

SKRIPSI

ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL DENGAN E-WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)



Oleh

SITI NIKHLATUS SALMA

NIM : 210502110065

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

SKRIPSI

ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL DENGAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada Fakultas

Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN)

Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

SITI NIKHLATUS SALMA

NIM : 210502110065

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN
DIGITAL DENGAN *E-WALLET* PADA GENERASI Z DI KOTA
MALANG MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE
MODEL (TAM)**

SKRIPSI

O l e h

SITI NIKHLATUS SALMA

NIM : 210502110065

Telah Disetujui Pada Tanggal 16 April 2025

Dosen Pembimbing,



Ditya Permatasari, M.S.A., Ak

NIP. 198709202023212048

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL
DENGAN E-WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG
MENGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

SKRIPSI

Oleh

SITI NIKHLATUS SALMA

NIM : 210502110065

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 30 April 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dyah Febriantina Istiqomah, M.Sc

NIP. 198702192019032009

2 Anggota Penguji

Fatmawati Zahroh, M.S.A

NIP. 198602282019032010

3 Sekretaris Penguji

Ditya Permatasari, M.S.A., Ak

NIP. 198709202023212048

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini ;

Nama : Siti Nikhlatus Salma

NIM : 210502110065

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “ skripsi “ yang saya buat untuk persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL DENGAN E-WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 April 2025



Siti Nikhlatus Salma

Nim : 210502110065

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis keberterimaan Tekonogi Pembayaran Digital Dengan E-Wallet Pada Generasi Z Di Kota Malang Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus. Ak., CA., M.Res., Ph.d, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Ibu Ditya Permatasari, M.S.A., Ak., selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan dedikasi telah memberikan arahan, masukan, serta saran yang sangat berharga dalam setiap tahap penelitian ini.

Dukungan dan bimbingan beliau memiliki peran penting dalam penyelesaian penelitian ini, dan penulis merasa sangat beruntung serta bangga dapat dibimbing oleh beliau.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya para dosen di Program Studi Akuntansi, yang telah berperan dalam memberikan ilmu, membimbing, serta mendidik peneliti selama masa perkuliahan.
6. Kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Machmud dan Ibu Adiniyah, Mereka adalah pilar utama dalam hidup saya, yang selalu memberikan dukungan dan semangat di setiap langkah perjalanan akademis saya. Kasih sayang, pengorbanan, dan nasihat bijak yang mereka berikan telah membentuk saya menjadi pribadi yang lebih baik. Tanpa bimbingan dan doa mereka, saya tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan kebahagiaan kepada mereka.
7. Kepada Fanta Buyung Nika Sanjaya yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini. Dari awal hingga akhir selalu menemani, memberikan semangat, serta menjadi pendengar yang sabar dalam setiap keluh kesah yang saya hadapi. Saran dan solusi yang membantu saya melewati setiap tantangan membuat saya tetap berjuang hingga tahap akhir.
8. Kepada teman-teman tercinta “Ceribel”. Tanpa kalian, mungkin aku akan bermalas-malasan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kebersamaan kita, diskusi, dan dukungan satu sama lain telah membuat perjalanan ini menjadi

lebih menyenangkan dan berarti. .Semoga kebersamaan ini tetap terjaga dan menjadi bagian dari perjalanan hidup kita ke depan. Terima kasih, Ceribel, untuk segala tawa, semangat, dan kebersamaan yang luar biasa!

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
خلاصة	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Keterbatasan Penelitian	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teori	23
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.5 Data dan Jenis Data	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45

3.7	Definisi Operasional Variabel.....	46
1.8	Analisis Data.....	51
BAB IV	55
PEMBAHASAN	55
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.2	Pembahasan hasil penelitian	81
BAB V	90
KESIMPULAN	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Skala Likert	46
Tabel 3. 2 Devinisi Operasional Variabel	47
Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Asal Universitas	57
Tabel 4. 2 Jawaban Responden Mengenai Perceived Usefulness	61
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Mengenai Perceived Ease Of Use.....	62
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai Perceived Trust.....	63
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai Perceived Security	64
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Behavioral Intention To Use.....	65
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Actual System Use	66
Tabel 4. 8 Nilai Loading Factor	69
Tabel 4. 9 Nilai Cross Loading.....	70
Tabel 4. 10 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	72
Tabel 4. 11 Nilai Composite Realibility & Cronbachs Alpha	73
Tabel 4. 12 Nilai R-square.....	74
Tabel 4. 13 Nilai F-Square.....	75
Tabel 4. 14 Nilai AVE dan R-Square	76
Tabel 4. 15 Nilai Path Coeffisien.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Platfrom yang paling populer	3
Gambar 1. 2	Grafik presetase dompet digital populer di Indonesia	4
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4. 1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4. 2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4. 3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Gambar 4. 4	Klasifikasi berdasarkan Mahasiswa Gen Z	58
Gambar 4. 5	Klasifikasi Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-Wallet	59
Gambar 4. 6	Klasifikasi berdasarkan Domisili atau Kos	60
Gambar 4. 7	Hasil Outpout PLS Algoritm	68
Gambar 4. 8	Hasil Boostraping	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti	100
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 3. Data Responden	106
Lampiran 4. Hasil Running Data	107
Lampiran 5. Jurnal Bimbingan	140
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	145

ABSTRAK

Siti Nikhlatus Salma, 2025, SKRIPSI. Judul : Analisis KeberterimaanTeknologi Pembayaran Digital Dengan E-Wallet Pada Gen Z Di Kota Malang menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)

Pembimbing : Ditya Permatasari, M.S.A., Ak

Kata Kunci : *E-Wallet, Technology Acceptance Model*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang seperti (*Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust* dan *Perceived Security*) dalam menggunakan teknologi pembayaran digital *e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui google form dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Sedangkan teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan 216 siswa Gen Z di Kota Malang sebagai sampel representative.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat perilaku untuk *menggunakan (Behavioral intention To Use)* e-wallet di kalangan siswa Generasi Z di Kota Malang dipengaruhi secara signifikan oleh berbagai faktor, yaitu (*Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust* dan *Perceived Security*). Keempat faktor tersebut saling berkontribusi dalam membentuk keputusan individu untuk mengadopsi e-wallet sebagai alat transaksi digital. Selain itu, faktor-faktor tersebut juga memiliki dampak yang cukup besar terhadap penggunaan sistem e-wallet yang sebenarnya (*Actual System Use*), yang mencerminkan sejauh mana teknologi ini diterima dan dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari oleh siswa Generasi Z di Kota Malang.

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami kemudahan dalam memanfaatkan teknologi digital yang pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya cashless society di masa mendatang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan penyedia layanan e-wallet dalam merancang strategi yang lebih efektif dengan mengidentifikasi fitur-fitur yang paling diminati oleh generasi Z.

ABSTRACT

Siti Nikhlatus Salma, 2025, *THESIS*. Title: “*Technology Acceptance Analysis*

Digital Payment Technology Acceptance Analysis with E-Wallet on Gen Z in Malang City using Technology Acceptance Model (TAM)”

Advisor : Ditya Permatasari, M.S.A., Ak

Keyword : *E-Wallet, Technology Acceptance Model*

This study aims to determine the factors that influence a person's intention such as (Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust and Perceived Security) in using e-wallet digital payment technology for generation Z in Malang City.

This research uses quantitative methods. Data was collected via google form and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 4.0 software. While purposive sampling technique was used to determine 216 Gen Z students in Malang City as a representative sample.

The results showed that the behavioral intention to use e-wallet among Generation Z students in Malang City was significantly influenced by various factors, namely (Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust and Perceived Security). The four factors contribute to each other in shaping individual decisions to adopt e-wallets as a digital transaction tool. In addition, these factors also have a considerable impact on the actual use of the e-wallet system (Actual System Use), which reflects the extent to which this technology is accepted and utilized in everyday life by Generation Z students in Malang City.

Through the results of this study, it is hoped that people can better understand the ease of utilizing digital technology which in turn can encourage the formation of a cashless society in the future. In addition, the results of this study are expected to provide benefits for e-wallet service provider companies in designing more effective strategies by identifying the features that are most in demand by generation Z.

خلاصة

ستي نخلاتوس سلمى، 2025، أطروحة. العنوان: تحليل قبول تقنية الدفع الرقمي باستخدام المحفظة (TAM) في مدينة مالانج باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا Z الإلكترونية لدى الجيل

M.S.A.، Ak، المشرف: ديتيا بيرماتاساري

الكلمات المفتاحية: المحفظة الإلكترونية، نموذج قبول التكنولوجيا

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على نية الشخص مثل (الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والثقة المتصورة، والأمان المتصور (في استخدام تقنية الدفع الرقمي للمحفظة في مدينة مالانج Z الإلكترونية في الجيل

وتم تحليلها باستخدام Google يستخدم هذا البحث الأساليب الكمية. تم جمع البيانات من خلال نموذج وفي SmartPLS 4.0 باستخدام برنامج (SEM) نمذجة المعادلات الهيكلية الوقت نفسه، تم استخدام أسلوب أخذ العينات العمدى لتحديد 216 طالبًا من الجيل في مدينة مالانج كعينة تمثيلية Z

في مدينة مالانج تتأثر Z تظهر نتائج الدراسة أن النية السلوكية لاستخدام المحفظة الإلكترونية بين طلاب الجيل بشكل كبير بعوامل مختلفة، وهي (الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والثقة المتصورة، والأمان المتصور). (تساهم هذه العوامل الأربعة مع بعضها البعض في تشكيل قرار الفرد بتبني المحفظة الإلكترونية كأداة للمعاملات الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه العوامل لها أيضًا تأثير كبير على الاستخدام الفعلي لنظام المحفظة الإلكترونية (الاستخدام الفعلي للنظام)، مما يعكس مدى قبول هذه التكنولوجيا واستخدامها في في مدينة مالانج Z الحياة اليومية من قبل طلاب الجيل

ومن خلال نتائج هذه الدراسة، نأمل أن يتمكن الجمهور من فهم أفضل لسهولة استخدام التكنولوجيا الرقمية التي يمكن أن تشجع في نهاية المطاف على تشكيل مجتمع غير نقدي في المستقبل. وبالإضافة إلى ذلك، من المتوقع أن تقدم نتائج هذه الدراسة فوائد لمقدمي خدمات المحفظة الإلكترونية في تصميم استراتيجيات أكثر فعالية من خلال تحديد الميزات الأكثر طلبًا من Z. قبل الجيل

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah lanskap kehidupan manusia, termasuk dalam hal sistem pembayaran dan bertransaksi. Transaksi terjadi ketika adanya kesepakatan antara kedua belah pihak untuk menggunakan alat pembayaran (Pratama & Purnomo, 2023). Seiring perkembangan zaman, metode pembayaran tunai mulai berganti ke metode pembayaran digital dari yang awalnya menggunakan uang fisik sekarang ini mulai berganti ke uang elektronik. Pandemi Covid-19 menjadi salah satu alasan pendorong percepatan adopsi teknologi saat ini. Karena masyarakat mulai beralih ke metode pembayaran yang minim kontak fisik. Fenomena ini disebut dengan (*Cashless money*) yaitu menyimpan uang ke dalam bentuk data digital (Haryati, 2021). Ditengah kondisi tersebut muncul lah perusahaan fintech (*Financial Technology*) yaitu inovasi dalam industri jasa keuangan yang menggunakan teknologi sebagai sarana untuk memudahkan dalam proses transaksi keuangan (Marginingsih, 2021). Transaksi keuangan Fintech meliputi bermacam-macam transaksi mulai dari pembayaran, investasi, Kredit Online, Transfer dan rencana keuangan.

Transaksi menggunakan teknologi digital juga semakin berkembang pesat seiring dengan meningkatnya para pengguna internet di Indonesia. Karena banyaknya penggunaan internet mendorong masyarakat untuk melakukan bisnis online seperti *e-commerce*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet atau APJI (2024)

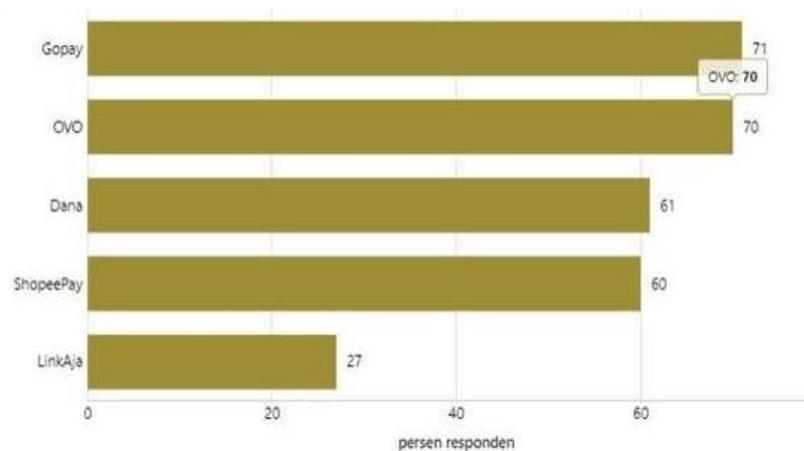
mengatakan bahwa pada tahun 2024 ini pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari jumlah populasi 278.696.200 jiwa penduduk di Indonesia pada tahun 2023. Dari survey yang dirilis oleh APJI menghasilkan bahwa penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 adalah sebesar 79,5 % dibandingkan pada tahun 2023 maka terdapat peningkatan sebesar 1,4%. Dari pernyataan tersebut membuktikan bahwa penggunaan internet di Indonesia telah mencapai angka yang cukup tinggi sehingga menciptakan peluang yang besar untuk perkembangan pembayaran menggunakan teknologi digital berupa uang elektronik. Tingginya penggunaan uang elektronik tidak hanya di pengaruhi oleh penggunaan internet tetapi tingginya penggunaan handphone di Indonesia di kalangan masyarakat juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya penggunaan uang elektronik. Muslim (2024) pada Investor.id mengatakan bahwa pengguna handphone di Indonesia tahun 2024 diperkirakan mencapai 194,26 juta bertambah sebesar 4,23 juta (2,23%) dibandingkan pada tahun 2023 sebesar 190,03 juta. Merangkum dari laporan newzo, Indonesia menduduki peringkat ke 4 sebagai pengguna smartphone terbanyak di dunia setelah China, India, dan Amerika.

Perkembangan teknologi digital sebagai alat untuk transaksi pembayaran non-tunai dapat dilihat dari hadirnya dompet digital atau biasa dikenal dengan *e-wallet*. *E-wallet* merupakan salah satu bentuk teknologi finansial yang menggunakan dan memanfaatkan internet untuk memudahkan mengakses transaksi kapan saja dan dimana saja (Diva & Anshori, 2024). Berdasarkan data yang dikutip dari Databoks (2023) *platform* dompet digital yang paling populer di kalangan masyarakat adalah Gopay dengan presentase sebesar 71 % selanjutnya peringkat

kedua adalah OVO sebesar 70%. Sementara *platform* dompet digital yang lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja memiliki presentase yang lebih sedikit.

Berikut adalah data menurut Databoks (2023) :

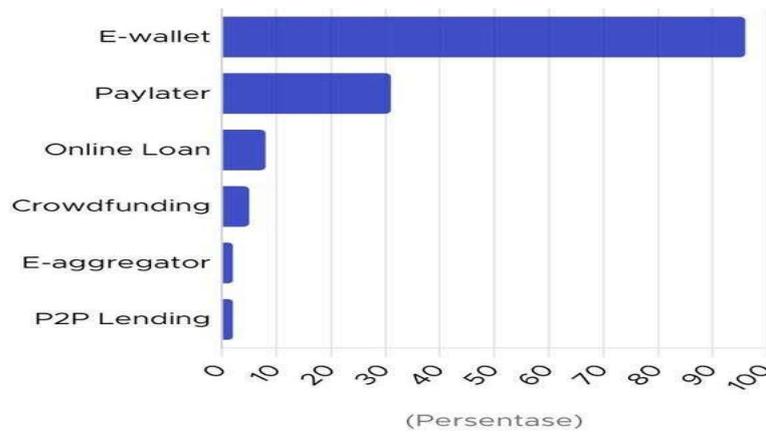
Gambar 1.1 Platform yang paling populer



Sumber : Databoks (2023)

Hasil dari penelitian survey ShopBack, ditemukan bahwa penggunaan *e-wallet* adalah metode pembayaran yang paling populer dan banyak diminati oleh masyarakat sebesar 65% dibandingkan dengan metode pembayaran yang lainnya (Prameswari et al., 2021). Hal ini juga diperkuat oleh survey Indonesia Fintech Trends 2024 dari jajak pendapat (Jakpat) pada GoodStats.id (2024) mengatakan bahwa penggunaan *E-wallet* di Indonesia saat ini meningkat pesat. Terutama pada kalangan generasi muda dengan 96% responden menyatakan bahwa mereka mengaku sudah mempunyai dan menggunakan *e-wallet*. Peningkatan penggunaan *e-wallet* ini dipengaruhi oleh beberapa factor dari pemerintah bahkan sektor swasta bahkan banyak *merchant* atau toko online yang menawarkan opsi pembayaran melalui *E-wallet*. Berikut adalah data dari Jakpat pada GoodStats.id (2024) tahun 2024 :

Gambar 1. 2 Grafik presentase dompet digital populer di Indonesia



Sumber : GoodStats.id (2024)

Semakin pesatnya perkembangan *e-wallet* di Indonesia menunjukkan bahwa *e-wallet* sangat mempermudah transaksi sehari-hari. Selain itu setiap transaksi pada *e-wallet* tercatat secara otomatis, memungkinkan masyarakat melihat riwayat transaksi. Hal ini memudahkan pemilik bisnis dalam mengelola laporan keuangan secara akurat dan efisien. Tetapi tidak setiap teknologi yang muncul bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat karena banyak masyarakat yang masih ragu akan keamanan dan kepercayaan untuk mengadopsi teknologi. Menurut Databooks (2024) laporan dari SAFAnet serangan digital atau siber meningkat pada awal 2024 di Indonesia. Salah satunya adalah pelajar dan mahasiswa menjadi serangan digital RI terbanyak di awal tahun 2024. Dengan catatan insiden keamanan digital 2024 sebesar 25% dari total korban. Selain itu menurut Erik Hidayat, selaku ketua Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) dalam Media Indonesia (2024) menjelaskan bahwa rendahnya literasi digital sehingga kurangnya pemahaman dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan suatu teknologi yang menyebabkan masyarakat menganggap teknologi itu sulit dan

tidak bermanfaat. Oleh karena itu, persepsi terhadap teknologi antar satu individu dengan individu lainnya itu berbeda-beda (Ja'man, 2020). Masyarakat akan cenderung menerima teknologi berdasarkan niat mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Jadi keberhasilan suatu teknologi sangat bergantung pada seberapa jauh setiap individu bersedia untuk menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Maka dari itu untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna dalam menggunakan teknologi *e-wallet*, peneliti menggunakan metode *Technologi Acceptance Model* (TAM) dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan teknologi (Handayani & Prahatiwi, 2024).

Technologi Acceptance Model (TAM) adalah teori yang ditemukan oleh Davis (1989) yang digunakan untuk memprediksi sejauh mana seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi baru. TAM dianggap paling baik untuk menjelaskan bagaimana penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi. Model TAM ini menyatakan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral intention to use*) ditentukan dengan dua faktor utama yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Hibur et al., 2022). Pada penelitian ini menggunakan model TAM yang telah dimodifikasi dengan menambahkan variabel eksternal lainnya seperti kepercayaan (*Perceived Trust* dan keamanan (*perceived security*) yang sudah diteliti sebelumnya oleh Ing et al. (2021) dan Karim et al. (2020), dan hasilnya berpengaruh positif terhadap niat penggunaan teknologi. Selanjutnya penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana niat tersebut berlanjut hingga ke tahap penggunaan teknologi secara aktual (*Actual System Use*).

Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) menurut Davis (1989) adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Konsep ini menggambarkan kepercayaan bahwa seseorang bisa bekerja lebih efektif dan efisien dengan menggunakan teknologi. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) menurut Davis (1989) adalah sejauhmana pengguna meyakini apabila menggunakan sistem akan terbebas dari usaha dan kesulitan. Yang berarti seseorang bisa dengan mudah mengakses dan mengoperasikan suatu teknologi tanpa adanya hambatan. Dengan kata lain seseorang yang mempunyai persepsi kemudahan penggunaan yang tinggi akan cenderung menganggap bahwa teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan.

Trust menurut Mayer & Davis (1995) adalah ketika seseorang mempunyai kemauan menjadi rentan terhadap tindakan orang lain dan berharap orang tersebut akan melakukan sesuatu yang penting, tanpa mereka memantau atau mengendalikannya. Sedangkan persepsi Keamanan (*Perceived Security*) menurut Linck et al. (2006) adalah persepsi pelanggan dan penilaian subjektif mengenai keamanan pada suatu sistem dan sejauhmana mereka merasa terlindungi dari potensi risiko. Selanjutnya niat menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) yaitu mengacu pada niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Davis, 1985). Kemudian Davis (1985) juga mendefinisikan penggunaan Sesungguhnya (*Actual System Use*) adalah sejauhmana pengguna benar-benar menggunakan suatu sistem. Berarti tingkat penggunaan aktual bisa mencerminkan seberapa jauh sistem yang diadopsi dan diintegrasikan dalam aktivitas sehari-hari pengguna.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farmania & Elsyah (2022) yang menggunakan TAM untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi di Indonesia dan menemukan bahwa masyarakat di Indonesia merasakan manfaat serta kemudahan dalam melakukan transaksi dan tingginya niat masyarakat dalam menggunakan metode pembayaran *e-wallet*. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Karim et al. (2020) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap *e-wallet* di remaja Malaysia menggunakan TAM dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-wallet*.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Handayani & Prahatiwi (2024) yang menganalisis TAM pada *e-wallet* di Surakarta menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* di masyarakat Surakarta. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ong & MN (2022) yang meneliti pengaruh persepsi risiko, persepsi kemudahan dan literasi keuangan terhadap minat menggunakan LinkAja menghasikan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan LinkAja

Nainggolan et al. (2023) dalam penelitiannya menguji intensi penggunaan *e-wallet* di Medan menggunakan TAM dengan menambahkan variabel eksternal kepercayaan menemukan bahwa kepercayaan, persepsi kemudahan dan pengaruh sosial memiliki efek yang positif terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* di Medan. Sedangkan persepsi manfaat memiliki berpengaruh negative terhadap niat

menggunakan *e-wallet*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Phan & Le-Hoang (2020) yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *e-wallet* di Vietnam menemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh negatif terhadap niat menggunakan *e-wallet* di Vietnam.

