



Pengaruh Penerimaan Teknologi Keuangan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Surakarta dan Yogyakarta

Dwinanda Ripta Ramadhan^{1*}, Muhammad Faiz Hardiansyah², Indria Desy Rachmawati³

^{1,2} Universitas Tunas Pembangunan, Surakarta, 57135, Indonesia

³ Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 55281, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: February 21, 2026
Revised: April 20, 2026
Available online: April 28, 2026

KEYWORDS

E-wallet, TAM, UTAUT, Personal Innovativeness, Perceived Risk, PLS-SEM.

CORRESPONDENCE

E-mail: dwinanda.riptaramadhan@lecture.utp.ac.id

A B S T R A C T

The development of financial technology has driven the massive adoption of digital wallets (e-wallets), particularly among college students. Although e-wallets offer convenience and efficiency of transactions, their adoption is determined not only by the usability of the technology, but also by the perceived risk and individual characteristics of the user. This study aims to analyze the factors influencing e-wallet usage intentions by integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), and adding the constructs of personal innovativeness and perceived risk in the context of fintech. This study used a quantitative approach with a survey method of 197 active college students who use e-wallets in the cities of Surakarta and Yogyakarta. The results showed that facilitating conditions and perceived ease of use had a positive and significant effect on personal innovativeness, while perceived usefulness showed no significant effect. Furthermore, personal innovativeness and monetary risk were shown to have a positive and significant effect on behavioral intention to use e-wallets. These findings highlight the important role of individual innovativeness and socially influenced risk perceptions in shaping e-wallet adoption, particularly in emerging markets.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal sistem transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang kini berkembang pesat adalah penggunaan dompet digital (*e-wallet*), yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan secara non-tunai, cepat, dan efisien melalui perangkat mobile. Di tengah era digitalisasi ini, *e-wallet* menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z.

Tingginya penggunaan *e-wallet* tidak diimbangi dengan kontrol perilaku keuangan. Prelec et al (2001) dalam penelitiannya menemukan bahwa metode pembayaran non tunai meningkatkan kecenderungan belanja yang impulsif. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Lin (2020) yang menyatakan bahwa *mobile payment* (pembayaran digital) akan membuat pengguna menjadi impulsif ketika membelanjakan uangnya.

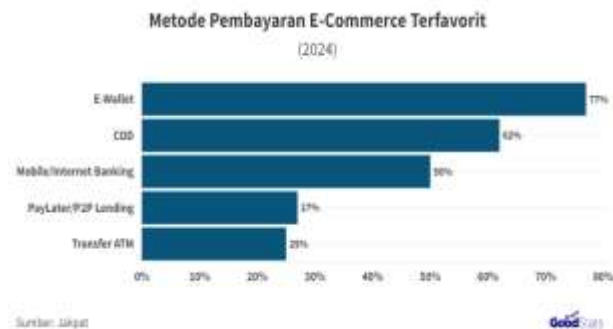
Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam lima tahun terakhir. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 835,74 triliun pada tahun 2023, meningkat dari Rp 399,6 triliun pada tahun 2021. Selain itu, data dari Statista (2024) memperkirakan bahwa jumlah pengguna *e-wallet* di Indonesia telah melampaui 100 juta, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar dompet digital terbesar di Asia Tenggara. Layanan seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan LinkAja menjadi pemain utama yang berlomba-lomba menarik minat pengguna dengan berbagai promo, cashback, dan kemudahan integrasi layanan.

Kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-wallet* secara tidak langsung telah membentuk pola perilaku baru dalam kehidupan finansial masyarakat. Fenomena ini ditandai dengan munculnya kecenderungan untuk lebih konsumtif dan boros dibandingkan dengan ketika menggunakan uang tunai. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain akses yang instan, banyaknya diskon yang bersifat impulsif, dan tidak adanya "rasa kehilangan fisik" yang biasanya dirasakan saat membayar dengan uang tunai. Beberapa survei bahkan menunjukkan bahwa penggunaan uang digital cenderung membuat seseorang lebih sulit mengontrol pengeluaran karena transaksi terasa lebih ringan dan tidak kasat mata. Salah satu laporan dari Katadata Insight Center (2023) menyebutkan bahwa sekitar 45% pengguna *e-wallet* di Indonesia merasa lebih mudah menghabiskan uang saat menggunakan dompet digital, dan lebih dari 60% di antaranya mengaku melakukan pembelian impulsif akibat promo dan cashback. Fenomena ini patut diperhatikan karena dapat berdampak pada kondisi keuangan pribadi dan kesejahteraan jangka panjang masyarakat, terutama bagi kelompok usia produktif yang belum memiliki perencanaan keuangan yang matang.

