (2021). Digital adoption by enterprises in Malaysian industrial sectors during COVID-19 pandemic A data article. *Data in Brief*, 37.
- Nguyen, H. T., & Nguyen, N. T. (2022). Identifying the factors affecting the consumer behavior in switching to e-wallets in payment activities. *Polish Journal of Management Studies*, 25(1), 292-307. <https://doi.org/10.17512/pjms.2022.25.1.18>
- Nyimbili, F., & Nyimbili, L. (2024). Types of Purposive Sampling Techniques with Their Examples and Application in Qualitative Research Studies. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(1), 90-99.
- Pasaribu, R., & Siregar, H. (2022). Kepercayaan Konsumen terhadap Platform E-Payment dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 8(3), 201-215.
- Pertiwi et al., ; *Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya Based on Technology Acceptance Model*. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 22, No. 1; 2020
- Ponsree, K., & Naruetharadhol, P. (2025). Unveiling the determinants of alternative payment adoption: Exploring the factors shaping generation Z’s intentions in Thailand. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21, 45–78. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01057-2>
- Pramana, A. M., & Suryani, E. (2024). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI DIGITAL BANKING DI INDONESIA MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. *In Idealis: Indonesia Journal Information System*, VII(1). Retrieved from <https://doi.org/10.36080/idealis.v7i1.3114>
- Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital*. NILACAKRA

- Ramadhani, F. Y., Astuti, Y., & Indrajaya, D. (2024). Pengaruh Religiosity Serta Theory Of Planned Behavior Pada Behavioral Intention Dan Dampaknya Terhadap Physical Well Being Pada Pembelian Makanan Halal Di Aplikasi Oleh Masyarakat Jawa Tengah. *EProceedings of Management*, 11(2).
- Santoso, T. I., & Indrajaya, D. (2023). Penggunaan SEM – PLS dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2).
- Santosa, P. I. (2018). Metode penelitian kuantitatif: Pengembangan hipotesis dan pengujiannya menggunakan SmartPLS
- Santoso, T. I., & Indrajaya, D. (2023). Unleashing the Potential: A Comparative Analysis of K-Worker Competencies among Telkom University Cohorts. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(4).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Treating unobserved heterogeneity in PLS-SEM: A multi-method approach. *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*, 197–217.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Muller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. Penerbit Andi.
- Sindermann, C., Schmitt, H.S., Kargl, F., Herbert, C., Montag, C., 2021. Online Privacy Literacy and Online Privacy Behavior – The Role of Crystallized Intelligence and Personality. *Int. J. Hum. –Comput. Interact.* 37, 1455–1466. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1894799>
- Suntara, A. A., Widagdo, P. P., & Kamila, V. Z. (2023). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi Uang Kuliah Tunggal Universitas Mulawarman. *Kreatif Teknologi Dan Sistem Informasi (KRETISI)*, 1(1), 1–8.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan 25). ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2019b). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv
- Suroso, I., Afandi, M. F., & Galushasti, A. (2022). Does perceived risk? A study of technology acceptance model on online shopping intention. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(3), 1-12.
- Suroso, S., Riyanto, R., Novitasari, D., Sasono, I., & Asbary, M. (2021). Esensi Modal Psikologis Dosen: Rahasia Kreativitas dan Inovasi di Era Education 4.0. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 437–450.
- Rahmadana, M. F. (2021). Ekonomi Digital. NILAC' AKRA
- Tounekti, O., Ruiz-Martínez, A., & Skarmeta-Gómez, A. (2017). An evolution analysis of electronic payment systems and mobile payment systems characteristics. *Journal of Current Issues in Media and Telecommunications*, 9(2/3), 219–252.
- Visa. (2022). *Consumer Payment Attitudes Study 2022*. Retrieved from <https://www.visa.co.th/dam/VCOM/regional/ap/documents/visa-cpa-report-smt-2022.pdf>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *EKONOMETRIKA*. Jember: Mandala Press.
- Zeng, N., Liu, Y., Gong, P., Hertogh, M., & Konig, M. (2021). Do right PLS and do PLS right: A critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. *Frontiers of Engineering Management*, 9.