Dari penjelasan diatas penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital *e-wallet* (Gopay, Ovo, Dana, Shopepay, LinkAja) di Kota Malang. Penelitian ini dilakukan untuk mengatasi ketidakkonsistenan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya dan memodifikasi teori TAM dengan menambah variabel kemanan dan kepercayaan sebagai variabel eksternal. Karena kedua variabel ini memiliki karakter yang unik dalam adopsi teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini menambah variabel tersebut untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana perannya dalam model penerimaan teknologi. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farmania & Elsyah (2022) yang menggunakan 2 variabel utama yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dalam penggunaan *e-wallet* di Indonesia serta dikombinasikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karim et al. (2020) yang menambahkan variabel eksternal keamanan dan penelitian Ing et al. (2021) dengan menambah variabel kepercayaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Singh & Ghatak (2021) yang menghubungkan niat perilaku dengan penggunaan aktual menggunakan dompet digital di India. Maka dari itu peneliti mengambil beberapa variabel untuk bisa mempengaruhi penggunaan *e-wallet*. Variabel tersebut adalah *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease Of Use* (X2), *Perceived trust* (X3), *Perceived*

security (X4), *Behavioral Intention To Use* (Y1) dan *Actual System Use* (Y2). Penelitian ini difokuskan pada generasi Z di Kota Malang. Karena menurut data Bank Indonesia (BI) Malang, jumlah transaksi QRIS di Kota Malang sebesar 476 miliar, sehingga transaksi digital atau non tunai di Kota Malang terus meningkat dengan Generasi Z sebagai pengguna utama. Pengguna *e-money* di Kota Malang juga terus mengalami peningkatan. Sutaji, selaku Wali Kota Malang mengatakan sebesar 80% dari total pengguna *e-money* nasional yaitu dari Kota Malang. Sehingga transaksi Non-Tunai terus digalakkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ ***Analisis Keberterimaan Tekonolgi Pembayaran Digital dengan e-allet Pada Generasi Z Di Kota Malang Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*** “

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness e-wallet* pada generasi Z Di Kota Malang ?
2. Apakah *Perceived Trust* berpengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use e-wallet* pada generasi Z Di Kota Malang ?
3. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Perceived Trust e-wallet* pada generasi Z Di Kota Malang ?
4. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang ?
5. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang ?

6. Apakah *Perceived Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang ?
7. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang?
8. Apakah *Behavioral Intention To Use* berpengaruh terhadap *Actual System Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang .
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Trust* terhadap *Perceived Ease Of Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Perceived Trust e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Trust* terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention To Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Behavioral Intention To Use* terhadap *Actual System Use e-wallet* pada generasi Z di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan literatur dan teori tentang teknologi, Khususnya terkait TAM dalam penggunaan *E-wallet* pada generasi Z sehingga bisa menyempurnakan pemahaman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan bisa membantu masyarakat untuk meningkatkan pemahaman tentang kemudahan menggunakan teknologi digital yang memicu terjadinya *cashless society* di masa mendatang serta membantu perusahaan *e-wallet* mengembangkan strategi yang efektif dengan mengidentifikasi fitur-fitur yang menarik untuk generasi Z sehingga bisa meningkatkan kualitas layanan mereka termasuk fitur-fitur yang dianggap penting oleh pengguna muda, seperti kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi.

1.5 Keterbatasan Penelitian

Adapun klasifikasi rentang tahun kelahiran Generasi Z yang digunakan di Indonesia yaitu berawal dari tahun 1997 sampai tahun 2012, hal ini berdasarkan data resmi yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS, 2020). Jadi Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1997-2012. Namun, penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa yang berarti saat ini sebagai mahasiswa sarjana

dan diploma di semua Universitas Kota Malang. Mahasiswa umumnya dengan rentang usia berkisar antara 18-25 tahun (Hulukati & Djibran, 2018).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai dasar referensi untuk memahami konteks penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian-penelitian sebelumnya juga memberikan wawasan mendalam mengenai konsep, variabel, serta hasil penelitian terkait topik yang sedang diangkat. Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya, kita dapat mengevaluasi sejauh mana penelitian ini sesuai dan relevan dengan hasil penelitian yang telah ada. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi untuk mendukung penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan indikator atau fokus penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1	(Karim et al., 2020) <i>"Factor Influencing The Use Of E-Wallet As a Payment Method</i>	Variabel (X) 1. Persepsi kemudahan 2. Persepsi manfaat 3. Persepsi keamanan	Metode: survey menggunakan PLS SEM dan menggunakan model TAM	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kemandirian berpengaruh

	<i>Among Malaysian Young Adults”</i>	Variabel (Y) Niat menggunakan		terhadap niat menggunakan.
2	(Phan & Le-Hoang, 2020) <i>“Factors Affecting The Behavioral Intention And Behavior Of Using E-Wallets Of Youth In Vietnam”</i>	Variabel (X) 1. Keamanan 2. Harapan Usaha 3. Harapan Kinerja 4. Pengaruh Sosial Variabel (Y) 1. Niat menggunakan 2. Perilaku sebenarnya	Metode : Kuantitatif dengan model SEM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemandirian dan harapan usaha berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan. variabel harapan kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh positif.
3.	(Lim et al., 2021) <i>“Factor Influencing Consumer's</i>	Variabel (X): 1. Persepsi manfaat	Metode : Menggunakan TAM dan dianalisis	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan,

	<i>Intention To Use E-Wallets”</i>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Persepsi kemudahan penggunaan 3. Sikap Menggunakan 4. Pengaruh Sosial <p>Variabel (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niat menggunakan 	menggunakan SPSS	<p>dan sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Sedangkan pengaruh sosial tidak berpengaruh.</p>
4.	(Singh & Ghatak, 2021) <i>“Investigating E-Wallet Adoption In India : Extending The TAM Model”</i>	<p>Variabel (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi risiko 2. Biaya 3. Kompatibilitas 4. Persepsi manfaat 5. Persepsi kemudahan penggunaan <p>Variabel (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niat menggunakan 2. Penggunaan aktual 	<p>Metode : Desain penelitian deskriptif Menggunakan SEM dan Amos</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat perilaku berdampak langsung terhadap penggunaan sesungguhnya. niat perilaku dipengaruhi secara langsung oleh manfaat dan kemudahan yang dirasakan. Sedangkan variabel risiko</p>

				berbanding terbalik. Kompabilitas berpengaruh terhadap manfaat dan niat menggunakan sedangkan biaya tidak berpengaruh.
5	(Ing et al., 2021) <i>“Intention To Use E-Wallet Among The University Studets Klang Valley”</i>	Variabel (X) 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi kemudahan penggunaan 3. Persepsi kepercayaan 4. Persepsi risiko (Ekonomi dan privasi) Variabel (Y) 1. Niat menggunakan	Metode : Kuantitatif Dengan model TAM	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan dan persepsi risiko (ekonomi dan privasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>e-wallet</i> pada mahasiswa di Universitas Klang Valley.

6	(Harishantha n & Neruja, 2022) “ <i>Factors Influence On Usage Of E- wallets Among Millenials In The Sri Lankan</i> ”	<p>Variabel (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi Kemudahan penggunaan 3. Persepsi privasi dan keamanan <p>Variabel (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niat perilaku menggunakan 	<p>Metode :</p> <p>Menggunakan Teknik Kuantitatif kemudian data dianalisis menggunakan model deskriptif, Korelasi, dan regresi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa privasi atau keamanan tercatat sebagai nilai tertinggi diantara variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa privasi atau kemanan memiliki dampak yang besar terhadap niat menggunakan dompet elektronik di Sri Langka. Manfaat dan kemudahan penggunaan juga memiliki dampak positif terhadap niat menggunakan dompet</p>
---	--	--	--	---

				elektronik. Tetapi, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terkecil.
7	(Farmania & Elsyah, 2022). <i>“The Phenomenon Of E-Wallet Usage In Indonesia Based On The Theory Of Technology Acceptance Model”</i>	Variabel (X) 1. Persepsi kemudahan penggunaan 2. Persepsi manfaat Variabel Y : 1. Niat perilaku menggunakan	Metode : Analisis Deskriptif dengan model TAM	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasakan manfaat dan kemudahan Ketika menggunakan <i>e-wallet</i> untuk bertransaksi dan niat yang tinggi untuk menggunakan <i>e-wallet</i> .

8	(Halim et al., 2022) <i>“Understanding The Determinants Of E-Wallet Continuance Usage Intention In Malaysia ”</i>	<p>Variabel (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konfirmasi 2. Persepsi manfaat 3. Persepsi kemudahan penggunaan 4. Kepuasan 5. Sikap 6. Manfaat harga 7. Kepercayaan 8. Kebiasaan 9. Kendala operasional <p>Variabel (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niat menggunakan 	Metode : Kuantitatif Dengan TAM, ECM, dan COG	Persepsi manfaat dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Sedangkan variabel lainnya berpengaruh positif.
9	(Nainggolan et al., 2023) <i>“Dominant Factors Behavioral Intention Of The Generation Millennials Using E-wallets”</i>	<p>Variabel (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi kemudahaan penggunaan 3. Persepsi kepercayaan 4. Pengaruh sosial <p>Variabel (Y)</p>	Metode : Teknik Kuantitatif dengan pendekatan survey eksploratif Menggunakan persamaan structural kuadrat	Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya kepercayaan sebagai pendorong masyarakat untuk menggunakan aplikasi e-

		1. Niat menggunakan	terkecil dan analisis smartPLS	wallet di Medan. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku. Tetapi persepsi manfaat berpengaruh negatif.
10	(Erwinsyah et al., 2023) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan	Variabel (X) 1. Persepsi kemudahan penggunaan 2. Persepsi Kegunaan Variabel (Y) 1. Niat perilaku 2. Penggunaan aktual	Metode : Statistik menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 4	Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan. Begitu juga niat menggunakan berpengaruh

	Aktual Teknologi Pembayaran Digital QRIS”			positif terhadap penggunaan aktual
11	(Hasan et al., 2023) <i>“Factors Influencing Behavioral Intention To Embrace Sustainable Mobile Payment Based On Indian User Prespektive”</i>	Variabel (X) 1. Persepsi Manfaat 2. Persepsi Kemudahan penggunaan 3. Norma subjective 4. Persepsi keamanan Variabel (Y) 1. Niat menggunakan	Metode: Menggunakan metode eksploratif dan deskriptif kemudian data primer dan sekunder dianalisis menggunakan SPSS dan Amos	Hasil dari penelitian ini menyoroti kemudahan penggunaan dan keamanan adalah faktor penentu menggunakan transaksi online. Sedangkan persepsi manfaat dan norma subjective tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.
12	(Handayani et al., 2023) <i>“Behavioral Intention To</i>	Variabel (X) 1. Persepsi kemudahan penggunaan	Metode : Kuantitatif asosiatif	Persepsi kemudahan penggunaan tidak

	<i>Use Flip.id Oleh Perceived Ease Of Use Melalui Attitude Towards Using”</i>	Variabel Z 1. Sikap penggunaan Variabel (Y) : 1. Niat menggunakan	dengan SEM-PLS	berpengaruh terhadap minat menggunakan. Sikap Penggunaan mampu memediasi Persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan
--	---	--	----------------	--

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Dari 12 penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yaitu persamaan terletak pada model analisis yaitu menggunakan model TAM untuk menganalisis terkait penerimaan teknologi serta mengambil objek mengenai pembayaran digital. Sedangkan perbedaannya antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini mengombinasikan variabel independen yang sebelumnya belum pernah diteliti secara bersamaan variabel ini diantaranya *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust dan Perceived Secutiy*. Serta meneliti bagaimana *Behavioral Intention To Use* memprediksi *Actual System Use* yang dimana jarang digunakan dalam penelitian sebelumnya.. Perbedaan lain terletak pada subjek dalam penelitian ini. Dimana penetian ini berfokus pada generasi Z di Kota Malang.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) mengadopsi dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Fishbein & Ajzen (1967). TAM Ini adalah teori sistem informasi yang memodelkan bagaimana individu menerima dan menggunakan suatu teknologi. TAM mempunyai landasan yang kuat dari TRA yang menyatakan bahwa niat memengaruhi perilaku manusia, yang ditentukan oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut dan norma-norma subjektif. TAM mengadopsi dari TRA dan menerapkannya dalam konteks penerimaan teknologi. Oleh karena itu, TAM dapat dianggap sebagai perluasan dari TRA yang lebih detail untuk memahami perilaku yang lebih tepat.

Model Penerimaan Teknologi (TAM) terdapat dua konstruk utama yaitu persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) sangat berpengaruh dalam keputusan individu dalam mengadopsi suatu teknologi. Persepsi manfaat sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam menyelesaikan tugasnya. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa suatu teknologi mudah untuk dipelajari dan digunakan, tanpa memerlukan usaha.

Model ini paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi yang teruji dan hasilnya model ini yang paling baik karena model penelitian ini sederhana dan

memiliki tingkat kevalidan yang tinggi (Rachmawati & Narsa, 2019). TAM hanya memerlukan dua variabel utama untuk menjelaskan keputusan pengguna sehingga mudah diterapkan dan dimodifikasi. Oleh karena itu sampai saat ini TAM adalah teori yang paling relevan untuk memprediksi individu dalam mengadopsi suatu teknologi (Setiawati et al., 2021)

2.2.2 Perceived Usefulness

Davis (1989) mendefinisikan Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya yang berarti jika digunakan akan menguntungkan pengguna. Sedangkan Phonthanakitithaworn et al. (2016) mendefinisikan *Perceived Usefulness* dalam konteks adopsi layanan *m-payment* mencerminkan bahwa menggunakan layanan dianggap bermanfaat saat melakukan transaksi.

Konsep ini menggambarkan kepercayaan bahwa seseorang bisa bekerja lebih efektif dan efisien dengan menggunakan teknologi. Ketika seseorang mempunyai persepsi manfaat yang tinggi terhadap suatu teknologi, Mereka akan cenderung lebih termotivasi untuk menggunakannya secara teratur dan optimal karena mereka yakin bahwa jika menggunakan teknologi tersebut akan bermanfaat dan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas dengan lebih efisien, efektif, dan dengan hasil yang lebih baik. oleh karena itu, pemahaman mengenai perceived usefulness menjadi faktor penting untuk mengukur keberhasilan implementasi teknologi.

Hidayati & Karim (2024) dalam penelitiannya menyebutkan ada 6 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor persepsi manfaat:

1. Pekerjaan lebih cepat (*Work More Quickly*)
2. Meningkatkan kinerja (*Job Performance*)
3. Meningkatkan produktifitas (*Incrase Produktivity*)
4. Meningkatkan Efektivitas (*Effectiveness*)
5. Mempermudah pekerjaan (*Makes Job Easier*)
6. Berguna/bermanfaat (*Useful*)

Era digital saat ini kemudahan yang ditawarkan oleh penyedia layanan teknologi adalah salah satu tuntutan utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam bekerja. *Perceived Usefulness* atau persepsi manfaat menunjukkan bahwa suatu teknologi dapat meningkatkan pekerjaan mereka sehingga termotivasi untuk menggunakannya secara optimal. Hal ini sejalan dengan surah Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَى
النُّشُورِ

Artinya :

Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan (Q.S.Al-Mulk : 15).

Kita dituntut untuk menjelajahi bumi dan memanfaatkan semua yang terdapat di bumi untuk kebaikan. Oleh karena itu dengan memahami dan memanfaatkan suatu teknologi kita diharapkan untuk tidak hanya menyelesaikan pekerjaan dengan efisien tetap juga memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat. Jadi kemanfaatan teknologi bukan hanya menjadi tuntutan zaman tetapi juga sejalan dengan ajaran agama islam yang mendorong kita untuk mencari kemaslahatan di dunia.

2.2.3 Perceived Ease Of Use

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) menurut Davis (1989) adalah sejauhmana pengguna meyakini apabila menggunakan sistem akan terbebas dari usaha dan kesulitan. Yang berarti seseorang bisa dengan mudah mengakses dan mengoperasikan suatu teknologi tanpa adanya hambatan. Sedangkan Venkatesh (2000) mendefinisikan kemudahan penggunaan adalah sebuah konstruksi yang berkaitan dengan penilaian seseorang terhadap upaya yang digunakan dalam proses penggunaan suatu sistem. Keduanya menggarisbawahi bahwa jika suatu sistem semakin mudah digunakan, maka semakin besar juga kemungkinan seseorang untuk dapat menerima serta mengadopsi teknologi tersebut karena mereka menganggap bahwa teknologi tersebut tidak membebani, baik dari segi waktu maupun usaha.

Artinya seseorang yang mempunyai persepsi kemudahan penggunaan yang tinggi akan cenderung menganggap bahwa teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan. Persepsi kemudahan dalam *e-wallet* meliputi kemudahan dalam

mendapatkan layanan, dipelajari dan mudah saat mengoperasikan (Paramhita & Mahayuni, 2022). Persepsi ini sangat penting karena berdampak langsung pada sikap dan perilaku pengguna terhadap teknologi, termasuk minat mereka untuk terus menggunakannya serta merekomendasikannya ke orang lain.

Hidayati & Karim (2024) dalam penelitiannya menyebutkan terdapat 6 indikator untuk mengukur faktor kemudahan penggunaan :

1. Kemudahan untuk dipelajari (*Easy to Learn*)
2. Kemudahan untuk dikontrol (*Controllable*)
3. Jelas dan mudah untuk dipahami (*Clear & Undersandable*)
4. Fleksibilitas (*Flexible*)
5. Kemudahan untuk terampil (*Easy to Become Skillful*)
6. Kemudahan Penggunaan (*Easy to Use*)

2.2.4 Perceived Trust

Trust menurut Mayer & Davis (1995) adalah kesiapan seseorang untuk bergantung terhadap tindakan orang lain dan berharap orang tersebut akan melakukan sesuatu yang diharapkan, tanpa mereka memantau atau mengendalikannya. Konsep ini menekankan aspek keyakinan dan keberanian individu untuk percaya terhadap orang lain meskipun terdapat ketidakpastian. Kepercayaan ini muncul dari keyakinan bahwa orang yang dipercayai mempunyai integritas dan tanggung jawab untuk memenuhi harapan yang diberikan, bahkan tanpa pengawasan langsung.

Sedangkan Yu et al. (2018) mendefinisikan kepercayaan dalam konteks pembayaran online adalah kesediaan pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran dengan keyakinan bahwa platform pembayaran akan sepenuhnya memenuhi kewajibannya, terlepas dari kemampuan pengguna untuk memantau dan mengendalikan. Definisi ini menyoroti pentingnya keyakinan pengguna terhadap platform untuk menjaga keamanan dan memenuhi tanggungjawabnya, sehingga menciptakan rasa aman meskipun pengguna tidak mengawasi langsung setiap tahapan transaksi. Kepercayaan ini menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan layanan pembayaran online dalam jangka panjang.

Simanjuntak & Nurhadi (2023) dalam penelitiannya menyebutkan kepercayaan bisa diukur dari 4 indikator berikut :

1. Kemampuan (*Ability*)

Bagaimana penyedia layanan bisa meyakinkan pengguna dengan menjamin kepuasan dan keamanan saat melakukan transaksi.

2. Integritas (*Integrity*)

Sejauhmana pengguna yakin penyedia layanan dalam menjaga dan memenuhi kewajiban kepada pengguna.

3. Kesungguhan atau ketulusan (*Benevolence*)

Sejauhmana pengguna percaya bahwa penyedia layanan berperilaku tepat dan apakah kepuasan yang dirasakan saling menguntungkan satu sama lain.

4. Kesiediaan untuk bergantung (*Willingness To Depend*)

Yaitu pengguna bersedia mengandalkan penyedia layanan dalam menerima kemungkinan risiko atau konsekuensi negatif

2.2.5 Perceived Security

Keamanan atau *Security* menurut Linck et al. (2006) adalah persepsi pelanggan dan penilaian subjektif mengenai keamanan pada suatu sistem dan sejauhmana mereka merasa terlindungi dari potensi risiko. Pandangan ini menunjukkan bahwa keamanan sangat dipengaruhi oleh persepsi seseorang terhadap perlindungan data pribadi yang diterapkan oleh suatu sistem. Sementara itu Arpachi et al. (2015) mengemukakan bahwa *Security* adalah sejauh mana individu yakin bahwa teknologi aman dalam hal mengirimkan informasi sensitif berupa data pribadi pengguna dan data transaksi keuangan.

Kedua perspektif diatas, persepsi keamanan adalah faktor terpenting yang dapat memengaruhi kepercayaan dan minat seseorang mereka untuk menggunakan teknologi *e-wallet*. Keamanan adalah inti dari sebagian besar transaksi online, Pengguna teknologi memiliki dampak yang kuat terhadap pembelian melalui internet karena adanya keamanan didalamnya (Raman & Annamalai, 2011). Oleh karena itu, persepsi keamanan akan dipahami dalam penelitian ini sebagai keyakinan pengguna terhadap sistem yang digunakan untuk melindungi data pribadi dan keuangan mereka dari ancaman. Pada akhirnya, ini akan memengaruhi minat dan keinginan mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Sulastrı et al. (2022) dalam penelitiannya menyebutkan keamanan bisa diukur menggunakan 2 indikator berikut ini :

1. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan sangat penting untuk meminimalisir kekhawatiran pengguna terkait penyalahgunaan data pribadi. Saat penyedia bisa memberikan jaminan keamanan sesuai keinginan pengguna maka mereka akan cenderung nyaman dan peraya untuk membagikan informasi pribadinya. Karena merasa datanya dilindungi dan resiko terjadinya penyalahgunaan data bisa diminimalisir.

2. Kerahasiaan Data

Data privasi juga tidak kalah pentingnya karena jika informasi data mengalami kebocoran kepada pihak lain hal ini merugikan pihak pengguna atau pemilik data. Maka dari itu, kerahasiaan data harus dijaga dengan ketat dan benar-benar diterapkan.

Kehidupan sehari-hari kemanan atau privasi menjadi hal yang penting karena berhubungan dengan perlindungan. Seperti halnya teknologi karena mencakup data pribadi seseorang. *Perceived Security* mengacu pada seseorang yakin bahwa informasi pribadi mereka akan aman dan terhindar dari penyalahgunaan. Konsep ini sejalan dengan surat al-Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (Q.S Al-Baqarah :188)

Berarti kita dilarang untuk mengambil harta atau hak orang lain secara tidak sah dan dituntut untuk menjaga privasi orang lain. Deman demikian kemanan bukan hanya menjadi tuntutan dalam teknologi saja tetapi juga nilai moral dalam agama islam.

2.2.6 Behavioral Intention To Use

Davis (1985) menyatakan bahwa *Behavaioral Intention* mengacu pada niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sedangkan Khatimah & Halim, (2014) lebih spesifik mendefinisikan *Behavaioral Intention* adalah bagaimana konsumen berencana untuk menggunakan suatu sistem di masa depan sebagai bentuk perilaku. yang berarti bahwa niat berperan penting untuk menentukan apakah seseorang akan tetap menggunakan sistem dalam jangka panjang. Jadi kedua pandangan ini menekankan bahwa niat perilaku merupakan prediktor kuat terhadap perilaku penggunaan aktual, karena semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem, maka semakin besar kemungkinan orang tersebut akan benar-benar menggunakannya secara konsisten di masa mendatang.