Di tingkat lokal, khususnya di Kota Surakarta (Solo) dan Yogyakarta, tren penggunaan *e-wallet* juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Surakarta (2023), penetrasi transaksi digital mengalami lonjakan, terutama di sektor UMKM dan pasar tradisional yang kini mulai menerima pembayaran digital. Bahkan, lebih dari 70% pelaku UMKM di Solo dan Yogyakarta telah mengadopsi sistem pembayaran QRIS dan *e-wallet* sebagai bagian dari

transformasi digital mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat Solo maupun Yogyakarta tidak lagi asing dengan sistem pembayaran digital dan telah menjadikannya sebagai bagian dari keseharian.

Kemudahan ini menjadi analisis utama bagaimana tingkat penerimaan teknologi merubah pola keseharian dari masyarakat. Melalui beberapa indikator, akan terlihat bagaimana tingkat kesesuaian antara kemajuan teknologi dengan pola konsumsi masyarakat. Kecenderungan untuk berbelanja lebih sering dan tanpa perencanaan, perlu menjadi perhatian bersama, mengingat perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menimbulkan masalah finansial pribadi dan berpotensi menurunkan kualitas hidup di masa mendatang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adopsi dan niat penggunaan *e-wallet* pada masyarakat Solo dan Yogyakarta, dengan mahasiswa sebagai target penelitian utama. Dengan memahami pola ini, diharapkan dapat ditemukan solusi atau rekomendasi yang membantu masyarakat lebih bijak dalam menggunakan teknologi finansial, sehingga tetap mendapatkan manfaat tanpa terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.



Gambar 1. Metode pembayaran Terfavorit

Berdasarkan data dari Jakpat (2024), *e-wallet* tercatat sebagai metode pembayaran *e-commerce* yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, dengan tingkat preferensi mencapai 77%. Angka ini secara signifikan lebih tinggi dibandingkan metode lain seperti *cash on delivery* (COD) yang berada di posisi kedua dengan 62%, maupun *mobile/internet banking* yang digunakan oleh 50% responden. Fakta ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat kini telah beralih ke sistem pembayaran digital yang lebih praktis dan cepat. *E-wallet* menawarkan pengalaman bertransaksi yang instan, hemat waktu, dan kerap kali didukung oleh berbagai promo seperti *cashback*, diskon, atau fitur loyalitas yang membuat pengguna merasa lebih untung saat berbelanja. Kemudahan dan kenyamanan inilah yang menjadi daya tarik utama dari *e-wallet*, namun sekaligus membawa konsekuensi terhadap pola konsumsi pengguna terlebih bagaimana dengan keamana yang harus dibebankan kepada masyarakat, apakah dengan menggunakan *e-wallet* semua uang yang tersimpan dapat dipastikan selalu aman. Dalam konteks psikologis, transaksi yang dilakukan melalui *e-wallet* sering kali tidak memberikan efek emosional yang sama seperti saat mengeluarkan uang secara fisik. Tanpa keterlibatan fisik dalam proses pembayaran, pengguna cenderung kehilangan kesadaran terhadap seberapa banyak uang yang telah mereka habiskan. Ini diperkuat oleh kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembelian impulsif ketika berhadapan dengan penawaran-penawaran eksklusif yang hanya tersedia di platform digital.

Fenomena ini relevan dengan gejala yang juga ditemukan di Kota Solo dan Yogyakarta, di mana penggunaan *e-wallet* semakin meluas tidak hanya di pusat perbelanjaan modern, tetapi juga pada skala UMKM dan pasar tradisional. Masyarakat Solo kini banyak yang melakukan pembayaran digital untuk kebutuhan sehari-hari, dari membeli makanan kaki lima hingga berbelanja ke pasar. Perubahan ini, meskipun positif dari segi efisiensi dan adopsi teknologi, secara bersamaan dapat menjadi pemicu perilaku konsumtif baru yang sebelumnya tidak terlalu menonjol ketika transaksi masih dilakukan secara tunai. Dengan *e-wallet* sebagai metode pembayaran yang paling difavoritkan secara nasional, dapat disimpulkan bahwa masyarakat semakin terdorong untuk berbelanja lebih sering dan lebih cepat. Hal ini menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, yang hendak mengeksplorasi lebih jauh hubungan antara kenyamanan yang ditawarkan *e-wallet* dan tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi tersebut.

LANDASAN TEORI

E-Wallet

Dompet digital (*e-wallet*) merupakan salah satu inovasi teknologi finansial yang memanfaatkan jaringan internet untuk memfasilitasi kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja. (Diva & Anshori, 2024). Dengan kata lain, generasi muda merasa dimudahkan transaksi kesehariannya karena dibantu oleh *e-wallet*. Menurut Yanti & Nurida (2022), dompet digital memungkinkan pengguna melakukan transaksi dan menyimpan uang secara online melalui teknologi. Kehadirannya tidak hanya memberikan alternatif metode pembayaran, tetapi juga merevolusi cara masyarakat melakukan transaksi sehari-hari. Dengan berbasis teknologi finansial yang terintegrasi melalui jaringan internet, *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran, transfer, hingga penyimpanan nilai secara praktis dan efisien.

Selain itu, *e-wallet* berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya bagi masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan konvensional. Dengan hanya menggunakan perangkat mobile, individu dapat menikmati layanan transaksi tanpa perlu hadir secara fisik di bank atau membawa uang tunai. Hal ini mendukung terciptanya ekosistem keuangan yang lebih aman, transparan, dan terkontrol. Kemudahan penggunaan *e-wallet* juga memperkuat daya tariknya, karena transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, cukup dengan koneksi internet. Keunggulan ini menjadikan *e-wallet* sebagai instrumen penting dalam mempercepat transformasi digital di sektor keuangan sekaligus mendorong terciptanya masyarakat yang semakin melek teknologi finansial.

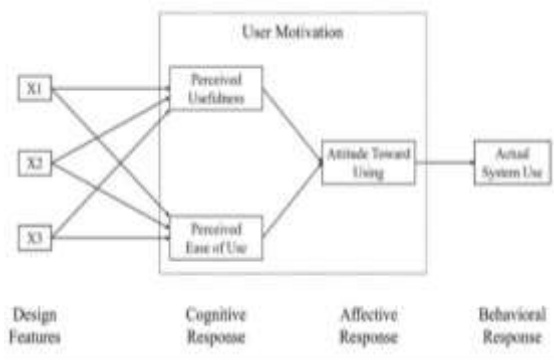
Penelitian ini tidak mengadopsi seluruh konstruk dalam TAM dan UTAUT secara bersamaan. Pemilihan variabel dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan prinsip parsimony (penyederhanaan konsep) dan menghindari redundansi konstruk. Beberapa variabel dalam kedua model memiliki kesamaan konseptual, seperti *Perceived Ease of Use* yang sejalan dengan *Effort Expectancy*, serta *Perceived Usefulness* yang memiliki kemiripan dengan *Performance Expectancy*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konstruk dari TAM sebagai representasi utama aspek kognitif, sementara dari UTAUT dipilih *Facilitating Conditions* dan *Social Influence* untuk mewakili

faktor eksternal yang relevan dengan konteks penggunaan *e-wallet*.

TAM Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model teoritis yang banyak digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi baru. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1986; 1989) yang menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU).

Perceived Usefulness merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Sementara itu, *Perceived Ease of Use* menggambarkan sejauh mana individu percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Kedua konstruk ini selanjutnya memengaruhi sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), yang pada akhirnya berdampak pada niat perilaku (*behavioral intention to use*) dan penggunaan aktual (*actual use*) suatu teknologi. Model TAM telah banyak digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi, termasuk dalam bidang sistem informasi dan layanan finansial digital. Sejumlah penelitian selanjutnya juga mengembangkan TAM dengan menambahkan variabel eksternal seperti *trust*, *perceived risk*, maupun *social influence* untuk menjelaskan penerimaan teknologi dalam konteks yang lebih spesifik (Venkatesh & Davis, 2000). Bentuk TAM Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. TAM Model

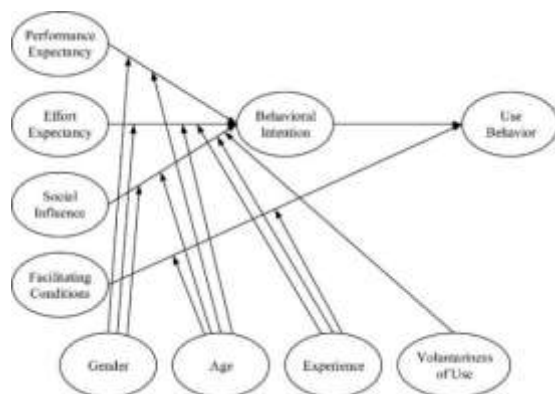
UTAUT Model

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model teoritis yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh individu. Model ini dikembangkan melalui sintesis delapan teori dan model adopsi teknologi sebelumnya, antara lain *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan *Diffusion of Innovations* (DOI). Dengan pendekatan integratif tersebut, UTAUT mampu memberikan daya jelaskan (*explanatory power*) yang lebih tinggi dibandingkan model-model pendahulunya. UTAUT mengemukakan bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh empat konstruk utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Keempat konstruk ini terbukti secara empiris berperan signifikan dalam

memprediksi adopsi teknologi di berbagai konteks organisasi dan individu. *Performance expectancy* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan. Konstruk ini merepresentasikan manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi dan sering ditemukan sebagai prediktor paling kuat terhadap niat penggunaan teknologi. Semakin besar persepsi bahwa teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas, maka semakin tinggi niat individu untuk menggunakannya.