Pertiwi et al. (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Behavioral Intention To Use* bisa diukur menggunakan 3 indikator:

1. Keinginan untuk menggunakan kembali suatu sistem di masa depan
2. Keinginan untuk tetap menggunakan sistem secara terus menerus
3. Keinginan merokemendasikan kepada orang lain untuk menggunakan

2.2.7 Actual System Use

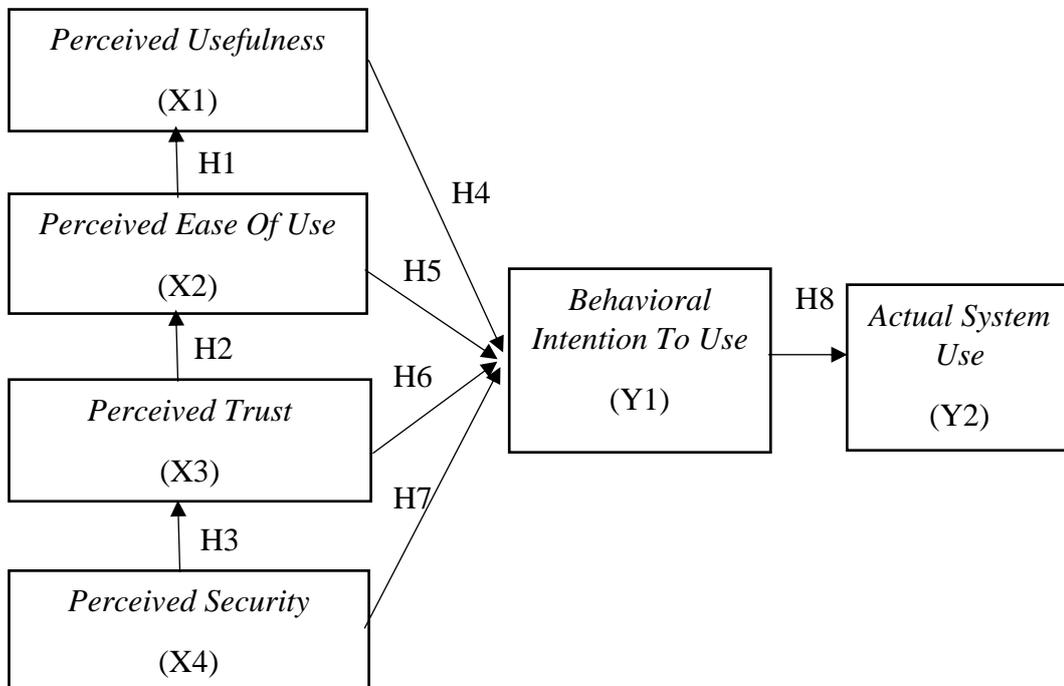
Davis (1985) mendefinisikan *Actual System Use* adalah sejauhmana pengguna benar-benar menggunakan suatu sistem. Rigopoulos & Askounis (2007) menambahkan bahwa *Actual System Use* melibatkan penggunaan teknologi secara berulang-ulang dan sering. Dengan demikian, penggunaan aktual bukan hanya sebatas menggunakan satu kali saja, namun juga mencakup frekuensi dan durasi penggunaan yang menunjukkan seberapa penting untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas pengguna.

Habibi & Fauzan (2023) dalam penelitiannya menyebutkan penggunaan sistem aktual bisa diukur menggunakan indikator berikut :

1. Frekuensi Penggunaan
2. Durasi penggunaan
3. Kepuasan penggunaan

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah, 2024

2.4 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

Perceived Ease Of Use dengan *Perceived Usefulness* adalah komponen utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). *Perceived Ease Of Use* adalah sejauhmana pengguna meyakini apabila menggunakan sistem akan terbebas dari usaha. Sedangkan *Perceived Usefulness* menggambarkan kepercayaan bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kedua faktor ini saling memiliki hubungan dimana menurut Davis (1989) TAM menyatakan bahwa *Perceived Ease Of Use*

dapat mempengaruhi *Perceived Usefulness*. Dalam teori ini menyatakan bahwa semakin mudah suatu teknologi ketika digunakan maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

Secara empiris terdapat penelitian yang mendukung teori ini seperti penelitian yang dilakukan Afriani & Hayati (2022) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) mempengaruhi persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan aplikasi dompet digital di Jakarta. Serta penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Rakhmadani (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) dengan Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) secara signifikan dalam penggunaan aplikasi LinkAja. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

2. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa platform akan memenuhi tanggung jawabnya sepenuhnya, meskipun pengguna tidak bisa selalu mengawasi atau mengendalikan prosesnya. Dalam studi-studi lanjutan TAM diperluas dengan menambah kepercayaan sebagai variabel eksternal yang turut mempengaruhi *Perceived Ease Of Use*. Dimana Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang pada teknologi, maka semakin mudah mereka menggunakannya. Karena

kepercayaan tersebut membuat pengguna lebih nyaman dalam menggunakan teknologi tanpa rasa khawatir, sehingga mereka merasa bahwa teknologi tersebut lebih mudah digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurfaidzi et al. (2023) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) di Purwakarta. Dalam penelitian Nugroho & Pramudita (2023) juga menyatakan bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) pada penggunaan *E-wallet* di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H2 : Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

3. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*)

Perceived Security adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan layanan digital akan aman dari risiko seperti pencurian data atau kebocoran informasi pribadi. Sedangkan kepercayaan adalah keyakinan bahwa platform akan memenuhi tanggung jawabnya sepenuhnya, meskipun pengguna tidak bisa selalu mengawasi atau mengendalikan prosesnya. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) keamanan dan kepercayaan sering ditambahkan sebagai variabel eksternal dalam penelitian-penelitian lanjutan. Kepercayaan bisa terbentuk karena rasa aman

yang dialami. Karena saat pengguna merasa aman maka mereka lebih percaya menggunakan teknologi tersebut.

Ranpariya & Joshi (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap kepercayaan (*Perceived Trust*) pada penggunaan *e-wallet* di India. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rabbni et al., (2023) menemukan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) sangat berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) pada aplikasi pembayaran digital khususnya *e-wallet*. Serta penelitian Djaenudin & Prastowo (2024) juga menemukan persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) pada pengguna *E-wallet* Dana di Indonesia. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H3 : Persepsi keamanan (*perceived Security*) berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan (*perceived Trust*)

4. Pengaruh persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Perceived Usefulness adalah kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan *Behavioral Intention To Use* adalah pada niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Davis (1989) mengatakan *Perceived Usefulness* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi individu dalam menerima suatu teknologi. Pada teori ini seseorang akan cenderung menerima suatu teknologi untuk menggunakannya karena mereka

yakin bahwa jika menggunakan teknologi tersebut akan bermanfaat dan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas.

Farmania & Elsyah (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada penggunaan *e-wallet* di Indoensia. Serta penelitian oleh Singh & Ghatak (2021) mengatakan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) dipengaruhi oleh Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) pada adopsi *E-wallet* masyarakat India. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H4 : Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

5. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Perceived Ease Of Use adalah sejauhmana pengguna meyakini apabila menggunakan sistem akan terbebas dari usaha. Sedangkan Sedangkan *Behavioral Intention To Use* adalah pada niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Davis (1989) menjelaskan bahwa *Perceived Ease Of Use* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi individu dalam menerima suatu teknologi. Pada teori ini seseorang akan cenderung menerima suatu teknologi untuk menggunakannya karena mereka yakin jika menggunakan teknologi akan mudah dipahami dan mudah digunakan.

Secara empiris terdapat penelitian yang mendukung teori ini seperti Nainggolan et al. (2023) mengatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh positif dan substansial terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Farmania & Elsyah (2022) juga menemukan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada penggunaan *E-wallet* di Indoensia. Serta penelitian Hasan et al. (2023) mengatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) juga berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada masyarakat di India. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H5 : Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

6. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Kepercayaan mengacu pada keyakinan bahwa platform akan memenuhi tanggung jawabnya sepenuhnya, meskipun pengguna tidak bisa selalu mengawasi atau mengendalikan prosesnya. Dalam Technology Acceptance Model (TAM), kepercayaan sering dianggap sebagai faktor eksternal yang memengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan suatu teknologi (*behavioral intention to use*). Pengguna dengan kepercayaan yang tinggi terhadap platform akan lebih

nyaman dalam menggunakannya serta mengurangi kekhawatiran tentang risiko, sehingga meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakannya.

Alasman et al. (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) dengan niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) dompet digital pada masyarakat di Irak. Serta penelitian Purnamawati et al. (2023) Mengatakan bahwa Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) *E-wallet* untuk transportasi Oline di Bali. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H6 : Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

7. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Perceived security adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan layanan digital akan aman dari risiko seperti pencurian data, transaksi yang tidak sah, atau kebocoran informasi pribadi. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas, persepsi keamanan dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi karena bisa memberikan rasa nyaman dan kepercayaan pada sistem. Ketika pengguna merasa bahwa sistem memiliki tingkat keamanan yang tinggi, maka mereka cenderung akan memiliki niat yang besar untuk menggunakan teknologi tersebut.

Harishanthan & Neruja (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada penggunaan *e-wallet* di Sri Lanka. Serta penelitian yang dilakukan oleh Hasan et al. (2023) menemukan adanya pengaruh positif antara persepsi keamanan (*Perceived Security*) dengan niat perilaku menggunakan menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada pengguna *e-wallet* di India. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H7 : Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

8. Pengaruh niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*)

Behavioral Intention To Use adalah niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sedangkan *Actual System Use* sejauhmana pengguna benar-benar menggunakan suatu sistem. Teori TAM, yang diperkenalkan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa niat berperilaku ini secara langsung memprediksi penggunaan aktual teknologi. Dimana Semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan teknologi, maka semakin tinggi kemungkinan mereka akan menggunakannya secara nyata.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Singh & Ghatak (2021) menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) terhadap penggunaan aktual (*Actual System Use*) *e-wallet* masyarakat di India. Erwinsyah et al. (2023) juga menemukan bahwa niat perilaku

menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*) pada *e-wallet* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Dengan demikian hipotesis yang diajukan :

H8 : Niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Serta memanfaatkan data numerik berupa angka dan analisis statistik untuk menyelesaikan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2013)

Sedangkan pendekatan asosiatif kausal menurut Sugiyono (2013) adalah pendekatan yang bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel dengan variabel yang lainnya yang mempunyai sebab akibat. Penelitian ini menggunakan kausal karena memiliki hubungan sebab akibat antar variabel dua variabel atau lebih. Selanjutnya dibuat hipotesis sementara untuk melihat apakah terdapat pengaruh diantara variabel *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease Of Use* (X2), *Perceived Trust* (X3), *Perceived Security* (X4), *Behavioral Intention To Use* (Y1), dan *Actual System Use* (Y2)

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang yang terdapat 5 kecamatan (Blimbing, Kedungkandang, Klojen, Lowokwaru, dan Sukun). Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat pendidikan tinggi di Jawa Timur. Sehingga konsentrasi mahasiswa generasi Z terdapat di wilayah ini, terutama di

sekitar kampus dan pusat kota, menjadikannya tempat yang ideal untuk mengkaji perilaku penggunaan *e-wallet*.

3.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2013) menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Z di Kota Malang.

Sedangkan pengertian sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah mahasiswa generasi Z di Kota Malang yang memiliki *e-wallet* dan pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet*. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus (Hair et al., 2010). Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang digunakan harus sesuai dengan jumlah indikator pertanyaan yang digunakan di dalam kusioner penelitian ini . Dengan asumsi $n \times 5$ *observed variabel* (indikator) sampai asumsi $n \times 10$ *observed variabel* (indikator). Mengacu pada Rumus tersebut maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

Jumlah sampel : Jumlah indikator x 9

: 24 x 9

: 216

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 216 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013) teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan bersumber pada data dan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasan menggunakan *purposive sampling* karena tidak sepenuhnya sampel mempunyai kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yaitu :

1. Mahasiswa yang berdomisili atau kos di Kota Malang yang terdapat 5 kecamatan (Blimbing, Kedungkandang, Klojen, Lowokwaru, dan Sukun).
2. Merupakan mahasiswa generasi Z yang lahir antara (1997-2012) dengan rentang usia 18-25 tahun
3. Mempunyai *e-wallet* (Gopay, Ovo, Dana, Shopepay, LinkAja) dan pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* tersebut.

3.5 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Narimawati et al. (2020) mengatakan bahwa data primer adalah data yang berasal dari sumber utama yaitu narasumber atau responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa generasi Z yang menggunakan *e-wallet*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun. Kuesioner menurut Sugiyono (2013) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis ke responden untuk dijawab. Kuesioner yang telah disusun disebarkan kepada mahasiswa generasi Z di Kota Malang yang menggunakan *e-wallet*. Dan responden akan menjawab kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebarkan secara online melalui Group wa dan menghubungi langsung responden melalui chat di media sosial.dengan media Google Form.

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur tanggapan responden. Skala likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Metode ini memiliki kelebihan dalam menangkap tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan, sehingga data yang diperoleh bersifat lebih terstruktur dan mudah dianalisis secara kuantitatif. Skala ini terdiri dari 5 tingkat yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RG), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap jawaban dari responden akan diberi bobot penilaian dalam rentang nilai 1 hingga 5, di mana Sangat Setuju (SS) diberikan nilai tertinggi (5), dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai terendah (1). Dengan demikian, skala ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tingkat intensitas tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Sehingga peneliti menggunakan pilihan jawaban sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Jawaban	Score
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2013)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2013) Mendefinisikan variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang yang memiliki variasi dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Sedangkan variabel independen (X) yang biasa disebut variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi timbulnya variabel dependen. Yang menjadi variabel independent (X) dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Trust* dan *Perceived Security*. Variabel dependen atau variabel terikat dalam (Sugiyono, 2013) juga didefinisikan sebagai variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independent atau bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah *Behavioral Intention To Use* dan *Actual System To Use*.

Berikut ini adalah tabel definisi operasional variabel beserta indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Setiap variabel disusun untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan penggunaan aktual

teknologi di kalangan pengguna *e-wallet*, khususnya di kalangan generasi Z di

Malang :

Tabel 3. 2 Devinisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Sumber
1	<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	1. Pekerjaan lebih cepat	1. <i>E-wallet</i> menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih cepat.	(Hidayati & Karim, 2024)
		2. Meningkatkan kinerja	2. <i>E-wallet</i> membantu saya meningkatkan kinerja dalam melakukan pembayaran.	
		3. Meningkatkan produktifitas	3. <i>E-wallet</i> meningkatkan produktifitas saya dalam melakukan pembayaran	
		4. Meningkatkan Efektivitas	4. <i>E-wallet</i> meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pembayaran	
		5. Mempermudah Pekerjaan	5. <i>E-wallet</i> yang saya gunakan mempermudah pekerjaan saya.	
		6. Berguna/bermanfaat	6. <i>E-wallet</i> berguna/bermanfaat bagi saya.	
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	1. Kemudahan untuk dipelajari	7. <i>E-wallet</i> mudah bagi saya untuk dipelajari.	(Hidayati & Karim, 2024)

	(PEOU)	2. Kemudahan untuk dikontrol	8. <i>E-wallet</i> mudah bagi saya untuk mengontrol riwayat transaksi.	
		3. Jelas dan mudah untuk dipahami	9. <i>E-wallet</i> jelas dan mudah bagi saya untuk dipahami.	
		4. Fleksibilitas	10. <i>E-wallet</i> fleksibel sehingga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.	
		5. Kemudahan untuk terampil	11. <i>E-wallet</i> menjadikan saya terampil karena mudah mengoperasikan fitur-fitur di dalamnya.	
		6. Kemudahan Penggunaan	12. <i>E-wallet</i> mudah digunakan untuk bertransaksi.	
3	<i>Perceived Trust (PT)</i>	1. Kemampuan (<i>Ability</i>)	13. Saya yakin penyedia e-wallet mampu memberikan pelayanan yang memuaskan saat saya melakukan transaksi.	(Simanjuntak & Nurhadi, 2023)
			14. Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> mampu memberikan pelayanan transaksi dengan aman dan terpercaya	
		2. Integritas (<i>Integrity</i>)	15. Saya yakin penyedia e-wallet memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka janjikan kepada saya.	

			16. Saya yakin penyedia e-wallet memberikan pelayanan dengan benar tanpa kita mengawasinya.	
		3. Kesungguhan atau ketulusan (<i>Benevolence</i>)	17. Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> jujur dalam setiap transaksi yang ditawarkan.	
			18. Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> berusaha memberikan yang terbaik untuk memenuhi transaksi saya.	
		4. Kesiediaan untuk bergantung (<i>Willingness To Depend</i>)	19. Saya bersedia mengandalkan e-wallet untuk melakukan transaksi meskipun ada potensi risiko yang mungkin saya hadapi.	
4	<i>Perceived Security</i> (P S)	1. Jaminan keamanan	20. Saya yakin <i>e-wallet</i> memberikan jaminan keamanan untuk melindungi data privasi saya.	(Sulastri et al., 2022)
			21. Saya merasa aman menggunakan <i>e-wallet</i> karena data pribadi saya akan terlindungi.	
		2. Kerahasiaan data	22. Saya yakin <i>e-wallet</i> akan menjaga kerahasiaan data saya.	
			23. Saya yakin data pribadi saya tetap terlindungi dan tidak dibagikan ke pihak lain.	

5	<i>Behavioral Intention to Use</i> (BITU)	1. Keinginan untuk menggunakan kembali suatu sistem di masa depan	24. Saya berkeinginan untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> di masa depan.	(Pertiwi et al., 2020)
			25. Saya akan memilih <i>e-wallet</i> untuk transaksi di waktu mendatang.	
		2. Keinginan untuk tetap menggunakan sistem secara terus menerus	26. Saya memiliki keinginan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> secara terus-menerus.	
			27. Saya berencana menggunakan <i>e-wallet</i> dalam jangka Panjang.	
		3. Keinginan merokemendasikan kepada orang lain untuk menggunakan	28. Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>e-wallet</i> kepada orang lain.	
		6	<i>Actual System Use</i> (ASU)	
30. Saya menggunakan <i>e-wallet</i> setiap melakukan transaksi.				
2. Durasi penggunaan	31. Saya menggunakan <i>e-wallet</i> 3-5 kali dalam seminggu.			
	32. Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh <i>e-wallet</i> .			
3. Kepuasan penggunaan	33. Saya menceritakan kepuasan saya menggunakan <i>e-wallet</i> kepada orang lain.			

Sumber : Data diolah penulis, 2024

1.8 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang biasanya dikenal dengan SEM-PLS. Menurut (Hair et al., 2018) SEM-PLS adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel laten dalam model struktural dengan tujuan eksploratif atau prediktif. Penulis menggunakan SEM-PLS ini karena analisis ini tidak mengharuskan data harus berdistribusi normal, cocok untuk model struktural yang kompleks dan sampel tidak harus banyak (Hair et al., 2018). Software yang digunakan untuk analisis SEM-PLS dalam penelitian ini adalah program smartPLS4.

Adapun tahapan dalam analisis SEM-PLS adalah sebagai berikut :

1. Outer Model (Model Pengukuran/*measuemnt model*)

Outer model adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator. Uji outer model terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Adapun pengujian yang dilakukan pada outer model adalah sebagai berikut :

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity adalah untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya dengan tujuan untuk membuktikan bahwa masing-masing indikator dapat diterima dan mampu menjelaskan variabel latennya. Convergent

Validity diukur menggunakan loading factor. Nilai loading factor yang direkomendasikan adalah $> 0,7$. Tetapi menurut Chin (1998) nilai $> 0,6$ masih bisa ditoleransi.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah uji validitas yang digunakan untuk memastikan jika setiap konsep konstruk atau variabel laten itu berbeda dengan variabel lainnya. Konstruk atau variabel laten dianggap memenuhi *Discriminant Validity* nilai cross loading indicator pada variabelnya lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE adalah hasil evaluasi *Discriminant Validity* dengan membandingkan nilai AVE dengan korelasi antar konstruk. Nilai AVE yang diharapkan menurut Hair et al., (2018) adalah minimal 0,5 . Jika nilai AVE $> 0,5$ maka *Discriminant Validity* tercapai.

4. *Crochbath's Alpha* dan *Composite Reability*

Crochbath's Alpha dan *Composite Reability* digunakan untuk mengukur reabilitas suatu indikator. Menurut Hair et al., (2014) nilai *Crochbath's Alpha* dan *Composite Reability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima. Dan nilai $> 0,8$ maka reabilitas dinilai baik.

2. Inner Model (Model Struktural/*structural model*)

Adapun pengukuran inner model adalah sebagai berikut :

1. *R-Square*

R-Square adalah cara untuk menilai seberapa besar variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Menurut Chin (1998) nilai interpretasi R-Square adalah 0,19 (pengaruh rendah), 0,33 (pengaruh moderat), dan 0,66 (pengaruh tinggi)

2. *F-Square*

F-Square digunakan untuk mengetahui perubahan R-Square pada variabel endogen. Dengan perubahan R-Square dapat memperlihatkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen terkait keberadaan pengaruhnya. Nilai F-Square 0,02 (kecil), 0,15 sedang dan 0,35 (besar)

3. *Goodness Of Fit* (Gof).

Goodness Of Fit (Gof) adalah evaluasi keseluruhan model yaitu model pengukuran dan model struktural. Dalam SEM-PLS uji gof dilakukan secara manual dikarenakan tidak ada di dalam smart-pls. GoF dihitung dengan cara refektif Yaitu akar perkalian antara rerata AVE dengan rerata R-Square. Dengan demikian rumus GoF ditulis seagai berikut:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2}$$

Interpretasi nilai Gof ini adalah 0,1 (rendah), 0,25 (medium) dan 0,36 (tinggi) (Wetzels et al., 2009)

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilihat dari uji T-test dengan menggunakan metode bootstrapping . Uji ini dilkauan dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel apabila t hitung lebih besar dari t tabel berarti diterima. Selain itu

juga bisa menggunakan P-Value dalam SEM-PLS. Jika nilai p-Value lebih kecil dari 0,5 maka hipotesis diterima dan begitu juga sebaliknya (Hair et al., 2018).

BAB IV

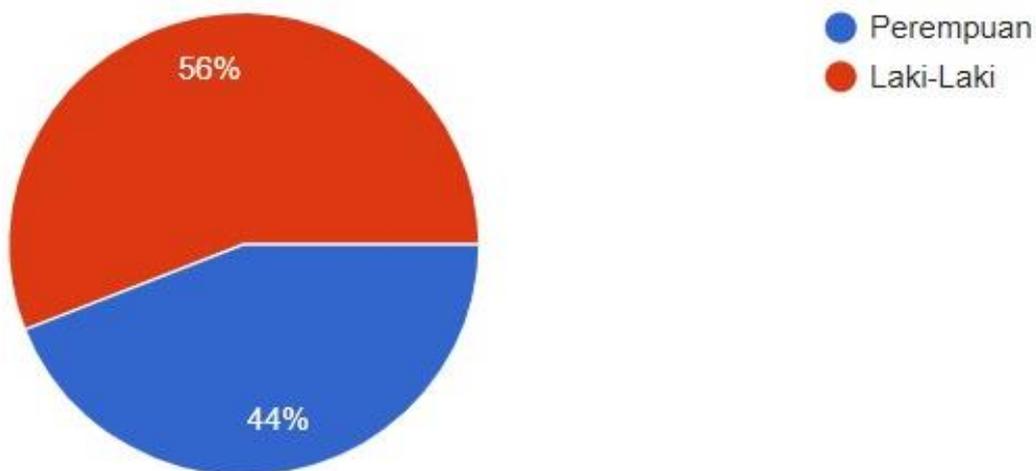
PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Deskripsi Responden Penelitian

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

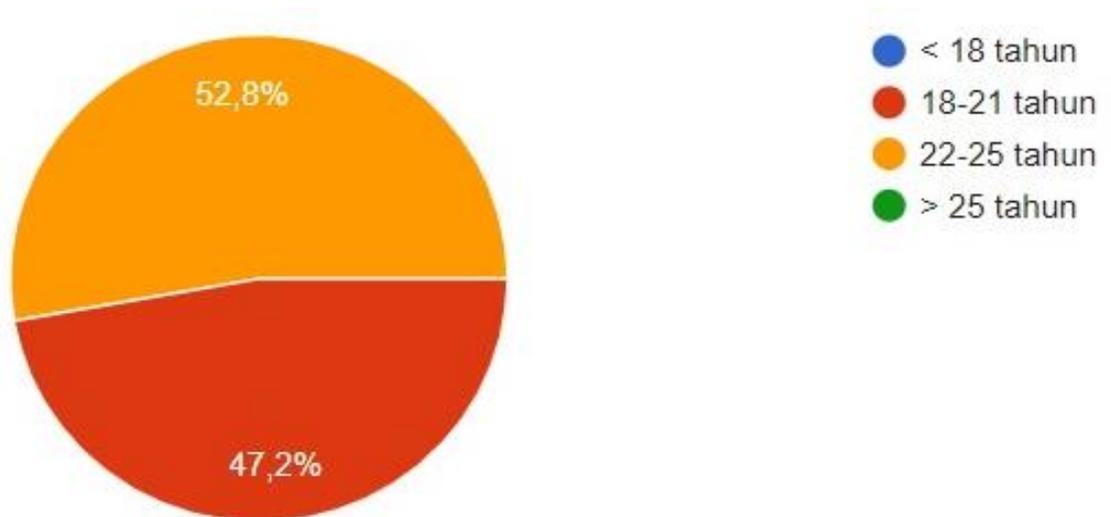


Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan informasi yang ditampilkan pada Gambar 4.1 data responden menunjukkan distribusi berdasarkan jenis kelamin. Dari total responden, terdapat 122 orang yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 56%. Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 95 orang dengan persentase sebesar 44%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna e-wallet didominasi oleh kelompok responden berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan perempuan

2. Berdasarkan Usia

Gambar 4. 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

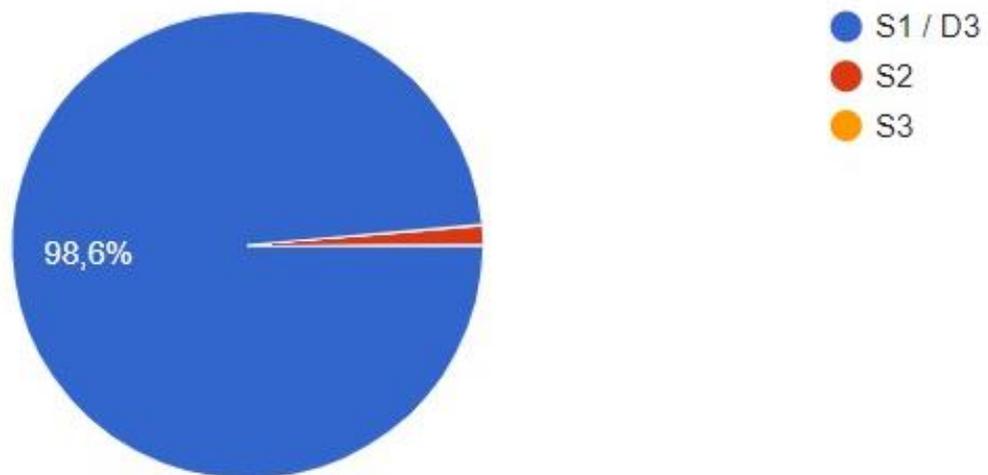


Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan informasi pada Gambar 4.2 data responden dikelompokkan berdasarkan kategori usia. Dari total responden, kelompok usia 18-21 tahun terdiri atas 114 orang dengan persentase sebesar 52,8%. Sementara itu, kelompok usia 22-25 tahun berjumlah 102 orang, dengan persentase sebesar 47,2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 18-21 tahun. Maka kelompok usia 22-25 tahun juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap jumlah total responden

3. Berdasarkan Pendidikan

Gambar 4. 17 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data pada Gambar 4.3 responden dikelompokkan berdasarkan jenjang pendidikan yang mereka tempuh. Mayoritas responden, sebanyak 214 dengan persentase 98,6% berada pada jenjang pendidikan S1. Semetara itu, terdapat 3 orang responden yang menempuh pendidikan S2 dengan persentase sebesar 1,4%. Dominasi responden dengan latar belakang pendidikan S1 ini mengindikasikan bahwa penelitian lebih banyak melibatkan mahasiswa program sarjana dibandingkan dengan mahasiswa program pascasarjana.

4. Berdasarkan Asal Universitas

Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Asal Universitas

Univeritas	Jumlah
UIN Malang	95
UMM	54
UM	17

UB	23
UNMER	3
UNISMA	9
ITN	5
POLINEMA	3
UNITRI	1
STIE Malangkececwara	3
UT	3

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.1 responden dikelompokkan berdasarkan asal universitas yaitu UIN Malang berjumlah 95 mahasiswa, UMM berjumlah 54 mahasiswa, UM berjumlah 17 mahasiswa, UB berjumlah 23 mahasiswa, UNMER berjumlah 3 mahasiswa, UNISMA berjumlah 9 mahasiswa, ITN berjumlah 5 mahasiswa, POLINEMA berjumlah 3 mahasiswa, UNITRI berjumlah 1 mahasiswa. STIE Malangkececwara berjumlah 3 mahasiswa. Dan UT berjumlah 3 mahasiswa. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner berasal dari berbagai universitas di Malang, dengan paling banyak mengisi dari UIN Malang, mencerminkan keragaman latar belakang perguruan tinggi mahasiswa.

5. Berdasarkan Mahasiswa Gen Z

Gambar 4. 25 Klasifikasi berdasarkan Mahasiswa Gen Z



Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data pada Gambar 4.4 seluruh responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa dari Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Dari total 216 responden yang berpartisipasi, seluruhnya, atau 100%, menjawab "iya" ketika dikonfirmasi mengenai kesesuaian usia mereka dengan kategori Generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian secara konsisten melibatkan responden yang sepenuhnya masuk dalam kelompok Generasi Z.

6. Berdasarkan pengalaman menggunakan e wallet

Gambar 4. 33 Klasifikasi Berdasarkan Pengalaman Menggunakan E-Wallet



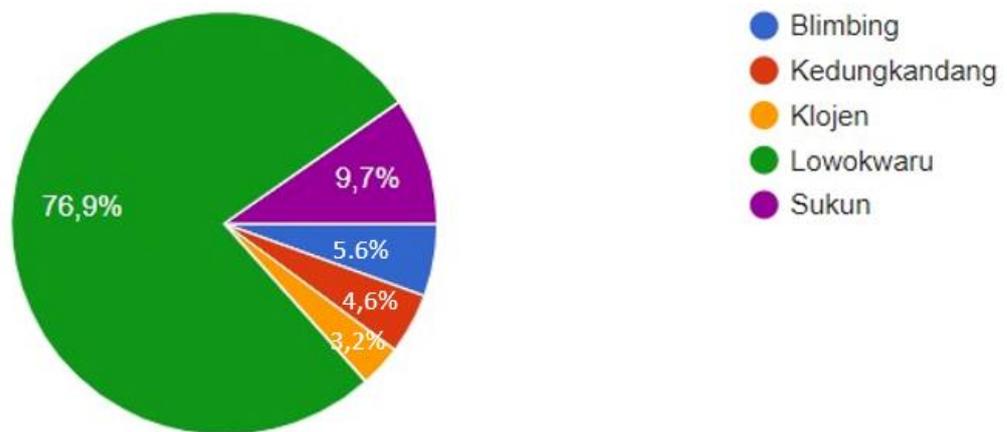
Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada Gambar 4.5 seluruh responden, yang berjumlah 216 orang dengan persentase 100% menyatakan bahwa mereka memiliki pengalaman dalam menggunakan e-wallet,. Dengan kata lain, semua responden menjawab "iya" ketika ditanyakan apakah mereka pernah menggunakan layanan e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet telah menjadi pengalaman yang umum dan merata di kalangan responden. Temuan ini juga mengindikasikan

bahwa e-wallet telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas transaksi keuangan mereka, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun keperluan lainnya. Tingginya angka ini menggambarkan tingkat adopsi teknologi keuangan digital yang sangat tinggi di kalangan responden penelitian.

7. Berdasarkan Domisili atau Kos

Gambar 4. 41 Klasifikasi berdasarkan Domisili atau Kos



Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data pada distribusi responden berdasarkan domisili. Sebagian besar responden sebanyak 166 orang atau sekitar 76,9% dari total responden, berdomisili di wilayah Lowokwaru. Sementara itu, responden yang berdomisili di Sukun berjumlah 21 orang, dengan persentase sebesar 9,7%. Diikuti oleh wilayah Blimbing 12 orang responden atau sebesar 5,6% . Wilayah Kedungkandang 10 orang responden, dengan persentase sebesar 4,6%. Sedangkan wilayah Klojen 7 orang responden dengan persentase sebesar 3,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berdomisili atau kos di Lowokwaru, yang kemungkinan besar disebabkan oleh faktor aksesibilitas dan kedekatan wilayah tersebut dengan kampus serta pusat aktivitas mahasiswa.

4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. *Perceived Usefulness*

Tabel 4. 2 Jawaban Responden Mengenai *Perceived Usefulness*

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Me an
	STS	T S	R G	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PU 1	1	2	12	87	114	216	0,5%	0,9%	5,6%	40,3%	52,8%	100%	4,43
PU 2	1	2	14	79	120	216	0,5%	0,9%	6,5%	36,6%	55,6%	100%	4,45
PU 3	1	3	21	82	109	216	0,5%	1,4%	9,7%	38%	50,5%	100%	4,36
PU 4	1	4	21	84	106	216	0,5%	1,9%	9,7%	38,9%	49,1%	100%	4,34
PU 5	1	3	24	81	107	216	0,5%	1,4%	11,1 %	37,5%	49,5%	100%	4,34
PU 6	2	2	15	82	115	216	0,9%	0,9%	6,9%	38%	53,2%	100%	4,41

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa pernyataan PU 2 memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan pernyataan lainnya, yaitu sebesar 4,45 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e-wallet meningkatkan kinerja dalam pembayaran. Selanjutnya, pernyataan PU 1 menempati posisi kedua dengan nilai rata-rata sebesar 4,43 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e-wallet menjadikan pekerjaan menjadi lebih cepat. Diikuti oleh pernyataan PU 6 yang memiliki rata-rata 4,41 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e-wallet merasa berguna/bermanfaat baginya.

Sementara itu, pernyataan PU 3 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,36 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e-wallet meningkatkan produktifitas. Adapun pernyataan PU 4 dan PU 5 memiliki rata-rata yang sama yaitu sebesar 4,34 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e wallet meningkatkan efektivitas dan mempermudah pekerjaan. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan PU 2 mendapatkan penilaian

tertinggi dari responden, yang menunjukkan tingkat persepsi yang lebih kuat dibandingkan pernyataan lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa responden cenderung memberikan persetujuan lebih besar pada aspek yang dijelaskan dalam PU 2.

2. *Perceived Ease Of Use*

Tabel 4. 3 Jawaban Responden Mengenai *Perceived Ease Of Use*

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Mean
	STS	T S	R G	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PEOU 1	1	2	14	77	122	216	0,5%	0,9%	6,5%	35,6%	56,5%	100%	4,47
PEOU 2	1	3	22	75	115	216	0,5%	1,4%	10,2%	34,7%	53,2%	100%	4,39
PEOU 3	1	0	8	97	110	216	0,5%	0%	3,7%	44,9%	50,9%	100%	4,46
PEOU 4	1	3	17	70	125	216	0,5%	1,4%	7,9%	32,4%	57,9%	100%	4,46
PEOU 5	1	2	20	86	107	216	0,5%	0,9%	9,3%	39,8%	49,5%	100%	4,37
PEOU 6	1	2	12	64	137	216	0,5%	0,9%	5,6%	29,6%	63,4%	100%	4,54

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa pernyataan PEOU 6 memiliki rata-rata tertinggi di antara semua pernyataan lainnya, yaitu sebesar 4,54 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) bahwa e-wallet mudah digunakan untuk bertransaksi . Selanjutnya, pernyataan PU 1 menempati posisi kedua dengan nilai rata-rata sebesar 4,47 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) pengguna merasakan e-wallet mudah untuk dipelajari . Pernyataan PU 3 dan PU 4 sama-sama memiliki rata-rata sebesar 4,46 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) bahwa e-wallet mudah dipahami dan fleksibel.

Sementara itu, pernyataan PU 2 mencatatkan nilai rata-rata sebesar 4,39 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) bahwa e-wallet mudah

di kontrol, diikuti oleh PU 5 yang memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 4,37 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) bahwa e-wallet terampil mudah dioperasikan .Keseluruhan data ini menunjukkan bahwa pernyataan PU 6 sebagai pernyataan dengan tingkat penerimaan tertinggi, mencerminkan bahwa responden memberikan perhatian atau persetujuan yang lebih besar terhadap PU 6 dibandingkan dengan pernyataan lainnya

3. *Perceived Trust*

Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai *Perceived Trust*

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Mean
	STS	TS	RG	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
T 1	1	2	35	96	82	216	0,5%	0,9%	16,2%	44,4%	38%	100%	4,18
T 2	1	6	43	88	78	216	0,5%	2,8%	19,9%	40,7%	36,1%	100%	4,09
T 3	1	1	41	95	78	216	0,5%	0,5%	19%	44%	36,1%	100%	4,14
T 4	2	2	50	92	70	216	0,9%	0,9%	23,1%	42,6%	32,4%	100%	4,04
T 5	2	4	35	92	83	216	0,9%	1,9%	16,2%	42,6%	38,4%	100%	4,15
T 6	2	1	28	93	92	216	0,9%	0,5%	13%	43,1%	42,6%	100%	4,25
T 7	6	8	57	81	64	216	2,8%	3,7%	26,4%	37,5%	29.6%	100%	3,87

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa pernyataan T 6 memiliki rata-rata tertinggi di antara semua pernyataan lainnya, yaitu sebesar 4,25 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet memberikan yang terbaik untuk kebutuhan transaksinya. Selanjutnya, pernyataan T 1 menempati posisi kedua dengan nilai rata-rata sebesar 4,18 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet memberikan pelayanan yang memuaskan. Pernyataan T 5 diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,15 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet jujur dalam transaksi . Diikuti oleh PT 3 dengan nilai rata-rata sebesar 4,14 dengan mayoritas responden

menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

Sementara itu, pernyataan T 2 memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,09 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet memberikan pelayanan yang aman dan terpercaya , dan T 4 mencatatkan nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet memberikan pelayanan yang benar tanpa mengawasinya. Adapun pernyataan PT 7 memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu 3,87 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa pengguna e-wallet bersedia mengandalkan e-wallet. Dapat disimpulkan bahwa aspek yang diukur oleh T 7 mendapatkan respons yang lebih rendah dibandingkan dengan pernyataan lainnya. Namun, pernyataan T 6 menonjol dengan penilaian tertinggi, mencerminkan bahwa responden memberikan perhatian atau persetujuan yang lebih besar terhadap dimensi yang diwakili oleh T 6.

4. *Perceived Security*

Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai *Perceived Security*

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Mean
	STS	TS	RG	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
S 1	2	6	47	92	69	216	0,9%	2,8%	21,8%	42,6%	31,9%	100%	4,01
S 2	4	4	53	84	71	216	1,9%	1,9%	24,5%	38,9%	32,9%	100%	4,00
S 3	3	2	53	83	75	216	1,4%	0,9%	24,5%	38,4%	34,7%	100%	4,04
S 4	3	2	52	82	77	216	1,4%	0,9%	24,1%	38%	35,6%	100%	4,05

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa variabel S 4 memiliki rata-rata tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya, yaitu sebesar 4,05 dengan mayoritas responden menjawab (S= setuju) bahwa pengguna e-wallet yakin data pribadinya terlindungi . Selanjutnya, variabel S 3

menempati posisi kedua dengan rata-rata sebesar 4,04 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet akan menjaga kerahasiaan datanya . Diikuti oleh variabel S 1 yang memiliki rata-rata sebesar 4,01 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa e-wallet akan menjamin keamanannya, dan terakhir adalah variabel S 2 dengan rata-rata 4,00 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) bahwa pengguna e-wallet merasa aman. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan S 4 mendapatkan penilaian tertinggi dari responden, yang menunjukkan tingkat persepsi yang lebih tinggi dibandingkan lainnya.

5. Behavioral Intention To Use

Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Behavioral Intention To Use

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Mean
	STS	TS	RG	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
BITU 1	3	3	30	88	92	216	1,4%	1,4%	13,9%	40,7%	42,6%	100%	4,22
BITU 2	2	4	28	89	93	216	0,9%	1,9%	13%	41,2%	43,1%	100%	4,24
BITU 3	2	9	41	85	79	216	0,9%	4,2%	19%	39,4%	36,6%	100%	4,06
BITU 4	3	4	29	87	93	216	1,4%	1,9%	13,4%	40,3%	43,1%	100%	4,22
BITU 5	2	5	43	79	87	216	0,9%	2,3%	19,9%	36,6%	40,3%	100%	4,13

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa BITU 2 memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan lainnya, yaitu sebesar 4,24 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) pengguna memilih e-wallet di waktu mendatang. Selanjutnya, BITU 1 dan BITU 4 menempati posisi kedua dengan nilai rata-rata yang sama, yaitu sebesar 4,22 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) pengguna ingin terus menggunakan e-wallet di masa depan dan jangka panjang. Kemudian diikuti oleh BITU 5 yang memiliki nilai rata-rata sebesar 4,13 dengan mayoritas responden menjawab (SS = sangat setuju) pengguna merekomendasikan e-wallet kepada orang lain , dan

terakhir adalah BITU 3 dengan nilai rata-rata terendah di antara semuanya, yaitu sebesar 4,06 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) pengguna ingin menggunakan e-wallet secara terus menerus . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa BITU 2 menunjukkan performa yang paling unggul dalam penelitian ini, sementara BITU 3 memiliki capaian yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan lainnya.

6. Actual System Use

Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Actual System Use

Variabel	Frekuensi					Total						Total	Mean
	ST S	T S	R G	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
ASU 1	3	1	25	82	105	216	1,4%	0,5%	11,6%	38%	48,6%	100%	4,32
ASU 2	2	14	53	75	72	216	0,9%	6,5%	24,5%	34,7%	33,3%	100%	3,93
ASU 3	2	12	32	78	92	216	0,9%	5,6%	14,8%	36,1%	42,6%	100%	4,12
ASU 4	1	3	30	84	98	216	0,5%	1,4%	13,9%	38,9%	45,4%	100%	4,27
ASU 5	3	14	53	69	77	216	1,4%	6,5%	24,5%	31,9%	35,6%	100%	3,94

Sumber : Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa ASU 1 memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya, yaitu sebesar 4,32 dengan mayoritas responden menjawab (S = sangat setuju) bahwa pengguna sering menggunakan e-wallet. Selanjutnya, ASU 4 menempati posisi kedua dengan rata-rata sebesar 4,27 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) bahwa pengguna merasa puas menggunakan e-wallet . Kemudian ASU 3 berada di posisi berikutnya dengan nilai rata-rata sebesar 4,12 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) bahwa pengguna menggunakan e-wallet 3-5 kali dalam seminggu.

Di sisi lain, ASU 5 memiliki rata-rata sebesar 3,94, sedikit lebih rendah dibandingkan ASU 3 dengan mayoritas responden menjawab (SS =sangat setuju) pengguna e-wallet menceritakan kepuasannya kepada orang lain . Terakhir, ASU 2 memiliki rata-rata terendah di antara semua pernyataan, yaitu sebesar 3,93 dengan mayoritas responden menjawab (S = setuju) pengguna selalu menggunakan e-wallet dalam setiap transaksinya. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan ASU 4 mendapatkan penilaian tertinggi dari responden. Sementara itu, ASU 2 memiliki capaian yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan lainnya

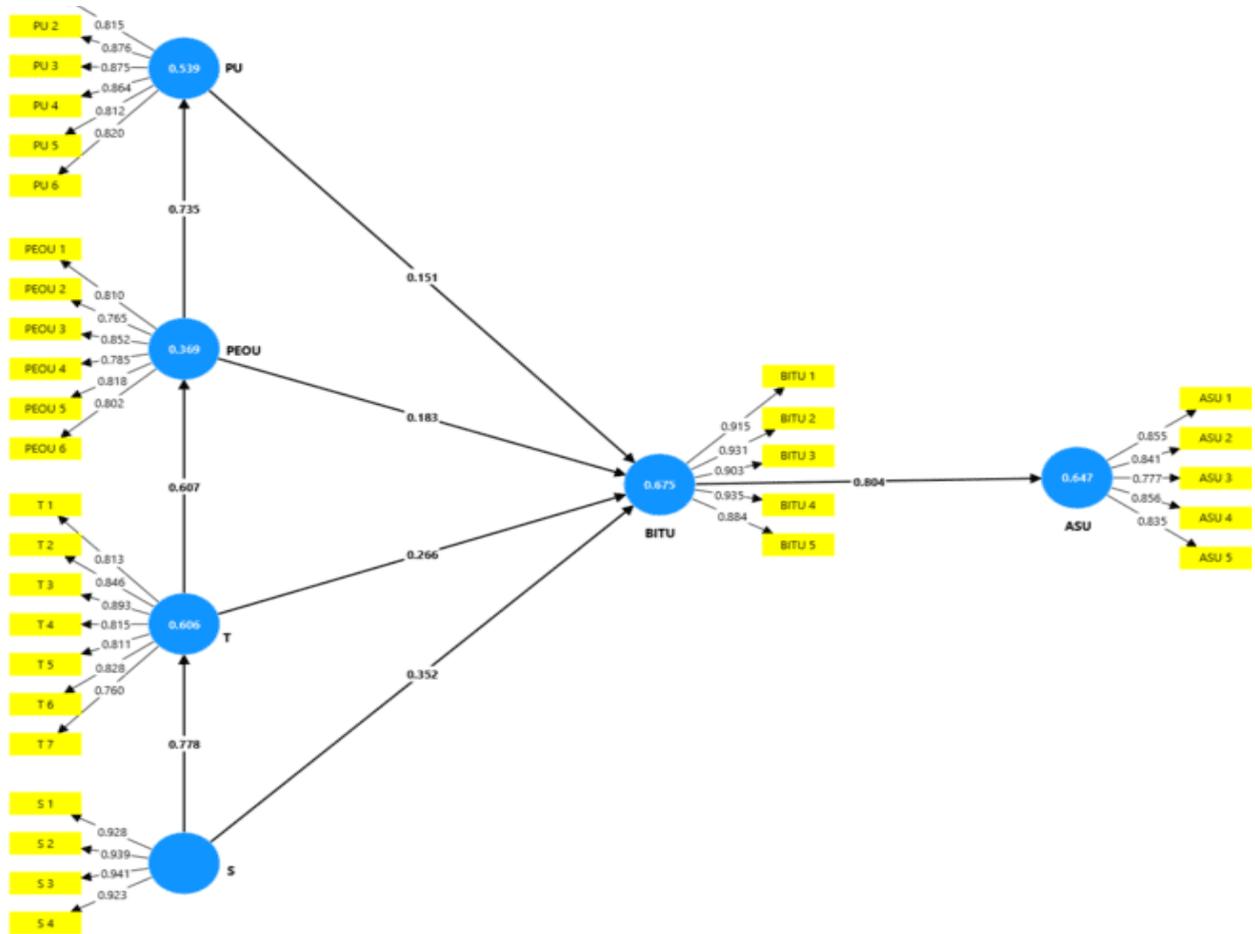
4.1.3 Hasil Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*. PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang biasanya dikenal dengan SEM-PLS. Software yang digunakan untuk analisis SEM-PLS dalam penelitian ini adalah program smartPLS 4.0