Effort expectancy merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan teknologi yang dirasakan oleh individu. Konstruk ini berkaitan dengan persepsi bahwa sistem yang digunakan mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks adopsi teknologi baru, *effort expectancy* berperan penting terutama pada tahap awal penggunaan. *Social influence* menggambarkan sejauh mana individu memandang bahwa orang-orang penting di sekitarnya, seperti atasan, rekan kerja, atau lingkungan sosial, meyakini bahwa teknologi tersebut perlu digunakan. Pengaruh sosial ini dapat mendorong individu untuk menerima teknologi, khususnya dalam lingkungan organisasi yang bersifat hierarkis atau kolektif. *Facilitating conditions* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur teknis dan organisasi telah tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi.

Konstruk ini mencakup ketersediaan sumber daya, pengetahuan, serta dukungan teknis yang memadai. *Facilitating conditions* secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan aktual teknologi. Selain konstruk utama, UTAUT juga memasukkan beberapa variabel moderator, yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan (*voluntariness of use*), yang berfungsi untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antar konstruk dalam model. Keberadaan moderator ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik individu. Dalam perkembangannya, UTAUT telah banyak diadopsi dan dimodifikasi dalam berbagai penelitian, termasuk pada konteks *e-government*, *e-learning*, *fintech*, sistem informasi organisasi, serta adopsi kecerdasan buatan (AI). Fleksibilitas model ini memungkinkan peneliti untuk menambahkan konstruk eksternal seperti *personal innovativeness*, *trust*, dan *perceived risk* guna meningkatkan relevansi model.



Gambar 3. UTAUT Model

Penelitian ini menggunakan delapan hipotesis untuk menguji hubungan antar variabel dalam model integratif yang menggabungkan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai teori

utama dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai teori pendukung. Konstruk dari TAM, seperti *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* (Fred Davis, 1989), serta konstruk dari UTAUT, seperti *Facilitating Conditions* dan *Social Influence* (Viswanath Venkatesh et al., 2003), dipilih untuk merepresentasikan faktor internal dan eksternal dalam adopsi teknologi. Hipotesis H1–H3 menguji pengaruh faktor kognitif dan kondisi pendukung terhadap *Personal Innovativeness*. Hipotesis H4–H5 menguji pengaruh *Personal Innovativeness* dan *Monetary Risk* terhadap *Behavioral Intention*. Sementara itu, H6–H8 menguji faktor-faktor yang membentuk *Monetary Risk*, yaitu *Privacy Risk*, *Security Risk*, dan *Social Influence*.

Dengan demikian, delapan hipotesis ini disusun untuk membentuk alur hubungan yang sistematis dari faktor kognitif dan eksternal menuju niat penggunaan, dengan mempertimbangkan peran risiko dalam konteks penggunaan *e-wallet*. Delapan Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- H1 : *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Personal Innovativeness* pengguna *e-wallet*.
- H2 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Personal Innovativeness* pengguna *e-wallet*.
- H3 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Personal Innovativeness* pengguna *e-wallet*.
- H4 : *Personal Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* penggunaan *e-wallet*.
- H5 : *Monetary Risk* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* penggunaan *e-wallet*.
- H6 : *Privacy Risk* berpengaruh terhadap *Monetary Risk* dalam penggunaan *e-wallet*.
- H7 : *Security Risk* berpengaruh terhadap *Monetary Risk* dalam penggunaan *e-wallet*.
- H8 : *Social Influence* berpengaruh terhadap *Monetary Risk* dalam penggunaan *e-wallet*.

Model penelitian dirancang dengan konstruk reflektif, sehingga analisis akan dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (validitas dan reliabilitas indikator) serta evaluasi model struktural (uji hipotesis dan hubungan antarvariabel). Uji kelayakan model akan mencakup pengujian multikolinearitas (VIF), reliabilitas komposit, validitas diskriminan, serta pengujian signifikansi jalur (*path coefficients*).