1. Outer Model (Model Pengukuran/*measuemnt model*)

Outer model adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator. Uji outer model terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Adapun hasil pengujian yang dilakukan pada outer model adalah sebagai berikut :

Gambar 4. 49 Hasil Output PLS Algorithm



Sumber : Data diolah penulis, 2025

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity diukur menggunakan loading factor. Nilai loading factor yang direkomendasikan adalah adalah $> 0,7$. Tetapi menurut Chin (1998) nilai $> 0,6$ masih bisa ditoleransi. Berikut hasil output nilai *loading factor* pada setiap indicator penelitian, diantaranya :

Tabel 4. 8 Nilai Loading Factor

Variabel	ASU	BITU	PEOU	PU	S	T
ASU 1	0.855					
ASU 2	0.841					
ASU 3	0.777					
ASU 4	0.856					
ASU 5	0.835					
BITU 1		0.915				
BITU 2		0.931				
BITU 3		0.903				
BITU 4		0.935				
BITU 5		0.884				
PEOU 1			0.810			
PEOU 2			0.765			
PEOU 3			0.852			
PEOU 4			0.785			
PEOU 5			0.818			
PEOU 6			0.802			
PU 1				0.815		
PU 2				0.876		
PU 3				0.875		
PU 4				0.864		
PU 5				0.812		
PU 6				0.820		
S 1					0.928	
S 2					0.939	
S 3					0.941	
S 4					0.923	
T 1						0.813
T 2						0.846
T 3						0.893
T 4						0.815

T 5						0.811
T 6						0.828
T 7						0.760

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7, seluruh variabel menunjukkan nilai loading factor yang lebih besar dari 0,6. Sehingga masing-masing variabel telah memenuhi syarat untuk validitas konvergen. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan yang cukup kuat antara indikator-indikator yang diuji dengan konstruk yang diukur, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur konsep yang dimaksud secara akurat. Validitas konvergen yang terpenuhi ini menjadi bukti bahwa setiap indikator tidak hanya relevan tetapi juga konsisten dalam merepresentasikan konstruk yang dituju. Dengan terpenuhinya syarat ini, variabel-variabel yang diuji dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah uji validitas yang digunakan untuk memastikan jika setiap konsep konstruk atau variabel laten itu berbeda dengan variabel lainnya. *Discriminant Validity* yang baik jika nilai cross loading indicator pada variabelnya lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Berikut hasil output nilai *cross loading* diantaranya :

Tabel 4. 9 Nilai Cross Loading

Variabel	ASU	BITU	PEOU	PU	PS	PT	Ket
ASU 1	0.855	0.749	0.601	0.587	0.615	0.606	Valid
ASU 2	0.841	0.614	0.427	0.388	0.556	0.594	Valid
ASU 3	0.777	0.540	0.312	0.334	0.479	0.452	Valid
ASU 4	0.856	0.733	0.543	0.541	0.610	0.691	Valid
ASU 5	0.835	0.680	0.418	0.415	0.581	0.607	Valid

BITU 1	0.748	0.915	0.640	0.633	0.677	0.677	Valid
BITU 2	0.746	0.931	0.623	0.615	0.717	0.717	Valid
BITU 3	0.725	0.903	0.556	0.531	0.670	0.664	Valid
BITU 4	0.721	0.935	0.593	0.587	0.690	0.674	Valid
BITU 5	0.732	0.884	0.546	0.581	0.645	0.660	Valid
PEOU 1	0.451	0.528	0.810	0.569	0.463	0.466	Valid
PEOU 2	0.442	0.452	0.765	0.547	0.437	0.450	Valid
PEOU 3	0.464	0.551	0.852	0.642	0.459	0.541	Valid
PEOU 4	0.440	0.525	0.785	0.559	0.417	0.460	Valid
PEOU 5	0.491	0.573	0.818	0.582	0.487	0.582	Valid
PEOU 6	0.436	0.495	0.802	0.647	0.388	0.423	Valid
PU 1	0.431	0.530	0.604	0.815	0.438	0.490	Valid
PU 2	0.477	0.591	0.677	0.876	0.500	0.521	Valid
PU 3	0.534	0.595	0.648	0.875	0.541	0.580	Valid
PU 4	0.475	0.546	0.620	0.864	0.486	0.524	Valid
PU 5	0.455	0.504	0.584	0.812	0.504	0.527	Valid
PU 6	0.430	0.495	0.580	0.820	0.382	0.444	Valid
PS 1	0.643	0.697	0.535	0.502	0.928	0.753	Valid
PS 2	0.665	0.690	0.527	0.564	0.939	0.753	Valid
PS 3	0.639	0.710	0.495	0.529	0.941	0.720	Valid
PS 4	0.613	0.680	0.490	0.511	0.923	0.675	Valid
PT 1	0.565	0.610	0.530	0.543	0.580	0.813	Valid
PT 2	0.580	0.605	0.528	0.532	0.588	0.846	Valid
PT 3	0.587	0.620	0.486	0.467	0.637	0.893	Valid
PT 4	0.633	0.642	0.454	0.535	0.707	0.815	Valid
PT 5	0.551	0.543	0.404	0.429	0.669	0.811	Valid
PT 6	0.594	0.643	0.635	0.566	0.674	0.828	Valid
PT 7	0.609	0.613	0.448	0.436	0.626	0.760	Valid

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 angka yang bercetak tebal menunjukkan bahwa nilai cross loading tertinggi pada variabel yang diwakilinya jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lain. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria diskriminan validity yang baik, yang berarti bahwa setiap indikator dapat membedakan variabel yang diukur dari variabel lainnya secara jelas dan konsisten. Hal ini memberikan

dukungan kuat terhadap validitas instrumen penelitian dalam menyusun dan mengukur variabel masing-masing.

3. AVE

Menurut Hair et al., (2018) nilai AVE yang diharapkan adalah minimal 0,5. Jika nilai AVE >0,5 maka *Discriminant Validity* tercapai. Berikut hasil output nilai AVE diantaranya :

Tabel 4. 10 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
PU	0.713
PEOU	0.649
PT	0.680
PS	0.870
BITU	0.835
ASU	0.694

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan data dalam tabel 4.10 terlihat bahwa variabel PU memiliki nilai sebesar 0,713. Variabel PEOU memiliki nilai sebesar 0,649. Variabel T memiliki nilai sebesar 0,680. Variabel S memiliki nilai sebesar 0,870. Variabel BITU memiliki nilai sebesar 0,835, dan variabel ASU memiliki nilai sebesar 0,649. Seluruh variabel tersebut telah memiliki nilai AVE yang lebih besar dari 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria validitas.

4. *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability*

Menurut Hair et al., (2014) Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 namun 0,6 masih dapat diterima. Dan jika nilai

lebih 0,8 maka reabilitas dinilai baik. Berikut adalah hasil Nilai *Composite Reliability & Cronbachs Alpha* :

Tabel 4. 11 Nilai Composite Reliability & Cronbachs Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
ASU	0.890	0.899	0.919	Reliabel
BITU	0.950	0.951	0.962	Reliabel
PEOU	0.892	0.894	0.917	Reliabel
PU	0.919	0.922	0.937	Reliabel
PS	0.950	0.951	0.964	Reliabel
PT	0.921	0.922	0.937	Reliabel

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11 analisis reliabilitas yang dilakukan terhadap data penelitian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability* semua variabel melebihi 0,7 mengindikasikan bahwa pengukuran yang dilakukan terhadap variabel-variabel tersebut konsisten dan dapat diandalkan. Dengan demikian, data yang diperoleh dari penelitian ini dapat dipercaya sebagai representasi yang akurat dari konstruk yang diukur.

2. Inner Model

Adapun pengukuran inner model adalah sebagai berikut :

1. *R-Square*

Menurut Chin (1998) nilai interpretasi *R-Square* adalah 0,19 (pengaruh rendah), 0,33 (pengaruh moderat), dan 0,66 (pengaruh tinggi)

Tabel 4. 12 Nilai R-square

	R-square	R-square adjusted
ASU	0.647	0.645
BITU	0.675	0.669
PEOU	0.369	0.366
PU	0.539	0.537
PT	0.606	0.604

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 4.12 nilai *R-square* untuk variabel ASU adalah sebesar 0,647 yang berarti pengaruh moderat. Maka menunjukkan bahwa 64,7% variasi dalam variabel ASU dapat dijelaskan oleh variabel BITU. Sisanya, yaitu 35,3 % kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selanjutnya nilai *R-square* untuk variabel BITU adalah sebesar 0,675 yang berarti pengaruh tinggi. Maka sebesar 67,5% variasi dalam variabel BITU dapat dijelaskan oleh variabel PU, PEOU, T dan S . Sisanya, yaitu 32,5% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Kemudian nilai *R-square* untuk variabel PEOU adalah sebesar 0,369 yang artinya pengaruh moderat. Maka menunjukkan bahwa 36,9% variasi dalam variable PEOU dapat dijelaskan oleh variabel T. Sisanya, yaitu 63,1 % kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selanjutnya nilai *R-square* untuk variabel PU adalah sebesar 0,539 yang berarti pengaruh moderat. Maka sebesar 53,9% variasi dalam variabel PU dapat dijelaskan oleh variabel PEOU. Sisanya, yaitu 46,1 % kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Terakhir nilai *R-square* untuk variabel T adalah sebesar 0,606 yang berarti pengaruh moderat. Maka menunjukkan bahwa 60,6% variasi dalam variabel T

dapat dijelaskan oleh variabel S. Sisanya, yaitu 39,4% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa variasi pada setiap variabel dalam penelitian ini sebagian besar dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen terkait, meskipun masih terdapat kontribusi dari faktor lain di luar penelitian.

2. *F-Square*

Nilai *F-Square* 0,02 (kecil), 0,15 sedang dan 0,35 (besar) . Berikut adalah hasil data *f-square* :

Tabel 4. 13 Nilai F-Square

	ASU	BITU	PEOU	PU	PS	PT
ASU						
BITU	1.832					
PEOU		0.043		1.172		
PU		0.029				
PS		0.145				1.536
PT		0.074	0.585			

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan table 4.13 diperoleh bahwa pengaruh BITU terhadap ASU sebesar 1,832 (besar). Pengaruh PEOU terhadap BITU 0,043 (kecil). Pengaruh PU terhadap BITU 0,029 (kecil), Pengaruh S terhadap BITU 0,145 (sedang). Pengaruh T terhadap BITU 0,074 (kecil). Pengaruh T terhadap PEOU 0,585 (besar). Pengaruh PEOU terhadap PU 1,172 (besar). Pengaruh S terhadap T 1,536 (besar).

3. *Goodness Of Fit (Gof)*.

GoF dihitung dengan cara refektif Yaitu akar perkalian antara AVE dengan rerata R-Square. Berikut adalah output nilai AVE dan R-Square:

Tabel 4. 14 Nilai AVE dan R-Square

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	R-Square
PU	0.713	0.539
PEOU	0.649	0.369
T	0.680	0.606
S	0.870	
BITU	0.835	0.675
ASU	0.694	0.647
	0.733	0,567

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Dengan demikian rumus GoF ditulis seagai berikut:

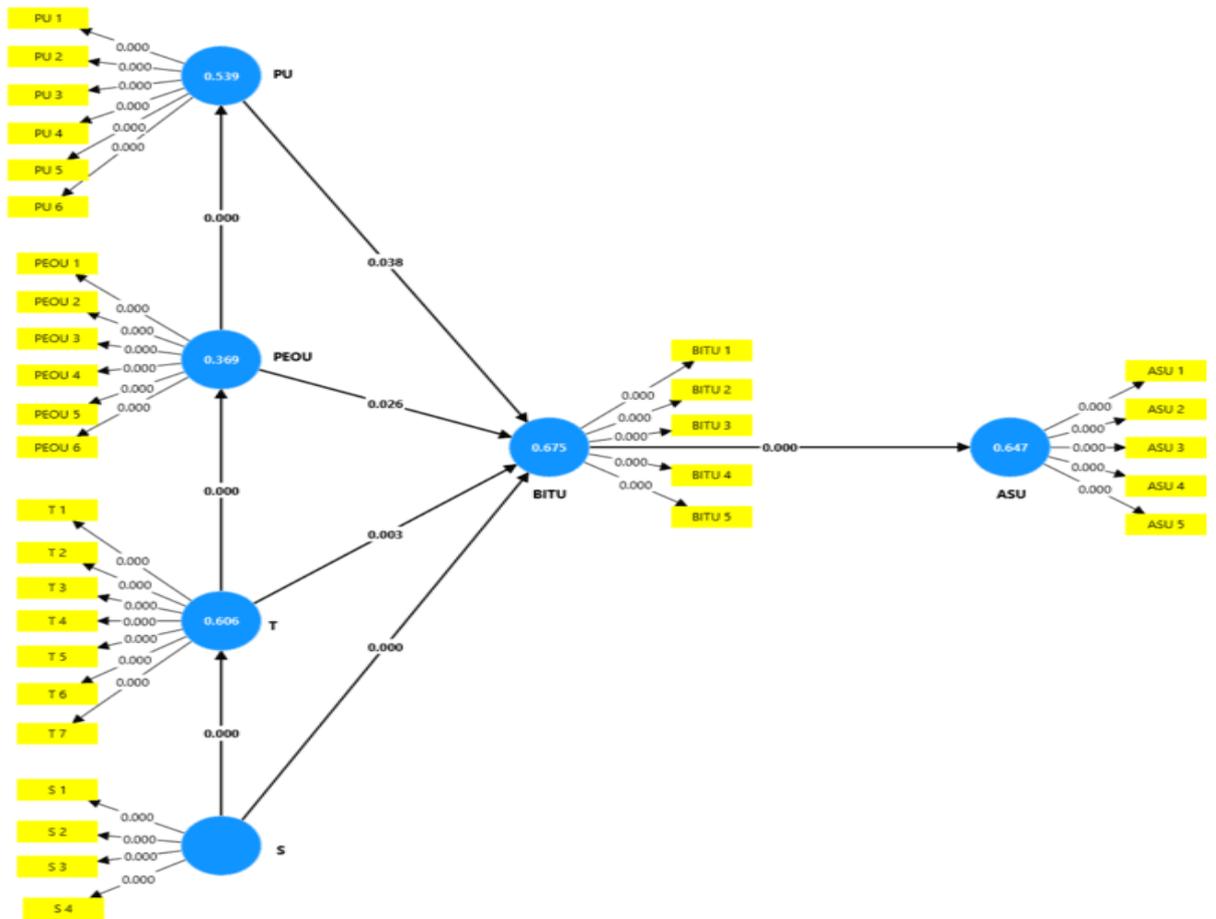
$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\ &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\ &= \sqrt{0,733 \times 0,567} \\ &= 0,644 \end{aligned}$$

Menurut Wetzels et al., (2009) Interpretasi nilai Gof ini adalah 0,1 (rendah), 0,25 (medium) dan 0,36 (tinggi). Dari perhitungan diatas diperoleh nilai Gof sebesar 0,644 yang artinya tingkat kelayakan model dalam penelitian ini adalah 64,4% mempunyai tingkat kelayakan yang tinggi.

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilihat dari uji T-test dengan menggunakan metode bootstraping. Berikut adalah hasil bootstraping:

Gambar 4. 57 Hasil Boostraping



Sumber : Output SmartPLS, 2025

Tabel 4. 15 Nilai Path Coeffisien

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket
PEOU -> PU	0.735	0.733	0.061	11.974	0.000	H1 Diterima
T -> PEOU	0.607	0.612	0.046	13.118	0.000	H2 Diterima
S -> T	0.778	0.779	0.032	24.560	0.000	H3 Diterima
PU -> BITU	0.151	0.159	0.073	2.076	0.038	H4 Diterima
PEOU -> BITU	0.183	0.178	0.082	2.233	0.026	H5 Diterima
T -> BITU	0.266	0.267	0.089	2.998	0.003	H6 Diterima
S -> BITU	0.352	0.345	0.086	4.090	0.000	H7 Diterima
BITU -> ASU	0.804	0.804	0.033	24.064	0.000	H8 Diterima

Sumber : Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh penjabaran sebagai berikut :

1. H1 = Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

Hasil pengujian H1 menunjukkan bahwa t-statistik ($11.947 > 1,96$) dengan p-values ($0.000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) memiliki dampak terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Sehingga H1 diterima.

2. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Hasil pengujian H2 menunjukkan bahwa t-statistik ($13.118 > 1,96$) dengan p-values ($0.000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) memiliki dampak terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*). Sehingga H2 diterima.

3. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*)

Hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa t-statistik ($24.560 > 1,96$) dengan p-values ($0.000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) memiliki dampak terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*). Sehingga H3 diterima.

4. Pengaruh persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Hasil pengujian H4 menunjukkan bahwa t-statistik ($2,076 > 1,96$) dengan p-values ($0.038 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) memiliki dampak terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Sehingga H4 diterima.

5. Pengaruh persepsi kemudahaan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Hasil pengujian H5 menunjukkan bahwa t-statistik ($2,233 > 1,96$) dengan p-values ($0.026 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa kemudahaan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) memiliki dampak

terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*).
Sehingga H5 diterima.

6. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Hasil pengujian H6 menunjukkan bahwa t-statistik ($2,998 > 1,96$) dengan p-values ($0.003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) memiliki dampak terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Sehingga H6 diterima.

7. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Hasil pengujian H7 menunjukkan bahwa t-statistik ($4,090 > 1,96$) dengan p-values ($0.000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) memiliki dampak terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Sehingga H7 diterima.

8. Pengaruh niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*)

Hasil pengujian H8 menunjukkan bahwa t-statistik ($24,064 > 1,96$) dengan p-values ($0.000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) memiliki dampak terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*). Sehingga H8 diterima.

4.2 Pembahasan hasil penelitian

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dalam konteks penggunaan e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang . Ketika pengguna merasa bahwa e-wallet mudah untuk digunakan, mereka cenderung melihat lebih banyak manfaat dari penggunaannya, seperti efisiensi, kenyamanan, dan kemudahan akses dalam berbagai transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Afriani & Hayati (2022) yang hasilnya bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) mempengaruhi persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan aplikasi dompet digital di Jakarta. Selain itu, juga didukung oleh penelitian Pratama & Rakhmadani (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) dengan Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) secara signifikan dalam penggunaan aplikasi LinkAja. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Awal et al., (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahaan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi manfaat pada masyarakat di Bangladesh.

2. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*). Kepercayaan pengguna terhadap e-wallet merupakan faktor kunci dalam membangun persepsi kemudahan penggunaan pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang . Ketika pengguna merasa yakin bahwa e-wallet aman, andal, dan dapat dipercaya, mereka cenderung lebih mudah memahami cara penggunaannya dan merasa lebih nyaman dalam mengoperasikannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfaidzi et al. (2023) yang menghasilkan terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) di Purwakarta. Selain itu juga penelitian Nugroho & Pramudita (2023) juga menyatakan bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) pada penggunaan *E-wallet* di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanchez et al., (2018) yang menghasilkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan

3. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*). Persepsi keamanan memainkan peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan pengguna e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang. Ketika pengguna merasa bahwa e-wallet aman dalam melindungi data pribadi dan transaksi mereka, kepercayaan terhadap layanan tersebut akan meningkat juga. Temuan ini juga menggarisbawahi pentingnya pengembang e-wallet untuk terus meningkatkan keamanan sistem dan perlindungan dari ancaman siber.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Ranpariya & Joshi (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap kepercayaan (*Perceived Trust*) pada penggunaan *e-wallet* di India. Serta penelitian Djaenudin & Prastowo (2024) juga menemukan persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) pada pengguna *E-wallet* Dana di Indonesia. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mujiyana et al., (2022) yang menemukan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penggunaan e-wallet pada generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek

4. Pengaruh persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) menjadi faktor dalam mendorong niat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) e-wallet pada Gen Z di Kota Malang. Ketika pengguna merasakan manfaat yang nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan aksesibilitas yang lebih baik, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakan e-wallet secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penyedia layanan e-wallet perlu terus mengedepankan manfaat nyata yang ditawarkan untuk meningkatkan intensi pengguna dalam memanfaatkan teknologi ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Farmania & Elsyah (2022) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada penggunaan *e-wallet* di Indoensia. Serta didukung penelitian oleh Singh & Ghatak (2021) mengatakan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) dipengaruhi oleh Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) pada adopsi *E-wallet* masyarakat India. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian Halim et al.,(2022) yang menemukan

bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan e-wallet di Malaysia.

5. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki kontribusi penting dalam membentuk niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) e-wallet. Ketika pengguna merasa bahwa e-wallet mudah dipahami dan dioperasikan tanpa hambatan, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya secara aktif. Oleh karena itu, pengembang layanan e-wallet perlu terus meningkatkan antarmuka yang ramah pengguna dan pengalaman penggunaan yang sederhana untuk menarik lebih banyak pengguna potensial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan et al. (2023) yang menghasilkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh positif dan substansial terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Serta penelitian Hasan et al. (2023) juga menghasilkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) juga berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada masyarakat di India. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan

penelitian Handayani & Prahatiwi, (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif terhadap niat menggunakan e-wallet di Surakarta.

6. Pengaruh persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) memiliki pengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) e-wallet pada Gen Z di Kota Malang. Ketika pengguna merasa yakin bahwa e-wallet aman, andal, dan dapat dipercaya, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya dalam berbagai aktivitas transaksi. Oleh karena itu, pengembang e-wallet perlu terus memperkuat kepercayaan pengguna melalui peningkatan keamanan, transparansi, dan pelayanan yang andal untuk mendorong intensi pengguna dalam memanfaatkan teknologi ini secara berkelanjutan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alasamman et al. (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) dengan niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) dompet digital pada masyarakat di Irak. Serta penelitian Purnamawati et al. (2023) Menemukan bahwa Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) E-wallet untuk

transportasi Oline di Bali. Tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Halim et al., 2022) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan e-wallet di Malaysia.

7. Pengaruh persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*). Persepsi keamanan (*Perceived Security*) merupakan faktor dalam mendorong niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang. Ketika pengguna merasa yakin bahwa e-wallet mampu melindungi data pribadi dan transaksi mereka dari potensi risiko, keinginan untuk menggunakannya akan meningkat. Oleh karena itu, penyedia layanan e-wallet perlu terus berfokus pada penguatan sistem keamanan, seperti penerapan enkripsi data tingkat tinggi dan fitur autentikasi ganda, untuk meningkatkan kepercayaan dan niat penggunaan e-wallet oleh pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harishanthan & Neruja (2022) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada penggunaan *e-wallet* di Sri Lanka. Serta penelitian yang dilakukan oleh Hasan et al. (2023) menemukan adanya pengaruh positif antara persepsi keamanan (*Perceived*

Security) dengan niat perilaku menggunakan menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) pada pengguna *e-wallet* di India. Tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Phan & Le-Hoang, (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh negatif terhadap niat menggunakan *e-wallet* di Vietnam.