METODE

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan terhadap 197 orang melalui survei daring menggunakan *Google Form*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Strata 1 di wilayah Surakarta dan Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Penyebaran data menggunakan *google form* karena lebih fleksibel, praktis, dan efisien dalam menjangkau responden (Burns & Bush, 2000). Responden penelitian ditargetkan adalah mahasiswa S1 yang aktif menggunakan *e-wallet* (seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan LinkAja) dalam aktivitas transaksi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*, yaitu memilih responden yang mudah diakses, sesuai dengan kriteria penelitian dan menyesuaikan keterbatasan waktu maupun sumber daya (Parastiti et al., 2015). Adapun kriteria responden yang ditetapkan adalah:

1. Berstatus mahasiswa aktif Strata 1
2. Tidak lebih dari semester 8
3. Pengguna E-Wallet
4. Berdomisili di Solo dan Yogyakarta

Instrumen penelitian dikembangkan dengan mengadaptasi skala pengukuran dari penelitian terdahulu. Kuesioner disusun untuk mengukur beberapa konstruk utama terkait penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif masyarakat. Setiap butir pernyataan diukur dengan skala Likert empat poin (1=sangat tidak setuju, 4=sangat setuju) untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Variabel yang diukur dalam penelitian ini meliputi:

1. *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU), diadaptasi dari Davis (1989) serta Davis et al. (1989).
2. *Security Risk* (SR), *Privacy Risk* (PRR), dan *Monetary Risk* (MR), diadaptasi dari Laukkanen & Lauronen (2005), Kuisma et al. (2007), Black et al. (2001), serta Cheung & Lee (2001).
3. *Social Influence* (SI) dan *Facilitating Conditions* (FC), diadaptasi dari Moore & Benbasat (1991) serta Thompson et al. (1991).
4. *Personal Innovativeness* (PI), diadaptasi dari Agarwal & Prasad (1998).
5. *Behavioral Intention* (BI), diadaptasi dari Ajzen (1991) dan Taylor & Todd (1995).
6. Perilaku Konsumtif (PK), dikembangkan berdasarkan literatur perilaku konsumen yang relevan dengan konteks transaksi digital.

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS (Hair et al., 2011). Pemilihan metode ini didasarkan pada kompleksitas model penelitian yang melibatkan banyak variabel laten dan hubungan antar konstruk, serta kesesuaiannya untuk ukuran sampel yang relatif terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian telah mendapatkan 197 responden yang terdiri dari mahasiswa aktif di kota Solo dan Yogyakarta. Mahasiswa yang dapat menjadi responden adalah mereka yang aktif dalam menggunakan *e-wallet* untuk kebutuhan transaksi sehari – hari. Detail dari pengisiannya adalah 86 mahasiswa dari solo dan 111 mahasiswa DIY. Rentang umur adalah anak muda dengan rerata usia dari 17 - 28 tahun.



Gambar 4. Aplikasi *e-wallet*

Tingginya penggunaan aplikasi *e-wallet* seperti DANA, ShopeePay, dan GoPay mencerminkan bahwa preferensi pengguna tidak hanya didasarkan pada fungsi dasar sebagai alat transaksi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta berbagai insentif

ekonomi seperti promo dan *cashback* yang ditawarkan oleh masing-masing *platform*. Dalam konteks teoritis, penelitian ini mengacu pada model penerimaan teknologi yang menjelaskan bahwa niat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, pengaruh sosial, serta kondisi pendukung. Di samping itu, karakteristik individu seperti *personal innovativeness* juga berperan penting dalam menentukan sejauh mana seseorang bersedia menerima dan menggunakan teknologi baru. Integrasi antara faktor teknologi dan faktor individu ini menjadi dasar dalam menjelaskan variasi perilaku pengguna dalam menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan gambar di atas Dana adalah aplikasi *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden dengan presentase 59,4% dari keseluruhan pengisian. Lalu di peringkat kedua ada Shopeepay dengan 24,9% dan yang terbesar ketiga adalah Gopay dengan 7,6% dari total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong adopsi *e-wallet* secara masif. Namun, adopsi teknologi finansial tidak hanya ditentukan oleh aspek kegunaan, melainkan juga oleh persepsi risiko dan karakteristik individu pengguna. Model penerimaan teknologi seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *UTAUT* menekankan pentingnya kemudahan penggunaan, kondisi pendukung, serta pengaruh sosial dalam membentuk niat perilaku (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003).

Selain itu, *Personal Innovativeness* dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi kecenderungan individu dalam mengadopsi teknologi baru (Agarwal & Prasad, 1998). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji model pengukuran dan model struktural. Evaluasi dilakukan melalui uji reliabilitas, validitas konvergen, validitas diskriminan, serta pengujian hipotesis antar konstruk.

Tabel 1. Factor loading, Cronbach's Alpha, CR and AVE

	Cronbach Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Behavioral Intention	0,914	0,921	0,946	0,853
Facilitating Conditions	0,891	0,891	0,933	0,822
Monetary Risk	0,475	0,620	0,717	0,493
Perceived Ease of Use	0,869	0,875	0,910	0,717
Perceived Usefulness	0,871	0,886	0,912	0,722
Personal Innovativeness	0,818	0,845	0,879	0,647
Privacy Risk	0,833	0,926	0,916	0,733
Security Risk	0,818	0,863	0,877	0,643
Social Influence	0,860	0,862	0,905	0,704

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, yang mengindikasikan reliabilitas internal yang baik (Hair et al., 2019). Nilai AVE pada hampir seluruh konstruk juga melebihi 0,50, sehingga validitas konvergen dapat diterima. Konstruk Monetary Risk menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan AVE yang relatif

lebih rendah. Meskipun demikian, nilai Composite Reliability masih berada pada batas yang dapat diterima.

Tabel 2. Fornell – Larcker criterion: The correlation matrix and discriminant validity.

	Behavioral Intention	Facilitating Conditions	Monetary Risk	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Personal Innovativeness	Privacy Risk	Security Risk	Social Influence
Behavioral Intention	0,924								
Facilitating Conditions	0,580	0,906							
Monetary Risk	0,577	0,544	0,702						
Perceived Ease of Use	0,594	0,675	0,497	0,847					
Perceived Usefulness	0,570	0,622	0,407	0,754	0,850				
Personal Innovativeness	0,602	0,432	0,576	0,451	0,397	0,804			
Privacy Risk	0,079	0,192	0,269	0,092	0,065	0,227	0,856		
Security Risk	0,247	0,301	0,26	0,234	0,233	0,263	0,568	0,80	
Social Influence	0,492	0,682	0,565	0,623	0,555	0,487	0,240	0,339	

Pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell–Larcker menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk, sehingga validitas diskriminan terpenuhi (Fornell & Larcker, 1981)

Tabel 3. HTMT: The correlation matrix and discriminant validity

	Facilitating Conditions	Monetary Risk	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Personal Innovativeness	Privacy Risk	Security Risk	Social Influence
Behavioral Intention								
Facilitating Conditions	0,643							
Monetary Risk	0,746	0,716						
Perceived Ease of Use	0,660	0,762	0,721					
Perceived Usefulness	0,640	0,711	0,652	0,871				
Personal Innovativeness	0,674	0,494	0,946	0,514	0,444			
Privacy Risk	0,081	0,213	0,629	0,107	0,094	0,270		
Security Risk	0,270	0,342	0,484	0,264	0,273	0,332	0,666	
Social Influence	0,550	0,775	0,818	0,721	0,637	0,588	0,264	0,407

Uji HTMT juga menunjukkan sebagian besar nilai berada di bawah ambang batas 0,90, meskipun terdapat nilai tinggi antara Monetary Risk dan Personal Innovativeness. Hal ini mengindikasikan adanya kedekatan konseptual yang dapat diterima secara teoritis, mengingat individu inovatif cenderung memiliki persepsi risiko yang berbeda terhadap teknologi baru (Rogers, 2003)

Tabel 4. Variance inflation factors values (VIF)

Variables	VIF Values	Variables	VIF Values
BI1	2,713	PI1	1,525
BI2	3,630	PI2	1,397
BI3	3,496	PI3	2,427
EE1	1,946	PI4	2,459
EE2	2,237	PV1	2,113
EE3	2,269	PV2	2,289
EE4	2,490	PV3	2,623
FC1	2,323	PV4	2,308
FC2	3,250	SI1	2,677
FC3	2,733	SI2	2,610
MR1	1,222	SI3	2,004
MR2	1,051	SI4	1,836
MR3	1,278	SR1	1,502
PE1	1,708	SR2	2,026
PE2	2,493	SR3	2,077
PE3	3,061	SR4	1,579
PE4	2,600		

Tabel 4 memperlihatkan bahwa nilai VIF pada setiap indikator berada pada rentang 1.051 hingga 3.630, yang masih berada di bawah batas toleransi yang direkomendasikan. Nilai VIF tertinggi ditemukan pada indikator BI2 sebesar 3.630, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator MR2 sebesar 1.051. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator memberikan kontribusi informasi yang relatif independen dan tidak mengalami redundansi yang berlebihan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak mengalami permasalahan multikolinearitas yang signifikan, sehingga model pengukuran dan model struktural yang digunakan dinilai layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya, khususnya pada pengujian hubungan antar variabel dan pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 5. Outcome of the hypothesis – evaluation of the structural model.