8. Pengaruh niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*)

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*). Hasil ini menegaskan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) memiliki pengaruh terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*) *e-wallet* pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang. Ketika pengguna memiliki niat yang kuat untuk memanfaatkan *e-wallet*, mereka cenderung merealisasikan niat tersebut melalui penggunaan yang nyata dalam aktivitas sehari-hari. Artinya niat adalah prediktor utama dari perilaku aktual dalam adopsi teknologi. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan niat pengguna, seperti melalui kampanye edukasi, promosi manfaat, dan penyediaan fitur yang relevan, dapat berdampak langsung pada peningkatan penggunaan *e-wallet* secara nyata di kalangan pengguna

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh & Ghatak (2021) menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara

niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) terhadap penggunaan aktual (*Actual System Use*) *e-wallet* masyarakat di India. Serta didukung oleh penelitian Erwinsyah et al. (2023) juga menemukan bahwa niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*) pada *e-wallet* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kustono et al., (2020) yang mengatakan bahwa adanya pengaruh negatif antara niat menggunakan terhadap penggunaan sesungguhnya pengguna *e-wallet* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis keberterimaan teknologi pembayaran digital dengan e-wallet pada Gen Z di Kota Malang Menggunakan *Technologi Acceptance Model* maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
2. Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
3. Persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
4. Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
5. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.

6. Persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
7. Persepsi keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.
8. Niat perilaku menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh terhadap penggunaan sesungguhnya (*Actual System Use*) e-wallet pada mahasiswa Gen Z di Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup penelitian dengan menambah variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti seperti pengaruh fitur loyalty program atau promosi cashback terhadap intensi penggunaan e-wallet, untuk memberikan wawasan yang lebih luas. Selain itu, disarankan pula untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif atau mixed methods, guna memperkaya hasil dan perspektif. Penelitian lebih lanjut juga dapat dilakukan pada objek atau wilayah yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih generalisasi atau spesifik sesuai kebutuhan.

2. Bagi Penyedia Layanan E-Wallet

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada penyedia layanan e-wallet untuk terus mengembangkan serta menjaga kualitas fitur yang tersedia. Hal ini bertujuan agar pengguna tetap merasakan kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan keamanan dalam menggunakan e-wallet, sehingga dapat meningkatkan minat dan loyalitas pengguna. Dengan meningkatnya minat, penggunaan aktual atau nyata e-wallet juga diharapkan akan bertambah secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, A. L., & Hayati, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Melalui Technology Acceptance Model (TAM). *Komunikasi Masyarakat Dan Keamanan*, 4(2). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v4i2.1843>
- Alasamman, T. A., Alshaher, A. A., & Alasamman, A. T. A. (2022). An Investigation The Factors Affecting Towards Adoption Of Digital Wallets In Iraq. *Studies In Computational Intelengece Digital Economy, Bussines Analytics, And Big Data Analitycs Applications*. https://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-05258-3_20
- APJII. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 21 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arpachi, I., Cetin, Y. Y., & Turetken, O. (2015). The Impact Of Perceived Security On Organizational Adoption Of Smartphones. *Cybersychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10). <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0243>
- Awal, Md. R., Arzin, T. A., Islam, Md. M., & Hasan, Md. T. (2024). Understanding railway passenger's E-ticketing usage intention in an emerging economic context : applicaion of an extended technology acceptance model . *Arab Gulf Journal Of Scientific Research* , 42(3). <https://doi.org/10.1108/AGJSR-12-2022-0294>
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling* (G. A. Marcoulides, Ed.). Lawrence Erlbaum Associates. https://www.researchgate.net/publication/311766005_The_Partial_Least_Squares_Approach_to_Structural_Equation_Modeling
- Databoks. (2023, July 25). *Survei Pengguna Dompot Digital : Gopay dan Ovo Bersaing Ketat*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6dbd888ba54ceb6/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>
- Databooks. (2024, July 30). *Pelajar Jadi Korban Serangan Digital RI Terbanyak Pada Awal 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/index.php/teknologi-telekomunikasi/statistik/66a88eacbaeab/pelajar-jadi-korban-serangan-digital-ri-terbanyak-pada-awal-2024>

- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model For Empirical Testing New End-User Informations Systems*. Massachusetts Institute Of Technology. <http://hdl.handle.net/1721.1/15192>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Acceptance Of Information Technology. *MIS Quartely*, 13(3). <http://dx.doi.org/10.2307/249008>
- Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet sebagai Inovasi Transaksi Digital : Literatur Review. *Global and Multidisciplinary*, 2(6).
- Djaenudin, E. M., & Prastowo, S. L. (2024). The Influence Of Digital Platfrom Quality And Security On Decision And Satisfaction Through Trust In The Dana Digital Wallet. *International Journal Of Bussines, Law, and Education*, 5(2). <http://dx.doi.org/10.56442/ijble.v5i2.860>
- Ernanto, B. (2024). *Keterbatasan Infrastruktur Dinilai Jadi Tantangan Pengembangan Transaksi QRIS*. Media Indonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/687424/keterbatasan-infrastruktur-dinilai-jadi-tantangan-pengembangan-transaksi-qr>
- Erwinsyah, Ningsih, K. E., Syahrudin, S., & Anjelita, K. (2023). Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan Dan Presepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Teknologi Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23(1). <http://dx.doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1337>
- Farmania, A., & Elsyah, R. D. (2022). The Phenomenon Of E-Wallet Usage In Indonesia Based On The Theory Of Technology Acceptance Model. *Procedings Of The 5 European International Cenferece On The Industrial Engineering AndOperations Management Rome,Italy*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ieomsociety.org/proceedings/2022rome/105.pdf>
- Habibi, C., & Fauzan, M. (2023). Analisis Perilaku Penggunaan E-Wallet OVO Taerhadap Prespektive Pelajar Tingkat Sekolah Mnengah Atas Di Lembang Meggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Nuansa Informatika*, 17(1). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Hair, J. F. JR., Black, W. C., Babin, B. J., & Andreson Roleph E. (2010). *Multivariate Data Analys* (Seventh Edition).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When To Use And How To Report The Result Of PLS-SEM. *European Bussines Review*, 2(3).

- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2).
- Halim, N.-A. A., Zadeh, A. V., Hanifa, H., Teoh, A. P., & Nawaser, K. (2022). Understanding The Determinants Of E-Wallet Continuance Usage Intention In Malaysia. *Qualy & Quantity*, 56. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Handayani, N., & Prahatiwi, L. I. (2024). Analisis Penerimaan Teknologi E-Wallet Gopay Dengan Technology Acceptance Model (TAM). *Indonesian Journal on Information System*, 9(1). <https://doi.org/10.36549/ijis.v9i1.303>
- Handayani, S. W., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2023). Behavioral Intention To Use Flip.id Oleh Perceived Ease Of Use Melalui Attitude Towards Using. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* , 1(5).
- Harishanthan, S., & Neruja, S. (2022). Factors Influence On Usage Of E-Wallets Among Millenials In The Sri Lankan. *Asian Journal Of Marketing Management (AAJM)*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.31357/ajmm.v2i01.6253>
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial Dalam menghadapi Covid-19. *Bussines Innovation & Entrepreneurship* , 3(1). <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.202>
- Hasan, A., Yadav Archana, Sharma, S., Singal, A., Gupta, D., Raghuwansi, S., Khare, V. K., & Verma, P. (2023). Faktors Influencing Behavioral Intention To Embrace Sustainable Mobile Payment Based On Indian User Prespektive. *Journal Of Law And Sustainable Development*, 11(4).
- Hibur, G. N., Fanggidae, R. P. C., Kurniawati, M., & Benu, Y. R. (2022). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Facebook (Studi Pada Generasi Milenial Di Kota Kupang. *Ekonomi & Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.35508/glory.v3i3.9559>
- Hidayati, N., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Merchant Di Lombok Epicentrum Mall. *Jurnal Ganec Swara* , 18(1).
- Hulukati, & Djibran, Moh. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Ing, A. Y. I., Keong, W. T., & Yuh, L. P. (2021). Intention To Use E-Wallet Among The University Studets Klang Valley. *International Journal Of Bussines And Economy*, 3(1). <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec/article/view/12747>

- Ja'man. (2020). Penerapan Teori Technology Acceptance Model Dalam Perilaku Pengguna Teknologi Internet (Studi Perilaku Dalam Menerima Teknologi Internet. *Manajemen Perbankan Keuangan*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.56858/jmpkn.v3i2.32>
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factor Influencing The Use Of E-Wallet As a Payment Method Among Malaysian Young Adults. *Journal International Bussines And Management* , 3(2). <http://dx.doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). Cunsumer's Intention To Use e-money In Indonesia Based On Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal Of Sustainable Agriculture*, 8(12). https://www.academia.edu/92047674/Consumers_intention_to_use_e_money_in_Indonesia_based_on_Unified_Theory_of_Acceptance_and_Use_of_Technology_UTAUT_
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal Of Economics, Bussines, and Accountancy Ventura*, 23(1). <http://dx.doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Lim, T. K., Xin, L. Z., & Mei, K. Y. (2021). Factor Influencing Consumer's Intention To Use E-Wallts. *Asian Journal Of Research In Bussines And Management*, 3(2). <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajrbm/article/view/14552>
- Linck, K., Pousttchi, K., & Wiedemann, D. G. (2006). Security Issues In Mobile Paymnet From The Customer Viewpoint. *Munich Persinal RaPEc Archive*. https://www.researchgate.net/publication/221409578_Security_issues_in_mobile_payment_from_the_customer_viewpoint
- Marginingsih, R. (2021). Finansial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional Di Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1). <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1995). An Integrartive Model Of Organizational Trust . *The Academy Of Management Review*, 20(3). <https://doi.org/10.2307/258792>
- Mujiyana, Damerianta, S., Mukodim, D., Harmadi, A., & Indriyani. (2022). The Influence of perceptions of usefulness, user ease, and security on interest in using fund e-wallet with e-trust as intervening variable. *Sosial Science Journal*, 34(708–717). <http://dx.doi.org/10.47577/tssj.v34i1.7132>
- Muslim, A. (2024, February 15). *Pengguna Smartphone RI Diprediksi 194 Juta*. Investor.ID. <https://investor.id/business/353856/pengguna-smartphone-ri-diprediksi-194-juta>

- Nainggolan, N. T., Lie, D., Nanggiolan, L. E., Inrawan, A., & Lidia, J. (2023). Dominant Factors Behavioral Intention Of The Generation Millennials Using E-Wallets. *Journal Of Humanities And Social Studies*, 07(01). <https://doi.org/10.33751/jhss.v7i1.7148>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis (untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Andi.
- Nugroho, A. P., & Pramudita, K. (2023). Determinan Penggunaan E-Wallet di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta. *Asian Journal Of Innovation and Entrepreneurship*, 7(2). <file:///C:/Users/Salmanikhla/Downloads/31564-Article%20Text-93283-102599-10-20231201.pdf>
- Nurfaidzi, F., Kaniawulan, I., & Singasatia, D. (2023). Analisis Penerimaan Fitur Shoope Paylater Pada Aplikasi Shopee menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Informatika Teknologi Dan Sains*, 5(4). <http://dx.doi.org/10.51401/jinteks.v5i4.3262>
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Presepsi Risiko, Presepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja. *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(02). <http://dx.doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Paramhita, N. M. A. M., & Mahayuni, L. P. (2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(5). <http://dx.doi.org/10.24843/EEB.2022.v11i1.i05.p07>
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2020). Perceived Usage Of E-Wallet Among The Y Generation In Suarabaya Based On Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1). <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Phan, T. N., & Le-Hoang, P. V. (2020). Factors Affecting The Behavioral Intention And Behavior Of Using E-Wallets Of Youth In Vietnam. *Journal Of Asian Finance, Economics And Bussines*, 7(10). <http://dx.doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.295>
- Phonthanukitithaworn, C., Selitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). A Comparative Study Of Curret And Potential Users Of Mobile Payment Service. *Sage Journals*, 1(14). <https://doi.org/10.1177/2158244016675397>
- Prameswari, A., Hsb, D. N., Bayani, L. N., & Nurbati. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2). <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdfs.semanticscholar.org/ec7e/85445e3ee4a547053bad7d0f80b4aec13ee9.pdf>

- Pratama, A. F., & Purnomo, D. (2023). Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial dan Generasi Z . *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(2). <http://dx.doi.org/10.36985/ekuilmn.v5i2.734>
- Pratama, H. S. P., & Rakhmadani, D. P. (2022). Penerapan ,Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja. *Riset Komputer*, 9(2). <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i2.3940>
- Purnamawati, I. G. A., Yiniarta, G. A., & Herliyani, E. (2023). Dimensions Of Interest In Using E- Wallets In Online Transportasion Sevice. *International Journal Of Bussines Studies*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.9744/petraijbs.6.1.70-79>
- Rabbni, M., Wijaya, J. D., Kusuma, R. S., Purba, W. B. P., & Tajib, R. M. (2023). Digital Payment In Indonesia : Understanding The Effect Of Application Security On User Trust. *Indonesian Journal Of Computer Science*, 12(5).
- Rachmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intetion To Use E-Learning : Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Riset & Jurnal Akuntansi*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Service and E-Shopping : Decisions A Study On Malaysian E-Consumer. *Wirelles Information Networks & Busines Information Sytem*. https://www.researchgate.net/publication/286456862_Web_Services_and_e-Shopping_Decisions_A_Study_on_Malaysian_e-Consumer
- Ranpariya, T., & Joshi, A. (2024). Factors Influencing Consumer Attitude And Intentions Towards Using Mobile Wallet In India - An Empirical Study. *Annals Of The Bhandarkar Oriental Research Institute*, C1(1). https://www.researchgate.net/publication/382528585_FACTORS_INFLUENCING_CONSUMER_ATTITUDE_AND_INTENTIONS_TOWARDS_USING_MOBILE_WALLET_IN_INDIA_-AN_EMPIRICAL_STUDY
- Reynaldy, B. (2024). 96% Masyarakat Indonesia Sudah Menggunakan E-Wallet. GoodStats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudah-menggunakan-e-wallet-itxIc>
- Rigopoulos, G., & Askounis, D. (2007). A TAM Framework to Evaluate User's Perception Towards Online Electronic Payemnt. *Journal Of Internet Bankig and Commerce*, 12(3). https://www.researchgate.net/publication/237406649_A_TAM_Framework_to_Evaluate_Users'_Perception_towards_Online_Electronic_Payments
- Setiawati, I., Hadiprajitno, P. Th. B., & Ardiansah, M. N. (2021). Prespektif Model TAM Dalam Adaptasi Pembelajaran Akuntansi Melalui E-Learning Selama Pandemi Covid -19. *Akuntansi Bisnis*, 19(1). chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://journal.unika.ac.id/ind
ex.php/jab/article/viewFile/3471/pdf

- Shanchez, P. P., Velicia, F. M., & Saura, J. R. (2018). Complexity in the Acceptance of Sustainable Search Engines on the Internet: An Analysis of Unobserved Heterogeneity With FIMIX-PLS. *Complexity*.
<https://doi.org/10.1155/2018/6561417>
- Simanjuntak, P. D. A., & Nurhadi. (2023). Pengaruh kemudahan, Kepercayaan, dan kebiasaan Terhadap Penggunaan E-Wallet Dana (Studi Pada mahasiswa Di UPN " Veteran " Jawa Timur ". *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4).
- Singh, S., & Ghatak, S. (2021). Investigating E-Wallet Adoption In India: Extending The TAM Model. *International Journal Of E-Business Research*, 17(3). <http://dx.doi.org/10.4018/IJEER.2021070103>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D* (Sugiyono, Ed.; 19th ed.). Alfabeta Bandung.
- Sulastri, Suwiyanti, R., & Anggreani, T. (2022). The Influence Of Promotion, Price Perception, Security and Convenience On The Decision To Use The Gojek Application In Jabodetabek. *Udicious Journal Of Management*, 3(2).
- Venktesh, V. (2000). Determinants Of Perceived Ease Of Use: Integrating Control, Intrinsic, Motivation, and Emotion Into The Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4).
<http://dx.doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>
- Wetzels, M., Schroder, G. O., & Oppen, C. Van. (2009). Using PLS Path Modeling For Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines And Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1). <http://dx.doi.org/10.2307/20650284>
- Yu, L., Cao, X., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding Mobile Payment User's Continuance Intention: A Trust Transfer Perspective. *Internet Research*, 28(2). <http://dx.doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Siti Nikhlatus Salma
Tempat,Tanggal lahir : Tulungagung, 26 Juni 2022
Alamat Asal : RT.02 RW.05 Dsn.Soko Ds.Karangsari Kec.Rejotangan
Kab.Tulungagung
Alamat Kos : Jln Petamanan 4 Kepuharjo Karangploso Malang
Telepon/Hp : 082132567973
E-mail : Salmanikhla9@gmail.com

Pendidikan Formal

2009-2015 : SDN 1 TUGU
2015-2018 : MtsN 3 Tulungagung
2018-2021 : MAN 3 Blitar
2021-2025 : Uin Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan segala hormat, saya Siti Nikhlatus Salma selaku mahasiswi jurusan Akuntansi angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam rangka penyusunan skripsi, saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner penelitian saya yang berjudul " Analisis Keberterimaan Teknologi Pembayaran Digital Dengan E-Wallet Pada Generasi Z di Kota Malang Menggunakan Technology Acceptance Model ". Demi kelancaran pada penelitian ini saya berharap kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Informasi yang diberikan oleh saudara/i hanya digunakan untuk keperluan akademis dan akan dijaga kerahasiannya oleh peneliti.

Adapun kriteria responden pada penelitian ini yaitu :

1. Mahasiswa yang berdomisili atau kos di Kota Malang yang terdapat 5 kecamatan (Blimbing, Kedungkandang, Klojen, Lowokwaru, dan Sukun).
2. Merupakan mahasiswa generasi Z yang lahir antara (1997-2012) dengan rentang usia 18-25 tahun
3. Mempunyai *e-wallet* (Gopay, Ovo, Dana, Shopepay, LinkAja) dan pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* tersebut.

Identitas Responden :

Nama	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Usia	<input type="checkbox"/> < 18 tahun <input type="checkbox"/> 18-21 tahun <input type="checkbox"/> 22-25 tahun <input type="checkbox"/> > 25 tahun
Asal Universitas	

Pendidikan	<input type="checkbox"/> S1/D1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> S3
Apakah anda memiliki dan menggunakan <i>e-wallet</i>	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Apakah anda merupakan mahasiswa gen z yang lahir antara (1997-2012)	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Domisili atau Kos	<input type="checkbox"/> Blimbing <input type="checkbox"/> Kedungkandang <input type="checkbox"/> Klojen\ <input type="checkbox"/> Lowokwaru <input type="checkbox"/> Sukun <input type="checkbox"/> Yang lainnya....

Petunjuk pengisian kuesioner :

Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi pertanyaan dengan memilih pada salah satu jawaban yang disediakan :

Sangat Tidak Setuju : 1

Tidak Setuju : 2

Ragu-Ragu : 3

Setuju : 4

Sangat Setuju : 5

Setiap pertanyaan diharapkan di isi dengan sebenar-benarnya karena tidak ada jawaban yang benar dan salah di dalam kuesioner ini. Terimakasih

Perceived usefulness

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Pekerjaan lebih cepat						
1	<i>E-wallet</i> menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih cepat dalam.					

Meningkatkan kinerja						
2	<i>E-wallet</i> membantu saya meningkatkan kinerja dalam melakukan pembayaran.					
Meningkatkan produktifitas						
3	<i>E-wallet</i> meningkatkan produktifitas saya dalam melakukan pembayaran.					
Meningkatkan Efektivitas						
4	<i>E-wallet</i> meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pembayaran.					
Mempermudah pekerjaan						
5	<i>E-wallet</i> yang saya gunakan mempermudah pekerjaan.					
Berguna/bermanfaat						
6	<i>E-wallet</i> berguna/bermanfaat bagi saya.					

Perceived ease of use

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Kemudahan untuk dipelajari						
1	<i>E-wallet</i> mudah bagi saya untuk dipelajari.					
Kemudahan untuk dikontrol						
2	<i>E-wallet</i> mudah bagi saya untuk mengontrol riwayat transaksi.					
Jelas dan mudah untuk dipahami						
3	<i>E-wallet</i> jelas dan mudah bagi saya untuk dipahami.					
Fleksibilitas						
4	<i>E-wallet</i> fleksibel sehingga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.					
Kemudahan untuk terampil						

5	<i>E-wallet</i> menjadikan saya terampil karena mudah mengoperasikan fitur-fitur di dalamnya .					
Kemudahan Penggunaan						
6	<i>E-wallet</i> mudah digunakan untuk bertransaksi.					

Perceived Trust

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Kemampuan (<i>Ability</i>)						
1	Saya yakin penyedia e-wallet mampu memberikan pelayanan yang memuaskan saat saya melakukan transaksi.					
2	Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> mampu memberikan pelayanan transaksi dengan aman dan terpercaya.					
Integritas (<i>Integrity</i>)						
3	Saya yakin penyedia e-wallet akan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka janjikan kepada saya.					
4	Saya yakin penyedia e-wallet memberikan pelayanan dengan benar tanpa kita mengawasinya.					
Kesungguhan atau ketulusan (<i>Benevolence</i>)						
5	Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> jujur dalam setiap transaksi yang ditawarkan.					
6	Saya yakin penyedia <i>e-wallet</i> berusaha memberikan yang terbaik untuk memenuhi transaksi saya.					
<i>Willingness to depend</i> (kesediaan untuk bergantung)						

7	Saya bersedia mengandalkan e-wallet untuk melakukan transaksi meskipun ada potensi risiko yang mungkin saya hadapi.					
---	---	--	--	--	--	--

Perceived Security

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Jaminan keamanan						
1	Saya merasa <i>e-wallet</i> memberikan jaminan keamanan untuk melindungi data privasi saya.					
2	Saya merasa aman menggunakan <i>e-wallet</i> karena data pribadi saya akan terlindungi.					
Kerahasiaan data						
3	Saya yakin <i>e-wallet</i> akan menjaga kerahasiaan data saya.					
4	Saya yakin data pribadi saya tetap terlindungi dan tidak dibagikan ke pihak lain.					

Behavioral intention to use

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Keinginan untuk menggunakan kembali suatu sistem di masa depan						
1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> di masa depan.					
2	Saya akan memilih <i>e-wallet</i> untuk transaksi di waktu mendatang.					
Keinginan untuk tetap menggunakan sistem secara terus menerus						
3	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> secara terus-menerus.					

4	Saya berencana menggunakan <i>e-wallet</i> dalam jangka panjang.					
Keinginan merokemendasikan kepada orang lain untuk menggunakan						
5	Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>e-wallet</i> kepada orang lain.					

Actual Sytem use

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Frekuensi Penggunaan						
1	Saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi pembayaran.					
2	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> setiap melakukan transaksi.					
Durasi peggunan						
3	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> 3-5 kali dalam seminggu.					
Kepuasan peggunaan						
4	Saya merasa puas dengan layananan yang diberikan oleh <i>e-wallet</i> .					
5	Saya menceritakan kepuasan saya menggunakan <i>e-wallet</i> kepada orang lain.					