	Path Coefficient	P Values	Conclusion
Facilitating Conditions → Personal Innovativeness	0,219	0,009	Supported
Monetary Risk → Behavioral Intention	0,345	0,0000	Supported
Perceived Ease of Use → Personal Innovativeness	0,246	0,007	Supported
Personal Usefulness → Personal Innovativeness	0,076	0,206	Not Supported
Personal Innovativeness → Behavioral Intention	0,403	0,000	Supported
Privacy Risk → Monetary Risk	0,139	0,094	Not Supported
Security Risk → Monetary Risk	0,005	0,476	Not Supported
Social Influence → Monetary Risk	0,530	0,000	Supported

Pengujian model struktural menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dalam penelitian ini tidak hanya bersifat statistik, tetapi juga mencerminkan dinamika perilaku pengguna *e-wallet* yang dipengaruhi oleh faktor kognitif, lingkungan, serta persepsi risiko. Temuan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Innovativeness* mengindikasikan bahwa ketersediaan infrastruktur, kemudahan akses, serta dukungan teknis yang memadai mampu mendorong pengguna untuk lebih eksploratif dalam memanfaatkan teknologi. Hal ini sejalan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa yang terbiasa dengan ekosistem digital, sehingga ketika fasilitas pendukung tersedia dengan baik, mereka cenderung lebih percaya diri untuk mencoba fitur-fitur baru. Temuan ini memperkuat kerangka UTAUT yang dikemukakan oleh Viswanath Venkatesh et al. (2003), di mana kondisi pendukung tidak hanya memfasilitasi penggunaan, tetapi juga mendorong inovativitas individu.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Innovativeness* ($\beta = 0.219$; $p = 0.009$). Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan sumber daya, dukungan

teknis, dan kemudahan akses terhadap sistem *e-wallet* mendorong pengguna untuk lebih inovatif dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital. Hasil ini sejalan dengan kerangka UTAUT, yang menekankan peran kondisi pendukung dalam mendorong penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Selanjutnya, *Perceived Ease of Use* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Innovativeness* ($\beta = 0.246$; $p = 0.007$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk mencoba dan mengeksplorasi inovasi baru. Temuan ini konsisten dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan menurunkan hambatan adopsi teknologi (Davis, 1989). Sebaliknya, *Perceived Usefulness* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Personal Innovativeness* ($\beta = 0.076$; $p = 0.206$). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna menyadari manfaat *e-wallet*, persepsi tersebut tidak secara langsung mendorong sifat inovatif. Kegunaan dipersepsikan sebagai faktor dasar (*hygiene factor*), bukan sebagai pendorong utama inovasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam konteks fintech dan layanan digital yang matang (Oliveira et al., 2016).

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0.403$; $p = 0.000$). Temuan ini menegaskan bahwa individu dengan tingkat inovativitas yang lebih tinggi memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan *e-wallet* secara berkelanjutan. Dengan demikian, *personal innovativeness* berperan sebagai determinan utama niat penggunaan teknologi pembayaran digital, sebagaimana dikemukakan oleh Agarwal dan Prasad (1998).

Selain itu, *Monetary Risk* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0.345$; $p = 0.000$). Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko finansial merupakan faktor penting dalam membentuk niat penggunaan *e-wallet*. Pengguna mempertimbangkan potensi kerugian finansial sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan pembayaran digital, sehingga pengelolaan risiko finansial menjadi aspek krusial bagi penyedia *e-wallet* (Featherman & Pavlou, 2003). Terkait faktor pembentuk risiko finansial, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Monetary Risk* ($\beta = 0.530$; $p = 0.000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko finansial pengguna lebih banyak dibentuk oleh opini, pengalaman, dan rekomendasi lingkungan sosial dibandingkan oleh evaluasi teknis individu. Dengan kata lain, risiko finansial dalam penggunaan *e-wallet* bersifat sosial dan kolektif.

Sebaliknya, *Privacy Risk* ($\beta = 0.139$; $p = 0.094$) dan *Security Risk* ($\beta = 0.005$; $p = 0.476$) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Monetary Risk*. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang relatif tinggi terhadap sistem keamanan dan perlindungan data yang disediakan oleh penyedia layanan. Dengan demikian, risiko teknis tidak secara langsung diterjemahkan sebagai risiko finansial oleh pengguna.

KESIMPULAN

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap *Personal Innovativeness*, sejalan dengan UTAUT yang menyatakan bahwa dukungan infrastruktur mendorong eksplorasi teknologi (Venkatesh et al., 2003). *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Personal Innovativeness*, mendukung TAM yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menurunkan hambatan adopsi teknologi (Davis, 1989). *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Personal Innovativeness*, yang mengindikasikan bahwa manfaat teknologi dianggap sebagai kebutuhan dasar, bukan faktor pendorong inovasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian *fintech* sebelumnya (Oliveira et al., 2016).

Personal Innovativeness berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menegaskan bahwa individu inovatif lebih terbuka terhadap adopsi teknologi baru (Agarwal & Prasad, 1998). *Monetary Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, menunjukkan bahwa pertimbangan finansial tetap menjadi faktor krusial dalam penggunaan e-wallet (Featherman & Pavlou, 2003).

Social Influence berpengaruh signifikan terhadap *Monetary Risk*, yang menunjukkan bahwa persepsi risiko finansial banyak dibentuk oleh pengalaman dan opini lingkungan sosial. Sebaliknya, *Privacy Risk* dan *Security Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Monetary Risk*. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung mempercayai sistem keamanan penyedia e-wallet dan tidak secara langsung mengaitkan isu teknis dengan potensi kerugian finansial, sebagaimana juga ditemukan dalam studi pembayaran digital sebelumnya (Zhou, 2014). Temuan penelitian ini menegaskan bahwa adopsi e-wallet tidak hanya ditentukan oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh karakteristik individu dan pengaruh sosial. *Personal Innovativeness* terbukti menjadi variabel kunci yang menjembatani faktor kemudahan dan kondisi pendukung dengan niat penggunaan. Selain itu, dominannya pengaruh sosial dalam membentuk persepsi risiko finansial menunjukkan bahwa adopsi e-wallet bersifat kolektif dan kontekstual, bukan semata-mata keputusan individual rasional.

Penelitian ini menyimpulkan lebih lanjut bahwa:

1. Faktor teknologi, khususnya *Perceived Ease of Use* dan *Facilitating Conditions*, berperan penting dalam meningkatkan *Personal Innovativeness* pengguna e-wallet.
2. *Personal Innovativeness* merupakan determinan utama *Behavioral Intention* dalam penggunaan e-wallet.
3. Persepsi *Monetary Risk* secara signifikan memengaruhi niat penggunaan, namun risiko tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh *Social Influence* dibandingkan oleh risiko privasi dan keamanan.
4. Pengguna e-wallet cenderung mempercayai aspek keamanan sistem, sehingga risiko teknis tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam adopsi.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner dengan data yang bersifat *self-reported*. Kondisi ini memungkinkan adanya bias subjektivitas, seperti kecenderungan responden dalam memberikan jawaban yang dianggap paling sesuai secara sosial atau kurang merepresentasikan perilaku aktual mereka dalam penggunaan e-wallet. Rekomendasi bagi penelitian berikutnya adalah pengembangan model penelitian perlu dilakukan dengan menambahkan variabel-variabel lain yang relevan, seperti

literasi keuangan, *self-control*, serta faktor gaya hidup, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumtif dalam penggunaan e-wallet.

REFERENSI

- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Black, N. J., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., & McKechnie, S. (2001). Modelling consumer choice of distribution channels: An illustration from financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 19(4), 161-173.
- Burns, A. C., & Bush, R. F. (2000). *Marketing research*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2001). Trust in Internet shopping: A proposed model and measurement instrument. *Proceedings of the Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Diva, F., & Anshori, M. Y. (2024). Adopsi dompet digital dalam transaksi keuangan masyarakat. *Jurnal Ekonomi Digital*
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2021). PLS-SEM or CB-SEM: Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 5(2), 107-123.
- Katadata Insight Center. (2023). *Perilaku konsumen digital Indonesia*.
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10.
- Kuisma, T., Laukkanen, T., & Hiltunen, M. (2007). Mapping the reasons for resistance to Internet banking: A means

- end approach. *International Journal of Information Management*, 27(2), 75-85.
- Laukkanen, T., & Lauronen, J. (2005). Consumer value creation in mobile banking services. *International Journal of Mobile Communications*, 3(4), 325-338.
- Lin, H.H. (2020). The effect of mobile payment on consumer behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, M., & Haryono, A. (2015). Analisis penggunaan convenience sampling dalam penelitian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Prelec, D., & Simester, D. (2001). Always leave home without it: A further investigation of the credit-card effect on willingness to pay. *Marketing Letters*, 12(1), 5-12
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Statista. (2024). *Digital payments - Indonesia*.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143.
- Truc, L. T., (2004). Empowering tomorrow: Unleashing the power of e-wallets with adoption readiness, personal innovativeness, and perceived risk to client's intention. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 10.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, F. D., & Davis, G. B. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Yanti, R., & Nurida, A. (2022). Persepsi generasi muda terhadap penggunaan dompet digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*
- Zhou, T. (2014). Understanding mobile payment user adoption and trust. *Computers in Human Behavior*, 34, 274-286.