Lampiran 3. Data Responden

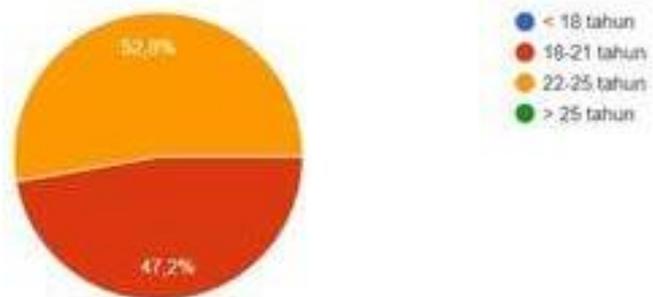
Jenis Kelamin

216 jawaban



Usia

216 jawaban



Pendidikan

216 jawaban



Asal Universitas

Univeritas	Jumlah
UIN Malang	95
UMM	54
UM	17
UB	23
UNMER	3
UNISMA	9
ITN	5
POLINEMA	3
UNITRI	1
STIE Malangkecewara	3
UT	3

Apakah anda merupakan mahasiswa generasi Z yang lahir antara (1997-2012)

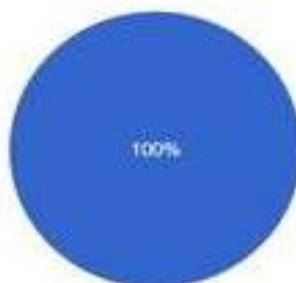
216 jawaban



● Ya
● Tidak

Apakah anda mempunyai e-wallet (Gopay, Ovo, Dana, Shopepay, LinkAja) dan pernah melakukan transaksi menggunakan e-wallet tersebut

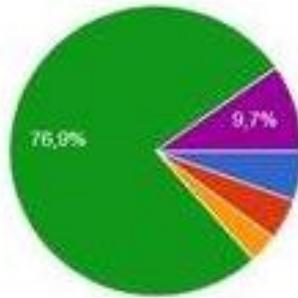
216 jawaban



● Ya
● Tidak

Domisili atau Kos

216 jawaban



Jawaban Responden

Perceived Usefulness (X1)

No.	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	PU 6
1	5	4	4	3	4	4
2	5	5	5	4	4	4
3	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	3	4
6	4	4	3	4	4	4
7	5	4	4	4	3	3
8	4	4	4	3	4	4
9	5	5	5	4	4	4
10	4	4	4	3	4	3
11	5	5	5	4	4	4
12	4	4	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4
14	5	5	4	4	3	4
15	5	5	5	4	4	4
16	5	5	5	4	4	4
17	5	4	4	3	4	4
18	5	5	5	4	4	4
19	4	4	4	3	3	3
20	5	5	5	4	3	4
21	4	4	4	4	4	4
22	5	3	2	2	3	2

23	4	5	5	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4
25	4	4	3	5	4	5
26	4	5	5	5	4	5
27	5	3	2	5	2	5
28	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	4	5
30	3	4	4	4	4	4
31	4	4	3	4	4	4
32	4	5	4	4	3	4
33	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	5	5	5
36	5	5	5	5	5	4
37	4	4	4	4	4	5
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5
43	5	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5
46	1	1	1	1	1	1
47	3	3	3	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	4	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	5	4
52	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5
54	5	4	5	5	4	4
55	5	5	5	4	4	4
56	5	5	5	5	5	4
57	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	3	3	4
59	5	5	4	5	5	5
60	4	5	4	4	4	4
61	5	5	4	5	5	5
62	3	4	3	3	4	4
63	4	5	5	5	5	5
64	4	4	3	4	5	4
65	5	5	5	5	5	5

66	4	4	4	4	5	4
67	5	5	5	5	5	5
68	3	4	4	4	4	4
69	4	5	4	4	5	5
70	4	4	3	5	5	5
71	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5
73	4	5	4	5	4	5
74	4	4	4	4	5	4
75	3	2	3	4	4	5
76	5	5	5	5	5	4
77	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4
79	4	3	3	3	4	4
80	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	4	5
82	5	5	5	5	5	5
83	2	4	3	3	4	5
84	5	5	4	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5
86	3	3	3	3	3	3
87	5	5	5	5	5	5
88	4	4	5	5	4	4
89	4	4	4	4	4	5
90	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4
92	4	4	3	3	3	4
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	3	3	3	3	3	3
96	5	4	4	5	5	5
97	4	3	5	4	5	4
98	4	5	4	5	4	5
99	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	2	2	2
101	5	5	5	5	5	5
102	4	4	4	4	4	4
103	4	3	3	3	3	3
104	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	4	5
106	5	5	5	5	4	5
107	4	5	4	5	4	4
108	5	5	5	5	5	5

109	4	4	4	5	4	5
110	5	5	5	5	5	5
111	3	3	3	3	3	3
112	5	5	5	4	5	5
113	5	5	5	5	5	5
114	4	4	5	4	5	5
115	5	4	3	3	3	3
116	5	5	5	5	4	5
117	5	5	5	5	5	5
118	5	5	5	5	5	3
119	4	4	5	4	4	4
120	4	5	4	5	5	5
121	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4
123	4	5	4	4	4	4
124	5	5	3	5	3	5
125	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5
128	5	5	4	4	5	5
129	4	5	4	4	4	5
130	5	5	5	4	4	4
131	3	3	3	3	3	3
132	5	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5	5
135	5	4	4	4	5	5
136	4	5	4	5	5	5
137	5	5	5	5	5	5
138	4	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	5
140	4	5	4	4	4	5
141	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	5
144	4	4	4	4	5	5
145	5	5	5	5	5	5
146	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5
148	4	3	4	5	3	3
149	3	3	3	3	3	3
150	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5

152	4	4	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5
155	4	5	4	5	5	5
156	4	4	5	4	4	5
157	5	5	5	5	5	5
158	5	5	5	5	5	5
159	4	5	4	3	5	5
160	5	5	4	4	3	4
161	2	2	2	2	2	1
162	4	4	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	5
164	3	4	4	4	3	4
165	5	5	5	5	5	5
166	5	5	5	5	5	5
167	3	4	4	4	3	4
168	5	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5	5
170	5	4	4	4	4	5
171	5	5	5	5	5	4
172	4	4	4	5	4	4
173	4	5	4	2	5	4
174	4	4	4	4	4	4
175	5	5	5	5	5	5
176	4	5	4	4	4	5
177	4	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	5	4
179	4	4	4	4	4	4
180	5	5	5	5	5	4
181	4	4	4	4	3	4
182	4	5	5	5	4	5
183	5	5	5	5	5	5
184	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5
187	4	4	4	4	5	5
188	4	4	5	4	5	4
189	4	4	4	4	4	4
190	5	4	4	4	4	4
191	4	4	4	4	4	4
192	5	4	5	5	5	5
193	4	4	4	4	4	5
194	5	5	5	5	5	5

195	4	4	4	4	4	4
196	5	5	5	5	5	5
197	5	4	5	4	5	5
198	4	3	4	3	5	3
199	4	3	3	3	3	3
200	4	4	4	4	5	5
201	5	5	5	5	4	5
202	5	5	5	5	5	5
203	5	5	4	4	4	5
204	4	4	5	4	4	4
205	5	5	5	5	5	5
206	4	4	4	5	5	4
207	4	4	4	4	5	5
208	5	5	5	5	5	4
209	4	4	5	5	5	4
210	4	4	4	4	4	4
211	5	5	5	5	5	5
212	5	5	5	5	4	5
213	4	4	4	4	4	4
214	5	5	5	5	5	5
215	4	4	4	4	4	4
216	5	5	5	5	5	5

Perceived Ease Of Use (X2)

No.	PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	PEOU 5	PEOU 6
1	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	5	4	4
6	5	5	5	5	5	5
7	5	4	4	5	4	5
8	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	4	5
10	4	4	4	4	3	4
11	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	3	3	4
13	5	5	5	4	4	4
14	5	4	5	5	4	5
15	5	5	5	5	4	5
16	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	5	4	4
18	5	5	5	5	5	5

19	4	3	4	3	4	4
20	5	5	4	5	4	5
21	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	4	2	2
23	5	5	4	5	5	5
24	5	4	4	5	5	5
25	5	3	4	3	4	3
26	3	3	4	5	3	5
27	2	2	4	5	4	4
28	4	4	4	4	4	4
29	5	4	5	5	5	5
30	3	3	4	3	3	4
31	5	2	4	4	4	4
32	5	5	4	5	4	5
33	4	4	4	4	3	4
34	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	5	5	5
36	5	5	5	5	4	5
37	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5
43	5	4	5	4	4	5
44	5	5	5	5	5	5
45	4	5	5	5	4	5
46	1	1	1	1	1	1
47	5	4	5	5	4	5
48	5	5	5	5	4	5
49	4	2	4	4	3	5
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	5
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5
55	4	5	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4
59	5	5	5	5	5	5
60	4	3	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	5

63	5	4	4	5	5	5
64	4	4	3	4	4	4
65	5	4	5	4	5	5
66	4	4	4	4	4	5
67	5	5	5	4	5	5
68	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	4	5
70	5	3	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5
73	5	4	5	5	5	5
74	4	3	4	4	4	4
75	3	4	5	2	3	2
76	4	4	4	5	5	5
77	4	4	3	4	3	4
78	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	3	4	5
80	4	5	4	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	4	4	4
83	2	5	4	3	2	5
84	3	4	4	4	3	4
85	5	5	5	5	5	5
86	3	3	3	3	3	3
87	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	3	3	3	3	3	3
96	5	5	5	5	5	4
97	3	5	5	5	5	3
98	4	5	4	5	4	4
99	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4
102	4	3	4	4	3	4
103	3	3	4	4	3	4
104	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	4	5
106	4	5	5	5	4	5

107	5	5	5	3	4	5
108	5	4	5	4	4	5
109	5	4	4	5	5	5
110	5	5	5	5	5	5
111	3	3	3	3	3	3
112	5	5	5	3	4	4
113	5	5	5	5	5	5
114	5	4	5	5	5	5
115	3	5	4	4	4	4
116	4	4	4	5	4	5
117	4	3	5	5	5	5
118	5	5	4	5	3	5
119	5	5	4	4	5	5
120	4	4	5	5	5	5
121	4	4	4	3	4	4
122	4	4	4	4	4	4
123	5	5	5	5	5	5
124	5	5	5	5	5	5
125	5	5	4	4	5	4
126	5	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5
128	5	5	4	5	4	5
129	4	5	5	4	4	4
130	5	4	4	5	4	5
131	5	5	5	5	5	3
132	5	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5	5
137	4	4	4	4	4	4
138	5	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	5
140	4	5	5	4	5	5
141	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5
143	4	5	4	5	4	5
144	5	5	5	4	5	5
145	4	4	4	4	5	5
146	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5
148	5	4	5	3	5	3
149	3	3	3	3	3	3
150	4	5	4	3	4	4

151	5	5	5	5	5	5
152	4	4	4	4	5	5
153	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5
155	5	4	5	5	5	5
156	4	4	4	5	4	5
157	5	5	5	5	5	5
158	5	5	5	5	5	5
159	5	4	4	4	5	4
160	4	3	4	4	4	4
161	4	5	4	5	5	5
162	4	4	4	4	4	4
163	4	5	5	5	5	5
164	4	4	4	3	4	3
165	5	5	5	5	5	5
166	5	5	5	5	5	5
167	5	3	4	4	4	4
168	5	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5	5
170	5	4	4	4	3	5
171	4	5	5	5	3	5
172	5	4	4	4	4	4
173	4	5	4	5	4	5
174	4	4	4	4	4	4
175	5	5	5	5	5	5
176	5	5	4	4	4	4
177	4	4	4	4	3	4
178	4	4	4	4	4	4
179	3	4	4	4	5	5
180	4	5	4	4	4	4
181	4	4	3	4	4	4
182	5	4	5	5	5	5
183	4	5	4	5	4	5
184	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5
187	4	4	4	5	4	5
188	4	4	5	5	4	5
189	4	4	4	5	5	5
190	4	4	4	2	4	4
191	5	4	4	4	3	5
192	5	5	5	3	5	5
193	4	3	4	4	5	4
194	5	5	5	5	5	5

195	4	4	4	4	4	4
196	5	5	5	5	5	5
197	5	5	4	5	5	3
198	4	3	4	2	5	3
199	3	3	4	4	4	3
200	5	5	4	4	5	5
201	4	4	4	5	4	5
202	5	5	5	5	5	5
203	4	4	4	4	4	4
204	4	5	5	5	4	4
205	5	5	5	5	5	5
206	4	5	4	4	4	5
207	5	4	4	5	4	5
208	5	4	5	5	5	5
209	3	4	5	4	5	4
210	4	3	4	4	4	4
211	4	4	4	4	4	5
212	5	4	5	4	5	4
213	4	5	4	5	4	4
214	4	5	4	5	4	5
215	4	4	4	5	4	5
216	5	5	5	5	5	5

Perceived Trust (X3)

No.	PT 1	PT 2	PT 3	PT 4	PT 5	PT 6	PT 7
1	4	2	3	3	2	3	3
2	5	5	5	3	3	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	4	3	3	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4
9	5	4	4	4	5	5	3
10	3	3	3	3	3	4	3
11	5	5	5	5	5	5	4
12	4	2	3	3	3	5	3
13	5	4	5	4	3	5	4
14	4	5	5	5	4	5	4
15	3	2	3	3	2	2	3
16	5	5	5	5	5	5	5
17	3	3	3	3	4	4	3

18	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	4	5	4	4	5
21	4	3	4	4	4	4	4
22	3	3	3	2	3	3	2
23	5	5	5	5	5	5	4
24	4	5	5	4	4	4	4
25	4	3	3	4	4	4	2
26	4	4	3	4	4	4	3
27	2	2	3	3	4	3	3
28	4	4	4	4	4	5	3
29	4	4	4	3	4	5	3
30	5	5	5	5	4	4	4
31	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	3	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	5	3	5	5	4
36	5	5	5	3	4	5	5
37	3	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	5	3
41	5	5	5	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	3	4	4	4	3
44	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	3	1	5	1	2
47	4	4	4	3	4	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	5	4	3	5
50	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	5	4
52	4	3	4	4	4	4	5
53	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4	4	2
55	5	5	5	5	5	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5
58	3	3	3	3	3	4	2
59	5	5	5	4	5	5	5
60	4	4	4	3	3	3	4
61	5	5	5	5	5	5	3

62	4	3	4	4	4	3	3
63	4	3	3	3	2	3	3
64	3	2	2	3	3	3	3
65	4	5	5	4	4	5	3
66	5	5	4	4	4	4	5
67	4	4	3	3	3	5	3
68	4	3	3	4	4	4	3
69	4	3	4	5	5	5	3
70	3	3	3	2	2	3	3
71	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	3	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4
75	4	3	4	5	4	4	3
76	4	4	4	4	4	4	3
77	3	3	4	4	4	3	3
78	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	3	4	4	3
80	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	4	4	4
82	5	4	4	4	4	4	4
83	1	1	1	1	1	1	1
84	3	3	4	4	4	4	3
85	5	5	5	5	5	5	5
86	3	3	3	3	3	3	3
87	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4
90	3	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4
92	4	3	3	3	3	4	4
93	4	5	5	4	5	5	3
94	5	5	5	3	5	5	4
95	3	3	3	3	3	3	3
96	4	4	4	4	5	5	3
97	4	5	4	3	5	5	3
98	4	4	4	4	4	4	3
99	5	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	3	4	4
101	5	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	3
103	3	3	3	3	3	3	3
104	5	5	5	5	5	5	5
105	4	4	4	5	5	5	4

106	4	4	4	4	4	4	4
107	4	3	3	4	4	4	4
108	5	5	4	4	5	5	4
109	4	4	4	3	3	4	4
110	5	5	5	5	5	5	5
111	3	3	3	3	3	3	3
112	4	4	3	4	3	3	2
113	5	5	5	5	5	5	5
114	5	3	4	4	4	5	5
115	3	3	4	4	5	4	4
116	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5	5
118	4	4	3	4	5	5	1
119	4	3	3	3	3	4	3
120	5	4	5	5	5	5	4
121	3	3	4	3	4	3	3
122	4	4	4	4	4	4	4
123	5	5	5	4	5	5	4
124	5	4	3	3	5	3	5
125	5	4	4	4	3	4	4
126	5	5	5	5	5	5	5
127	2	5	4	3	4	5	5
128	5	4	4	4	5	4	4
129	4	4	4	5	4	4	5
130	4	3	4	4	4	4	3
131	3	3	3	3	3	3	3
132	5	5	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5	5	5
137	5	5	5	5	5	5	4
138	5	5	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	5	5
140	4	5	5	4	5	4	5
141	5	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	4	3
144	5	4	5	5	5	5	3
145	4	4	3	3	3	4	1
146	3	5	3	3	3	3	3
147	5	5	5	5	5	5	5
148	5	4	5	3	5	4	5
149	3	5	5	5	5	5	5

150	4	4	4	4	4	4	4
151	5	5	5	5	5	5	5
152	4	4	5	4	5	5	4
153	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5	5
155	5	4	5	3	3	5	4
156	4	4	4	5	4	4	4
157	5	5	5	5	5	5	5
158	5	4	4	4	4	4	4
159	4	5	5	4	4	5	5
160	3	5	5	3	1	3	1
161	3	4	3	3	3	4	2
162	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	3	4	4	4	3
164	4	3	3	3	3	3	3
165	5	4	4	4	5	5	4
166	5	5	5	5	5	5	5
167	4	4	4	3	3	4	4
168	5	5	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5	5	5
170	3	3	3	4	4	4	1
171	3	3	3	5	5	3	5
172	4	3	4	4	4	4	4
173	4	3	4	4	4	4	3
174	4	4	4	4	4	4	4
175	4	5	4	5	5	5	5
176	3	4	4	5	3	3	5
177	3	4	3	4	4	3	3
178	4	4	4	4	4	4	4
179	5	5	5	4	4	4	4
180	4	4	5	4	5	5	4
181	3	4	4	3	4	4	3
182	5	5	4	4	4	4	4
183	5	5	5	3	4	5	5
184	4	4	5	3	5	5	4
185	5	4	4	4	5	5	1
186	5	5	5	5	5	5	5
187	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	4	4	5	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4
190	4	4	4	4	4	4	3
191	3	3	4	3	4	4	3
192	4	4	4	4	4	4	4
193	4	5	4	5	4	5	4

194	3	3	3	5	5	5	3
195	4	4	4	4	4	4	4
196	4	4	4	4	4	4	4
197	5	4	5	5	5	4	5
198	5	3	4	5	4	3	2
199	5	3	3	3	4	3	3
200	3	4	4	4	5	5	4
201	4	5	4	4	4	4	3
202	5	5	5	5	5	5	5
203	4	4	4	4	4	4	4
204	4	4	5	5	4	5	4
205	4	5	4	5	5	5	4
206	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	4	4	4	4
208	5	4	5	4	5	5	5
209	4	5	4	4	4	4	5
210	3	2	3	3	3	4	3
211	5	5	5	5	5	5	4
212	4	4	4	4	4	4	4
213	4	3	4	3	3	4	4
214	4	3	3	3	3	4	4
215	4	5	4	4	4	4	3
216	5	5	5	5	5	5	5

Perceived Security (X4)

No.	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4
1	3	3	3	3
2	4	3	3	3
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
6	4	4	4	3
7	4	3	3	3
8	4	4	4	4
9	4	4	5	5
10	4	4	4	4
11	5	4	4	5
12	3	4	4	4
13	3	3	3	3
14	4	4	5	5
15	3	3	3	4
16	5	5	5	5

17	3	3	3	3
18	5	5	5	3
19	3	3	3	3
20	4	4	4	4
21	4	4	4	4
22	3	1	4	3
23	5	5	4	4
24	5	5	4	4
25	3	4	5	5
26	3	3	3	3
27	2	2	2	2
28	3	3	3	3
29	4	4	4	4
30	4	4	4	4
31	2	3	3	3
32	3	3	3	3
33	4	4	4	4
34	5	5	5	5
35	5	5	5	4
36	4	4	3	2
37	3	3	3	3
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	3	3	3	3
41	4	4	4	4
42	5	5	5	5
43	4	3	4	4
44	5	5	5	5
45	4	4	4	4
46	1	1	1	1
47	3	3	4	3
48	4	4	4	4
49	4	5	5	5
50	5	5	5	5
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	5	5	5	5
54	3	3	3	3
55	4	4	5	5
56	5	5	5	5
57	5	5	5	5
58	3	3	3	3
59	5	5	5	5
60	4	3	4	4

61	4	4	4	4
62	4	3	4	4
63	4	4	4	4
64	2	3	3	3
65	4	4	5	5
66	4	4	4	4
67	3	3	3	3
68	3	3	3	4
69	4	3	4	3
70	3	3	3	3
71	5	5	5	5
72	5	5	5	5
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	3	2	4	3
76	3	3	3	3
77	4	3	3	3
78	4	4	3	3
79	3	3	3	3
80	5	4	5	5
81	4	4	4	4
82	5	5	5	5
83	1	1	1	1
84	5	5	5	4
85	5	5	5	5
86	3	3	3	3
87	5	5	5	5
88	4	4	5	5
89	4	4	4	3
90	3	3	3	3
91	4	4	4	4
92	3	3	4	3
93	4	4	4	4
94	4	4	5	5
95	3	3	3	3
96	5	5	5	5
97	4	5	3	3
98	4	4	4	4
99	4	5	5	5
100	4	4	4	4
101	4	4	4	4
102	4	4	4	4
103	3	3	3	3
104	4	4	4	4

105	5	4	5	5
106	2	2	4	4
107	4	4	5	5
108	3	3	3	3
109	3	3	3	3
110	5	5	5	5
111	3	3	3	3
112	3	3	3	3
113	5	5	5	5
114	4	3	5	5
115	4	4	3	4
116	5	5	5	5
117	3	4	4	4
118	5	5	5	5
119	3	3	3	4
120	4	5	5	5
121	3	3	3	3
122	4	4	4	4
123	4	4	4	4
124	3	3	3	3
125	3	3	3	3
126	5	5	5	5
127	5	5	5	5
128	4	4	4	4
129	4	5	5	5
130	4	4	3	4
131	3	1	1	3
132	5	5	5	5
133	5	5	5	5
134	5	5	5	5
135	4	4	4	4
136	5	5	5	5
137	5	4	4	4
138	5	5	5	5
139	5	5	5	5
140	4	4	5	4
141	5	5	5	5
142	5	5	5	5
143	4	4	4	5
144	5	5	5	5
145	3	3	3	3
146	3	3	3	3
147	5	5	5	5
148	5	5	5	5

149	5	5	5	5
150	2	3	3	4
151	5	5	4	4
152	5	5	5	4
153	5	5	5	5
154	5	5	5	5
155	4	4	4	4
156	4	4	4	5
157	5	5	5	5
158	4	4	4	4
159	5	4	4	4
160	2	2	2	1
161	4	3	4	4
162	4	4	4	4
163	4	4	4	4
164	3	3	3	3
165	4	5	5	5
166	5	5	5	5
167	4	4	4	4
168	5	5	5	5
169	5	5	5	5
170	3	3	3	3
171	3	5	5	5
172	4	4	4	5
173	4	4	3	4
174	4	4	4	4
175	5	5	5	5
176	5	5	5	5
177	3	3	3	3
178	4	4	4	4
179	3	3	3	3
180	5	4	4	4
181	4	4	4	4
182	5	5	4	5
183	4	4	4	4
184	5	5	5	5
185	5	5	5	5
186	5	5	5	5
187	4	4	4	4
188	4	4	4	4
189	3	3	3	4
190	4	4	4	4
191	3	3	3	3
192	4	4	4	3

193	4	5	4	4
194	5	5	5	5
195	4	4	4	4
196	4	4	4	4
197	5	5	4	5
198	4	4	3	4
199	4	3	3	4
200	4	5	4	5
201	4	4	4	4
202	5	5	5	5
203	4	4	4	4
204	4	4	3	3
205	5	5	5	5
206	4	4	4	5
207	4	4	4	4
208	5	5	4	4
209	5	4	5	4
210	3	3	3	3
211	5	5	5	5
212	4	4	4	4
213	4	4	4	4
214	4	4	4	4
215	4	4	4	4
216	5	5	5	5

Behavioral Intention To Use (Y1)

No.	BITU 1	BITU 2	BITU 3	BITU 4	BITU 5
1	4	4	4	4	4
2	4	3	2	4	3
3	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5
9	5	5	4	5	5
10	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	5
12	3	3	3	4	3
13	4	4	4	4	4

14	5	5	4	5	4
15	5	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5
17	4	4	3	3	3
18	5	5	5	5	5
19	2	2	3	2	3
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4
22	1	2	3	2	2
23	5	5	5	4	5
24	4	5	4	5	5
25	3	4	3	4	4
26	5	4	4	4	4
27	3	2	3	3	4
28	4	4	4	5	5
29	4	4	5	5	5
30	3	3	2	3	3
31	4	4	2	3	3
32	4	4	4	3	3
33	4	4	3	4	3
34	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5
36	3	4	4	4	2
37	4	4	3	3	3
38	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5
40	5	4	4	5	5
41	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	4
43	5	4	4	5	4
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5
46	1	1	1	1	1
47	4	4	3	3	3
48	4	4	4	4	4
49	4	5	4	4	5
50	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4
52	5	5	4	5	4
53	5	5	5	5	3
54	2	2	2	2	2
55	4	4	5	4	4
56	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5

58	4	3	3	3	4
59	5	5	4	5	5
60	4	3	4	4	3
61	5	5	5	5	5
62	4	3	4	4	4
63	5	5	5	5	5
64	3	3	3	3	3
65	5	5	4	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	3
69	5	5	5	5	5
70	4	4	3	4	4
71	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4
73	4	5	5	5	5
74	4	4	4	5	4
75	4	4	3	3	4
76	3	3	3	3	4
77	4	4	3	3	3
78	3	3	3	3	3
79	4	4	3	4	4
80	5	5	4	4	5
81	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	1	1	1	1	1
84	4	4	3	3	3
85	5	5	5	5	5
86	3	3	3	3	3
87	5	5	5	5	5
88	5	4	4	5	4
89	4	4	4	4	4
90	4	3	3	4	3
91	4	4	4	4	4
92	3	4	3	4	4
93	4	4	4	4	5
94	5	5	5	5	4
95	3	3	3	3	3
96	3	3	3	4	3
97	5	4	3	4	4
98	4	4	2	4	4
99	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4

102	4	4	4	4	4
103	3	3	3	3	3
104	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5
107	4	4	4	4	3
108	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4
110	5	5	4	4	5
111	3	3	3	3	3
112	4	4	4	4	4
113	5	5	5	5	5
114	4	5	5	5	5
115	4	4	4	4	3
116	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5
118	5	5	5	5	5
119	4	4	3	3	2
120	5	5	5	5	5
121	3	3	2	4	3
122	4	4	4	4	4
123	4	5	4	4	4
124	5	5	5	5	5
125	4	4	4	4	3
126	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5
128	5	5	5	5	5
129	5	4	4	4	4
130	5	4	4	4	4
131	3	3	2	1	2
132	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5
137	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5
140	4	4	5	5	4
141	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4
144	4	4	4	4	5
145	4	4	4	4	4

146	3	3	3	3	3
147	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5
150	4	4	4	5	4
151	5	5	4	5	5
152	4	4	3	4	4
153	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5
155	4	4	4	4	4
156	4	5	5	5	5
157	5	5	5	5	5
158	4	4	4	4	4
159	4	5	5	5	4
160	3	4	4	4	4
161	4	4	5	5	3
162	4	4	4	4	4
163	5	4	2	4	3
164	3	3	3	3	3
165	5	5	4	4	4
166	5	5	4	5	5
167	4	4	4	4	3
168	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5
170	3	3	3	4	3
171	3	3	4	3	5
172	4	4	4	4	5
173	4	4	3	4	4
174	3	4	4	3	3
175	5	5	5	5	5
176	5	5	5	5	5
177	3	4	3	4	3
178	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	5
181	3	3	4	4	3
182	4	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5
184	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	3
186	5	5	5	5	5
187	4	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4

190	4	4	4	4	4
191	2	3	2	2	3
192	5	5	3	4	4
193	4	5	4	4	4
194	5	5	3	4	3
195	4	4	4	4	4
196	4	4	4	4	4
197	5	5	5	5	4
198	3	5	4	4	3
199	3	3	3	3	4
200	3	3	3	3	3
201	4	4	4	4	4
202	5	5	5	5	5
203	4	4	4	4	4
204	4	3	4	3	4
205	5	5	5	5	4
206	4	4	4	4	4
207	4	4	4	4	4
208	5	5	5	5	5
209	5	4	5	5	5
210	3	3	3	3	3
211	4	4	4	4	4
212	4	4	4	4	4
213	4	4	4	4	4
214	4	5	3	3	5
215	3	4	3	4	4
216	5	5	5	5	5

Actual System Use (Y2)

No.	ASU 1	ASU 2	ASU 3	ASU 4	ASU 5
1	4	3	5	3	3
2	4	4	2	3	2
3	5	4	5	4	3
4	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	3
6	4	4	4	4	4
7	3	3	3	4	3
8	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4
11	5	4	3	5	5
12	4	3	4	4	3
13	4	2	4	4	2

14	5	4	4	5	4
15	5	4	3	3	3
16	5	5	5	5	5
17	4	2	3	4	2
18	5	5	5	5	5
19	2	2	2	3	3
20	5	4	5	5	5
21	4	4	4	4	4
22	1	1	3	2	3
23	5	3	4	5	5
24	5	4	4	4	5
25	4	2	2	3	1
26	4	2	4	4	5
27	3	3	2	4	3
28	4	3	4	4	4
29	5	4	5	5	4
30	3	3	3	3	3
31	4	4	3	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	3	4	4	3
34	5	5	5	5	5
35	3	3	3	4	4
36	5	5	5	4	3
37	4	3	3	4	2
38	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5
40	5	4	2	5	2
41	5	5	4	5	5
42	5	4	5	5	5
43	4	3	4	4	4
44	5	5	5	5	5
45	5	4	5	5	4
46	1	4	4	3	1
47	3	4	4	4	3
48	4	4	4	4	4
49	5	4	4	5	4
50	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4
52	4	4	4	5	4
53	4	4	4	4	4
54	4	4	2	4	4
55	4	4	5	4	4
56	5	5	5	5	5
57	5	3	3	5	3

58	4	4	4	4	4
59	5	4	5	5	3
60	4	3	4	3	4
61	5	5	5	5	4
62	4	4	5	4	3
63	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	3
65	4	3	3	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	5	5	4
68	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	5
70	5	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4
73	4	3	4	3	3
74	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5
76	3	3	3	3	3
77	3	3	3	4	4
78	3	3	2	3	3
79	3	3	1	4	2
80	4	4	4	5	4
81	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	1	1	1	1	1
84	3	3	4	4	3
85	4	4	4	5	5
86	3	3	3	3	3
87	5	5	4	5	4
88	5	4	5	5	4
89	5	4	5	5	3
90	3	3	4	3	3
91	4	4	4	4	5
92	4	3	4	3	3
93	3	4	3	5	3
94	5	2	2	5	5
95	3	3	3	3	3
96	4	2	2	4	2
97	4	3	4	3	5
98	4	2	4	4	4
99	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4
101	5	4	5	5	5

102	4	3	5	4	3
103	3	3	3	3	3
104	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5
106	5	2	4	4	2
107	4	3	5	4	3
108	4	3	4	4	3
109	5	4	5	4	4
110	4	4	5	5	3
111	3	3	3	3	3
112	5	4	5	5	5
113	5	5	5	5	5
114	5	5	3	3	5
115	4	3	4	4	4
116	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5
118	5	5	5	5	5
119	4	2	5	4	2
120	5	5	4	5	4
121	4	2	4	2	2
122	4	2	4	4	3
123	3	2	2	5	4
124	5	3	3	5	5
125	3	3	3	3	3
126	5	5	5	5	5
127	5	5	4	4	3
128	4	4	5	5	5
129	5	4	4	4	4
130	4	3	3	5	4
131	3	3	3	2	2
132	5	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5
137	4	4	4	4	4
138	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5
140	4	4	5	4	4
141	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5
143	4	5	5	4	5
144	4	4	4	5	5
145	4	3	4	4	3

146	3	3	3	3	3
147	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5
150	5	4	5	5	4
151	5	5	4	5	5
152	5	4	4	4	4
153	5	4	5	5	5
154	5	5	5	5	5
155	4	3	4	5	3
156	4	5	5	4	4
157	5	5	5	5	5
158	4	4	4	4	4
159	4	5	4	5	5
160	4	4	3	3	3
161	4	4	5	4	4
162	4	4	4	4	4
163	5	4	4	4	2
164	3	3	4	3	3
165	4	3	4	5	4
166	5	5	5	5	5
167	4	4	4	4	4
168	5	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5
170	4	2	4	4	3
171	5	3	5	3	2
172	5	3	3	4	4
173	4	3	4	4	3
174	4	4	3	5	4
175	5	5	4	5	5
176	5	5	5	5	5
177	4	3	4	4	4
178	4	4	4	4	4
179	5	5	4	4	4
180	4	5	5	5	5
181	4	3	4	3	3
182	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5
184	5	5	5	5	5
185	5	5	3	3	3
186	5	5	5	5	5
187	5	4	4	4	4
188	5	4	4	4	4
189	5	5	5	5	5

190	4	4	4	4	4
191	3	3	4	4	3
192	5	4	5	5	4
193	5	5	5	4	3
194	5	5	5	5	3
195	4	3	4	4	4
196	4	4	4	4	4
197	5	5	5	4	5
198	3	3	2	3	3
199	4	3	3	3	3
200	5	5	5	5	5
201	4	4	4	4	3
202	5	5	5	5	5
203	4	4	4	4	4
204	4	4	5	5	4
205	5	4	5	4	4
206	4	4	4	5	4
207	5	4	5	4	3
208	5	5	5	5	4
209	5	5	3	5	4
210	3	3	2	3	2
211	5	5	5	4	4
212	4	4	4	4	4
213	5	4	5	4	4
214	5	3	5	4	5
215	4	3	4	4	4
216	5	5	5	5	5

Lampiran 4. Hasil Running Data**Nilai Loading Factor**

Variabel	ASU	BITU	PEOU	PU	S	T
ASU 1	0.855					
ASU 2	0.841					
ASU 3	0.777					
ASU 4	0.856					
ASU 5	0.835					
BITU 1		0.915				
BITU 2		0.931				
BITU 3		0.903				
BITU 4		0.935				
BITU 5		0.884				
PEOU 1			0.810			
PEOU 2			0.765			
PEOU 3			0.852			
PEOU 4			0.785			
PEOU 5			0.818			
PEOU 6			0.802			
PU 1				0.815		
PU 2				0.876		
PU 3				0.875		
PU 4				0.864		
PU 5				0.812		
PU 6				0.820		
S 1					0.928	
S 2					0.939	
S 3					0.941	
S 4					0.923	
T 1						0.813
T 2						0.846

T 3						0.893
T 4						0.815
T 5						0.811
T 6						0.828
T 7						0.760

Nilai Cross Loading

Variabel	ASU	BITU	PEOU	PU	PS	PT
ASU 1	0.855	0.749	0.601	0.587	0.615	0.606
ASU 2	0.841	0.614	0.427	0.388	0.556	0.594
ASU 3	0.777	0.540	0.312	0.334	0.479	0.452
ASU 4	0.856	0.733	0.543	0.541	0.610	0.691
ASU 5	0.835	0.680	0.418	0.415	0.581	0.607
BITU 1	0.748	0.915	0.640	0.633	0.677	0.677
BITU 2	0.746	0.931	0.623	0.615	0.717	0.717
BITU 3	0.725	0.903	0.556	0.531	0.670	0.664
BITU 4	0.721	0.935	0.593	0.587	0.690	0.674
BITU 5	0.732	0.884	0.546	0.581	0.645	0.660
PEOU 1	0.451	0.528	0.810	0.569	0.463	0.466
PEOU 2	0.442	0.452	0.765	0.547	0.437	0.450
PEOU 3	0.464	0.551	0.852	0.642	0.459	0.541
PEOU 4	0.440	0.525	0.785	0.559	0.417	0.460
PEOU 5	0.491	0.573	0.818	0.582	0.487	0.582
PEOU 6	0.436	0.495	0.802	0.647	0.388	0.423
PU 1	0.431	0.530	0.604	0.815	0.438	0.490
PU 2	0.477	0.591	0.677	0.876	0.500	0.521
PU 3	0.534	0.595	0.648	0.875	0.541	0.580
PU 4	0.475	0.546	0.620	0.864	0.486	0.524
PU 5	0.455	0.504	0.584	0.812	0.504	0.527
PU 6	0.430	0.495	0.580	0.820	0.382	0.444
PS 1	0.643	0.697	0.535	0.502	0.928	0.753
PS 2	0.665	0.690	0.527	0.564	0.939	0.753
PS 3	0.639	0.710	0.495	0.529	0.941	0.720
PS 4	0.613	0.680	0.490	0.511	0.923	0.675
PT 1	0.565	0.610	0.530	0.543	0.580	0.813
PT 2	0.580	0.605	0.528	0.532	0.588	0.846
PT 3	0.587	0.620	0.486	0.467	0.637	0.893
PT 4	0.633	0.642	0.454	0.535	0.707	0.815
PT 5	0.551	0.543	0.404	0.429	0.669	0.811

PT 6	0.594	0.643	0.635	0.566	0.674	0.828
PT 7	0.609	0.613	0.448	0.436	0.626	0.760

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
PU	0.713
PEOU	0.649
PT	0.680
PS	0.870
BITU	0.835
ASU	0.694

Nilai Composite Reliability & Cronbachs Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
ASU	0.890	0.899	0.919
BITU	0.950	0.951	0.962
PEOU	0.892	0.894	0.917
PU	0.919	0.922	0.937
PS	0.950	0.951	0.964
PT	0.921	0.922	0.937

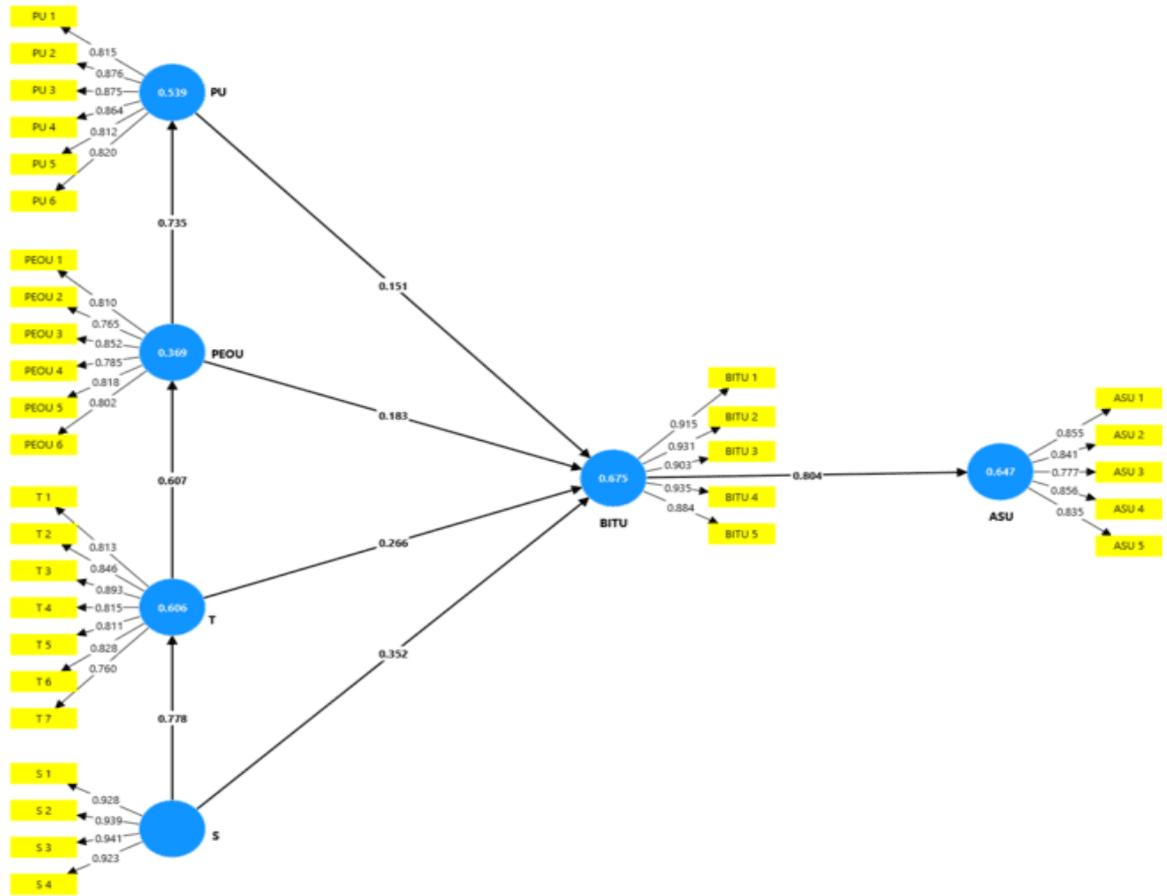
Nilai R-square

	R-square	R-square adjusted
ASU	0.647	0.645
BITU	0.675	0.669
PEOU	0.369	0.366
PU	0.539	0.537
PT	0.607	0.605

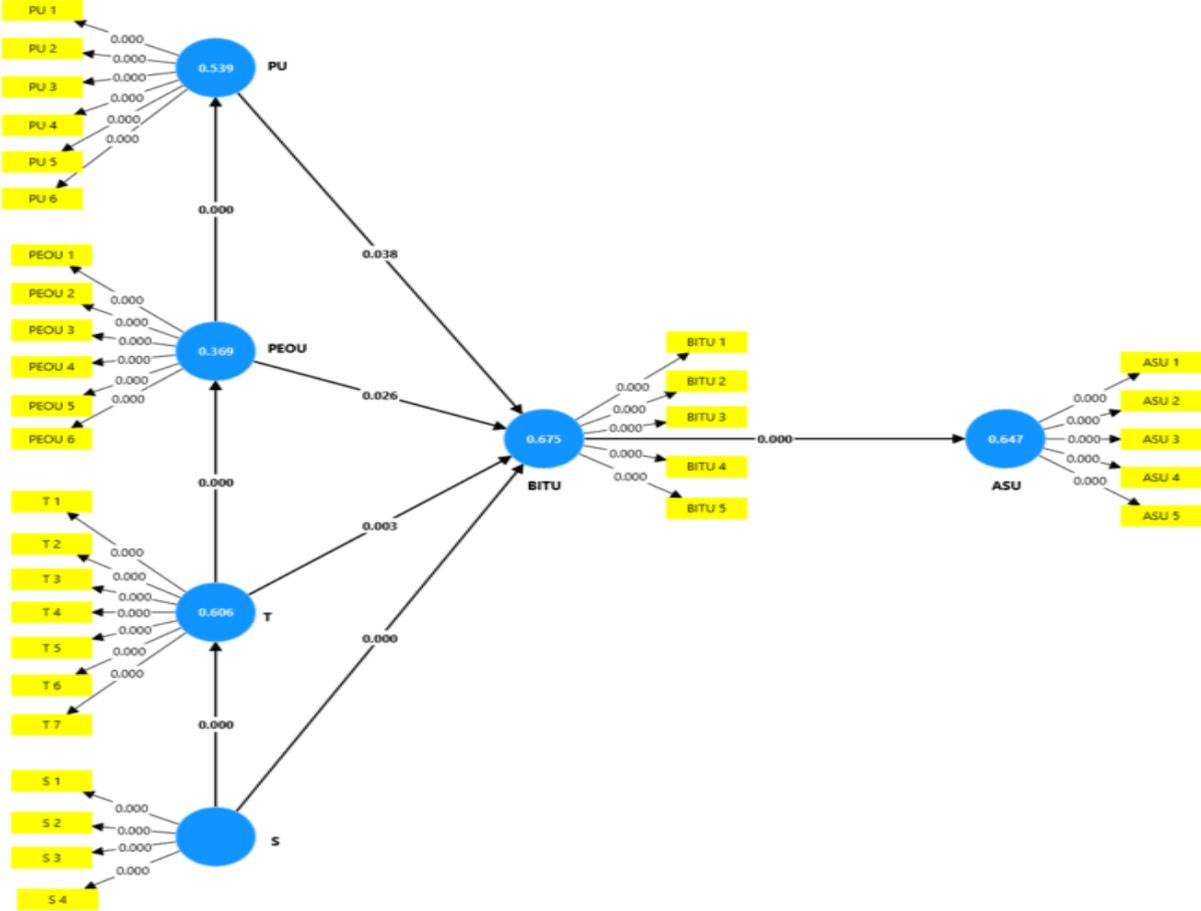
Nilai F-Square

	ASU	BITU	PEOU	PU	PS	PT
ASU						
BITU	1.832					
PEOU		0.043		1.172		
PU		0.029				
PS		0.145				1.536
PT		0.074	0.585			

Hasil Output PLS Algoritm



Hasil Boostraping



Lampiran 5. Rekap Jurnal Bimbingan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM 210502110065
Nama : Siti Nikhlatus Salma
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Ditya Permatasari, M.S.A., Ak
Judul Skripsi : ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI
PEMBAYARAN DIGITAL DENGAN E-
WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA
MALANG MENGGUNAKAN TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)

JURNAL BIMBINGAN :

NO	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	7 Oktober 2025	Mengajukan judul pertama	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	7 Oktober 2024	Mengajukan judul yang ke dua	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	16 Oktober 2024	bimbingan bab 1	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	31 Oktober 2024	Revisi bab 1 dan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

		bimbingan bab 1 2 3		
5	8 November 2024	bimbingan revisi bab 1 2 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	30 Januari 2025	Bimbingan Bab 4 dan 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	7 Februari 2025	Bimbingan Bab 4 dan 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	10 Februari 2025	Bimbingan Bab 4 dan 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	21 Februari 2025	Konsultasi Jurnal Afirmasi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	24 Februari 2025	Konsultasi Jurnal Afirmasi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	15 Maret 2025	Konsultasi Revisi Jurnal JED	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	20 Maret 2025	Konfirmasi LOA dan Publish Jurnal JED	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
13	16 April 2025	Bimbingan Revisi Skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 16 April 2025

Dosen Pembimbing



Ditya Permatasari, M.S.A., Ak

Lampiran 6: Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon [0341\) 558881](tel:0341558881) Faksimile [0341\) 558881](tel:0341558881)

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Siti Nikhlatus Salma
NIM : [210502110065](#)
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Skripsi : **ANALISIS KEBERTERIMAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL
DENGAN E-WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG
MENGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	15%	13%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 April 2025
UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd