



VOLUME 1 NOMOR 2 JUNI 2024

Diterima: 18 Juni 2024

Direvisi: 25 Juni 2024

Disetujui: 28 Juni 2024

The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, and Security on the Intention to Reuse Linkaja Digital Wallet in Bandarlampung City

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Di Kota Bandarlampung

David Widiyanto¹, Driya Wiryawan²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung^{1,2}Email: david.widiyanto12@gmail.com¹, driyawiryawan@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, and Security on the Intention to Use LinkAja in Bandarlampung City. The research sample consisted of 90 respondents selected using non-probability sampling with purposive sampling technique. Data collection was done using a questionnaire, and the measurement scale employed in this study was the Likert scale method. The data analysis tool used was multiple linear regression analysis conducted using SPSS version 25 software, including partial testing (t-test), simultaneous testing (F-test), and determination analysis (R-squared). The results of this study indicate that Perceived Usefulness (X_1) and Ease of Use (X_2) significantly influence Intention to Use (Y), whereas Security (X_3) does not significantly influence Intention to Use (Y).

Keywords: Perceived Usefulness, Ease of Use, Security, Intention to Use.

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Niat Penggunaan LinkAja di Kota Bandarlampung. Sampel penelitian ini sebanyak 90 responden diambil menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala *likert*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25, pengujian parsial (uji t), pengujian simultan (uji f), dan analisis determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Persepsi Kegunaan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan (Y) sedangkan Keamanan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan (Y).

Kata Kunci : Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Niat Penggunaan.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini membawa kemajuan diberbagai aspek. Dengan perkembangan teknologi tersebut mendorong inovasi dalam memanfaatkan teknologi yang memberikan kemudahan dalam melakukan pekerjaan sehingga pekerjaan menjadi praktis, cepat dan lebih produktif yang secara langsung mempengaruhi bidang kesehatan, pendidikan, transportasi, teknologi komunikasi, dan ekonomi.

Perkembangan teknologi ini membentuk dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang menginginkan berbagai kemudahan. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi yaitu teknologi finansial. Orang tidak perlu lagi melakukan transaksi secara tunai atau konvensional menggunakan uang kertas dan uang logam. Melalui gawai yang dimiliki, pengguna dapat melakukan pembelian dan pembayaran dengan mudah dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan waktu dan tempat. Teknologi finansial juga membantu kegiatan bisnis dalam melakukan pembayaran sehingga lebih cepat dan aman.

Melihat potensi manfaat dan risikonya, transaksi secara digital di Indonesia diatur oleh Bank Indonesia. Pada tahun 2016 Bank Indonesia menerbitkan peraturan yaitu Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Lalu pada 2017 Bank Indonesia juga menerbitkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.

Menurut Bank Indonesia (2023), teknologi finansial diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam kegiatan yang berkaitan dengan keuangan dalam menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan secara moneter serta efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan dalam sistem pembayaran. Melalui peraturan tersebut, Bank Indonesia memfasilitasi dan melakukan pengawasan dalam rangka untuk menjaga stabilitas sistem keuangan dan melindungi penyelenggara teknologi finansial dan konsumennya sehingga terintegrasi dengan kebijakan Bank Indonesia lainnya.



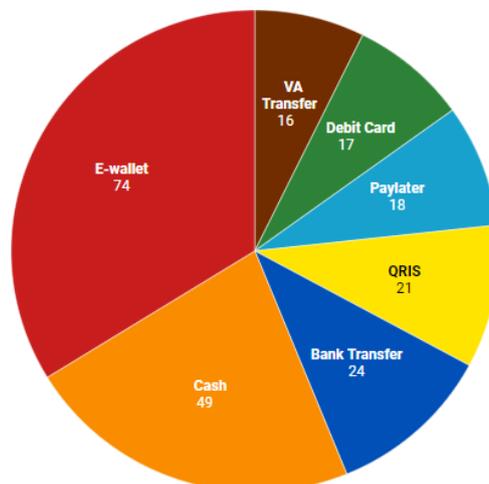
Gambar 1. Transaksi Online 2024

Sumber: <https://survei.apjii.or.id/>

Berdasarkan survei yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2024 kepada 8720 orang yang tersebar di 38 provinsi di Indonesia menunjukkan frekuensi pengguna internet yang melakukan transaksi *online* sebesar 61,09 % dalam sebulan dengan rata-rata uang yang dikeluarkan untuk transaksi *online* hingga lebih dari Rp.3.000.000,00. Hasil survei menggambarkan frekuensi kegiatan transaksi *online* pada



tahun 2024 meningkat sebesar 11,56% dari tahun sebelumnya. Dalam hal ini dapat diasumsikan bahwa jumlah pengguna teknologi finansial terus bertambah dan semakin berkembang di tengah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari.



Gambar 2. Metode Pembayaran
Sumber: <https://insightasia.com/>

Salah satu metode pembayaran dalam transaksi secara *online* yang banyak digunakan saat ini adalah *e-wallet* atau dompet digital. Berdasarkan Gambar 1.2, dompet digital menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan dalam survei yang dilakukan oleh Insight Asia dengan 1300 responden dari beberapa kota besar di Indonesia. Menurut Bank Indonesia, dompet digital adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran. Oleh karena itu dompet digital dapat memungkinkan penggunaannya untuk menyimpan, mengirim, dan menerima uang secara elektronik sehingga pengguna dapat melakukan transaksi secara digital dengan *merchant* (penyedia barang atau jasa) yang sudah berafiliasi. Berikut beberapa penyedia layanan dompet digital di Indonesia, yaitu Gojek (Gopay), Ovo, Dana, LinkAja, dan Shopeepay.

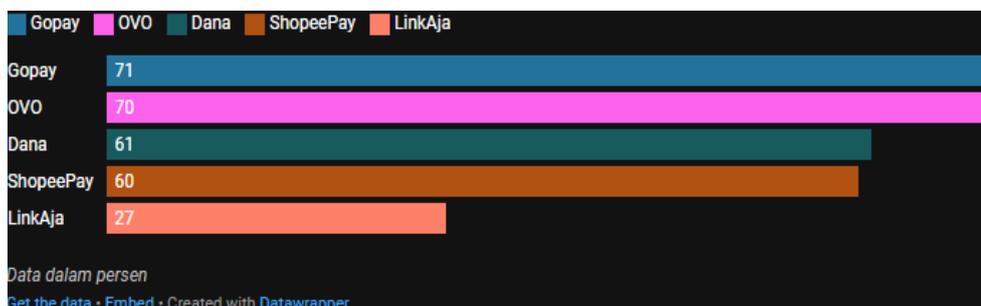
Berikut adalah beberapa transaksi yang dapat dilakukan melalui dompet digital yaitu: Fitur pembelian, transaksi retail, tagihan listrik, bayar BPJS, tagihan internet, tagihan air, *delivery* makanan, transaksi *e-commerce*, dan lain-lain. Transfer dana ke bank, Kirim dan terima saldo sesama pengguna, Pembayaran transportasi, mulai dari kereta, taksi, pesawat, kapal, bis, hingga transportasi *online*, *Paylater* dan cicilan.

LinkAja merupakan penyedia layanan pembayaran berbasis server milik PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Pada tanggal 21 Januari 2019, PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) didirikan oleh Telkomsel bersama anggota Badan Usaha Milik Negara lainnya, yaitu Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, Pertamina, Asuransi Jiwasraya dan Danareksa. LinkAja mulai beroperasi pada tanggal 21 Februari 2019 setelah Finarya secara resmi mendapatkan izin dari Bank Indonesia sebagai penyelenggara teknologi finansial, serta menggantikan aplikasi TCASH, Mandiri e-cash, yap! (BNI), UnikQu (BNI), My QR (Bank BRI) dan T-Bank (Bank BRI). LinkAja secara resmi diluncurkan pada tanggal 30 Juni 2019.

Sebagai salah satu dompet digital yang ada di Indonesia, LinkAja juga menawarkan berbagai layanan dan fitur yang menarik sehingga dapat terus bersaing dengan kompetitornya. Beberapa contoh layanan dan fitur tersebut adalah pembelian atau



pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembayaran transportasi, pembayaran pungutan/pajak, tabungan emas, serta layanan perbankan; transfer antar bank, pembayaran/transfer ke rekening virtual, tarik tunai saldo LinkAja di ATM Bank Mandiri, BRI, BNI. LinkAja juga menjadi pihak yang ditunjuk resmi oleh pemerintah untuk menyalurkan dana insentif kepada peserta Kartu Prakerja sehingga para peserta dapat lebih mudah dalam mengatur insentifnya.



Gambar 3. Platform Dompet Digital Paling Populer Tahun 2023

Sumber: <https://katadata.co.id/>

Berdasarkan Gambar 1.3 dari laporan katadata.co.id, terlihat dominasi GoPay dengan 71% pengguna, diikuti oleh OVO dengan 70% pengguna, Dana dengan 61% pengguna, ShopeePay dengan 60% pengguna, dan LinkAja dengan 27% pengguna. Tren ini mencerminkan dinamika yang kuat dalam ekosistem pembayaran digital di Indonesia. Dalam Gambar diatas terlihat bahwa LinkAja menempati peringkat kelima dengan hanya 27% pengguna. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain, pertama, kegunaan aplikasi tersebut berkaitan dengan seberapa efektif dan bermanfaatnya bagi pengguna dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan mereka. Meskipun LinkAja termasuk yang signifikan di pasar, persaingan yang sengit dari pemain besar seperti Ovo, Gopay, Dana, dan ShopeePay dapat memengaruhi persepsi kegunaan oleh pengguna. Pengguna cenderung akan beralih ke platform yang menawarkan fitur yang lebih menarik atau solusi yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kedua, kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial dalam menarik minat pengguna. Pengalaman pengguna yang intuitif, proses transaksi yang cepat, dan kemudahan aksesibilitas merupakan hal-hal yang dicari oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Jika pengguna menganggap bahwa LinkAja kurang memenuhi standar kemudahan penggunaan tersebut dibandingkan dengan pesaingnya, maka posisinya dalam pangsa pasar akan terpengaruh. Ketiga, keamanan penggunaan adalah aspek penting yang tidak boleh diabaikan. Dalam era digital yang dipenuhi dengan ancaman keamanan *cyber*, pengguna akan lebih memilih platform yang menawarkan tingkat keamanan yang tinggi dalam melakukan transaksi *online*. Jika pengguna merasa bahwa LinkAja memiliki kerentanan terhadap ancaman keamanan atau tidak memberikan perlindungan yang memadai terhadap privasi dan data pengguna, hal ini dapat mengurangi kepercayaan pengguna dan mengakibatkan penurunan minat pengguna.

Dengan terus meningkatkan kualitas kegunaan, kemudahan penggunaan, dan tingkat keamanan aplikasinya, LinkAja dapat mengukuhkan posisinya sebagai opsi utama di antara berbagai pilihan dalam ekosistem pembayaran digital di kota ini. Dalam meningkatkan kegunaan, LinkAja perlu terus menghadirkan fitur-fitur yang relevan dan berguna bagi pengguna sehari-hari, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, atau transaksi belanja *online*. Kemudahan penggunaan juga harus menjadi fokus utama, dengan antarmuka yang intuitif dan proses transaksi yang cepat dan efisien.



Penelitian (Keni *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan. Di antara faktor-faktor yang mempengaruhi, persepsi kegunaan memiliki efek terbesar. Hal ini dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan pengguna dalam menggunakan dompet digital. Jika pengguna merasa teknologi yang digunakan memberi manfaat positif maka pengguna akan memiliki niat untuk menggunakan secara kontinu. Persepsi kegunaan merupakan persepsi pengguna terhadap sejauh mana dompet digital dapat memberikan manfaat yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan pengguna. Faktor ini mencakup sejauh mana dompet digital mempermudah proses transaksi, menghemat waktu dan tenaga, serta memberikan kemudahan akses pada berbagai layanan finansial (Wijaya *et al.*, 2021).

Namun, terlepas dari manfaat dan fleksibilitas yang ditawarkan, dompet digital dapat menimbulkan masalah keamanan bagi penggunanya. Kejahatan-kejahatan yang banyak terjadi contohnya pencurian data identitas, penipuan, dan kehilangan akses pada dompet digital yang sangat merugikan bagi pengguna. Oleh karenanya perkembangan dompet digital dan uang elektronik saat ini harus disertai oleh jaminan keamanan dari penyelenggara dompet digital. Menurut Sari *et al.* (2022), ada beberapa indikator untuk mengukur keamanan pada dompet digital, yaitu percaya bahwa informasi pengguna terlindungi, tidak ada kekhawatiran dalam memberikan informasi, dan percaya bahwa transaksi dijamin keamanannya. Oleh karena itu tingkat keamanan aplikasi harus ditingkatkan secara terus-menerus untuk melindungi data pribadi dan transaksi pengguna dari ancaman *cyber*.

Penelitian lain telah dilakukan oleh Ariningsih *et al.* (2022), Kurnia & Tandijaya (2023), dan Fahrudi *et al.* (2023) yang secara khusus menginvestigasi persepsi keamanan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dompet digital. Persepsi keamanan pada dompet digital belum mampu memenuhi kepercayaan pengguna terhadap tingkat keamanan yang ditawarkan. Keamanan dianggap sebagai upaya yang sangat penting dalam membangun niat penggunaan terhadap dompet digital. Saat ini dalam kompetisi menyelenggarakan layanan dompet digital, selain memanjakan pengguna dengan fitur-fitur yang mempermudah dan memberikan manfaat, LinkAja perlu juga memperhatikan fungsi keamanan. Jika fungsi layanan dan keamanan dikelola dengan baik maka akan menjadi pondasi yang kuat untuk mendorong pengguna dalam memunculkan niat dalam menggunakan dompet digital LinkAja Di Bandarlampung. Dengan demikian LinkAja bisa mengambil langkah-langkah bagi pengguna untuk menyediakan layanan yang nyaman dan aman. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Dompet Digital Linkaja di Kota Bandarlampung*".

KAJIAN TEORI

Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan disiplin yang luas dan penting dalam menjalankan berbagai jenis organisasi, mulai dari bisnis hingga lembaga pemerintahan dan non-profit. Dalam esensinya, manajemen bukanlah sekadar kumpulan aturan atau prosedur, tetapi sebuah kanvas di mana pemimpin organisasi menciptakan karya yang mengarahkan sumber daya menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Amelia *et al.*, 2022). Sebagai seni, manajemen melibatkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika manusia, keuangan, teknologi, dan lingkungan yang mengelilingi organisasi (Hadi *et al.*, 2022). Hal ini membutuhkan kepekaan terhadap perbedaan individual, kemampuan untuk memotivasi dan menginspirasi, serta keterampilan dalam membangun hubungan yang kokoh dengan berbagai pemangku kepentingan.



Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016) yaitu suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Konsep pemasaran tersebut dapat diciptakan dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun harga, promosi dan pelayanan yang sesuai dengan keadaan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan umum dan kegiatan pemasaran pada khususnya tidak terlepas dari usaha untuk menghadapi dan beradaptasi dengan perkembangan lingkungan di mana perusahaan berada. Seperti saat ini, penyelenggara teknologi finansial terus berkembang dalam menciptakan layanan yang dapat mempermudah pengguna dalam melakukan kegiatan transaksi.

Dompot Digital (Electronic Wallet)

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *e-wallet* atau dompet digital adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Schneider (2011) mengatakan *e-wallet* atau dompet digital adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara *online* dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa.

TRA (*Theory of Reasoned Action*)

Melalui bukunya yang berjudul "Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi: Tinjauan Teoritis, Epistemologi, Aksiologi" Ronda (2018) menegaskan bahwa teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) adalah sebuah kerangka kerja psikologis yang memperhitungkan alasan dan motivasi di balik perilaku manusia. Dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980, teori ini menyoroti peran penting keyakinan dan sikap individu dalam membentuk perilaku seseorang. Dalam penelitian Caroline & Hastuti (2021) teori TRA didasarkan pada dua komponen utama, yaitu komponen sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norms*). Komponen sikap (*attitude*) merujuk pada penilaian individu terhadap suatu perilaku. Ini mencakup evaluasi positif atau negatif terhadap konsekuensi dari melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Sedangkan norma subjektif (*subjective norms*) merujuk pada persepsi individu tentang apakah orang lain penting bagi mereka mengharapkan atau menolak perilaku tertentu. Hal ini mencakup norma-norma sosial, tekanan dari teman atau keluarga, serta ekspektasi sosial terkait perilaku tersebut.

Pada intinya, teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) mengusulkan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi dengan memahami sikap individu terhadap perilaku tersebut. Berdasarkan teori TRA (*Theory of Reasoned Action*), perilaku seseorang dapat diprediksi dengan memperhitungkan sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif mereka. Secara khusus, niat perilaku merupakan mediator antara sikap dan perilaku, yang berarti bahwa niat untuk melakukan suatu tindakan berperan sebagai perantara antara sikap dan tindakan nyata.

Teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) telah memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Dengan memahami sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif mereka, dapat lebih baik memprediksi dan memahami tindakan-tindakan yang diambil oleh individu. Melalui aplikasi yang tepat, teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) dapat membantu dalam merancang intervensi dan strategi yang bertujuan untuk memengaruhi perilaku manusia dengan cara yang positif dan efektif.



TAM (*Technology Acceptance Model*)

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model penelitian yang digunakan untuk menganalisis faktor - faktor yang memengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. Model penerimaan teknologi (TAM) pertama kali dikemukakan oleh Davis pada tahun 1986. Model penerimaan teknologi merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1980. *Theory of Reasoned Action* menyatakan bahwa perilaku dapat dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dapat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi.

Dalam konteks TAM (*Technology Acceptance Model*), niat penggunaan teknologi dianggap sebagai mediator antara persepsi tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi dengan perilaku pengguna sebenarnya (Pratama *et al.*, 2022) Jika seorang individu percaya bahwa teknologi bermanfaat dan mudah digunakan, maka mereka akan memiliki niat untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut, yang pada gilirannya akan mempengaruhi perilaku pengguna sebenarnya. Seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan untuk memahami penerimaan teknologi yang lebih baik, berbagai variasi dari model TAM telah dikembangkan. Salah satu yang paling terkenal adalah TAM yang diperluas, yang menambahkan faktor-faktor eksternal seperti faktor sosial dan budaya yang memengaruhi penerimaan teknologi (Khairani *et al.*, 2021).

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah kondisi dimana seseorang percaya bahwa memakai suatu sistem atau teknologi tertentu dapat menambah kinerja kerja orang tersebut (Davis, 1989). Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa penggunaan teknologi dapat menambah kinerja dan produktivitas penggunanya.

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kegunaan merupakan sejauh mana orang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Artinya orang akan menggunakan suatu sistem atau teknologi jika orang tersebut mengetahui manfaat positif dari penggunaan sistem atau teknologi yang ada. Manfaat yang positif ini akan memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja penggunanya. Hasilnya, pekerjaan akan menjadi lebih cepat dan memuaskan dibandingkan jika tidak menggunakan sistem atau teknologi tersebut.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Davis (1989) menyatakan bahwa perspektif kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi *online* berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Jogiyanto, 2007). Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Chawla & Joshi, (2019) mengatakan *perceived security* adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa saluran pembayaran yang akan digunakan aman. *Perceived security* merupakan derajat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan untuk mengirimkan



informasi yang sensitif seperti data konsumen dan transaksi finansial terjamin keamanannya, atau dilindungi dari segala ancaman potensial. Gefen & Straub (2003) mengidentifikasi *perceived security* merupakan determinan yang kuat terhadap niat untuk melakukan pembayaran/pembelian secara daring. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan memiliki potensi yang besar terhadap niat penggunaan dompet digital.

Niat Penggunaan (*Intention To Use*)

Menurut Davis (1989), niat penggunaan didefinisikan sebagai minat atau keinginan dari seorang individu untuk terus menggunakan sebuah sistem atau teknologi. Menurut Jogiyanto (2007) *intention to use* merupakan suatu keinginan (niat) dalam diri seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Niat penggunaan itu muncul setelah seseorang menyadari akan manfaat suatu sistem atau teknologi yang ada.

Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital LinkAja

Menurut Jogiyanto (2007:114) persepsi kegunaan merupakan sejauh mana orang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Penelitian Keni, *et al.* (2020) menunjukkan persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler di Indonesia. Persepsi kegunaan itu muncul dari manfaat yang dirasakan pengguna melalui layanan-layanan yang ditawarkan oleh penyelenggara layanan pembayaran seluler sehingga membantu dalam kegiatan transaksi. Dari uraian diatas maka hipotesis yang dirumuskan yaitu :Persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandarlampung.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital LinkAja

Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi *online* berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Jogiyanto, 2007). Menurut Ariningsih *et al.* (2022) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital. Secara umum, pengguna menganggap dompet digital memberikan banyak manfaat karena memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Hal tersebut membuat mereka semakin ingin untuk menggunakannya. Dengan kemudahan penggunaan, pengguna tidak kesulitan dalam mengakses aplikasi dan menggunakan layanan-layanan yang ditawarkan dompet digital. Dari uraian diatas maka hipotesis yang dirumuskan yaitu :Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandarlampung.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital LinkAja

Chawla & Joshi (2019) mengatakan *perceived security* adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa saluran pembayaran yang akan digunakan aman. Mustafa, *et al.* (2022) mengatakan persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan dompet digital. Keamanan dompet digital mengacu pada kemungkinan ancaman dan resiko yang ditimbulkan dengan menggunakan dompet digital yang dapat merugikan pengguna. Oleh karenanya, penyelenggara layanan pembayaran perlu memperhatikan keamanan sistem dan keamanan hukum pada produk mereka. Pelanggaran keamanan apa pun akan memengaruhi kepercayaan dan niat menggunakan dompet elektronik. Dari uraian diatas maka hipotesis yang dirumuskan yaitu :Persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandarlampung.



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan secara kuantitatif dengan metode survei. Objek dari penelitian adalah para pengguna Linkaja. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang telah menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. Kuesioner langsung disebarakan secara *online* (*Google Forms*) kepada responden oleh peneliti. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pendekatan skala likert. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumen yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Data sekunder yang ada di penelitian ini antara lain referensi buku, jurnal yang berhubungan dengan topik, penelitian yang diperoleh dari jurnal-jurnal, media internet, dan sumber lain yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna LinkAja di kota Bandarlampung, dengan jumlah responden sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* melalui *purposive probability sampling*. Teknik ini dipilih dikarenakan jumlah populasi yang tidak terbatas. Prosedur dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner dengan *google form*. Peneliti menyebarkan kuesioner untuk 90 responden dan kembali sebanyak 90 responden sesuai dengan jumlah sampel penelitian.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan dan telah memasang serta menggunakan dompet digital LinkAja. Berdasarkan jumlah responden penelitian, responden dapat diklasifikasikan menjadi:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	42	46,7
Perempuan	48	53,3
Jumlah	90	100

Sumber: Data diolah Peneliti Tahun 2024

Tabel 1. menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Terlihat pengguna perempuan berjumlah 48 orang sedangkan pengguna laki-laki yang berjumlah 42 orang dari total 90 responden. Dengan demikian jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dalam penelitian ini.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
<21 tahun	7	7,8
21-25 tahun	50	55,6
26-30 tahun	26	28,9
31-35 tahun	3	3,3
>35 tahun	4	4,4
Jumlah	90	100

Sumber: Data diolah Peneliti Tahun 2024



Berdasarkan tabel 2 responden dengan umur dibawah 21 tahun sebanyak 7 responden, responden dengan rentang umur 21-25 tahun sebanyak 50 responden, responden dengan rentang umur 26-30 tahun sebanyak 26 responden, responden dengan rentang umur 31-35 tahun sebanyak 3 responden, dan responden dengan umur diatas 35 tahun sebanyak 4 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 21-25 tahun yaitu sebanyak 50 orang responden yang merupakan 55,6% dari total 90 responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	25	27,8
Pegawai Swasta/BUMN	34	37,8
Pegawai Negeri/TNI/Polri	6	6,6
Lainnya	25	27,8
Jumlah	90	100

Sumber: Data diolah Peneliti Tahun 2024

Tabel 3 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dapat dilihat bahwa dari 90 responden, paling banyak bekerja sebagai pegawai swasta/BUMN sebanyak 34 orang (37,8%). Kemudian sebanyak 25 orang (27,8%) bekerja/berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, sebanyak 25 orang (27,8%) memilih pekerjaan lainnya, dan sebanyak 6 orang (6,6%) bekerja sebagai pegawai negeri/TNI/Polri.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil pengolahan data maka hasil uji realibilitas dapat dilihat Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Pernyataan	Cronbach alpha	Cronbach alpha if item deleted	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)				
1	Menggunakan dompet digital LinkAja mempercepat proses transaksi yang saya lakukan.	0,881	0,858	Reliabel
2	Menggunakan dompet digital LinkAja meningkatkan kinerja pekerjaan saya.		0,874	Reliabel
3	Menggunakan dompet digital LinkAja meningkatkan produktivitas saya.		0,854	Reliabel
4	Aktivitas transaksi dan pembayaran akan lebih efektif menggunakan dompet digital LinkAja.		0,860	Reliabel
5	Menggunakan dompet digital LinkAja menjadikan aktivitas pembayaran dan transaksi		0,856	Reliabel



	keuangan sehari-hari saya menjadi mudah.			
6	Secara keseluruhan, dompet digital LinkAja akan bermanfaat bagi saya.		0,858	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)				
1	Mudah bagi saya belajar mengoperasikan aplikasi dompet digital LinkAja.	0,854	0,825	Reliabel
2	Saya merasa mudah menggunakan dompet digital LinkAja untuk melakukan kegiatan transaksi atau pembayaran.		0,773	Reliabel
3	Dompet digital LinkAja fleksibel untuk bertransaksi.		0,846	Reliabel
4	Mudah bagi saya menjadi terampil dalam menggunakan dompet digital LinkAja.		0,810	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)				
1	Saya tidak merasa khawatir dengan keamanan informasi pribadi ketika menggunakan dompet digital LinkAja.	0,870	0,831	Reliabel
2	Menurut saya, dompet digital LinkAja akan mampu menjaga kerahasiaan informasi yang saya berikan.		0,828	Reliabel
3	Saya tidak merasa khawatir menggunakan dompet digital LinkAja karena transaksi akan terjamin.		0,848	Reliabel
4	Uang yang tersimpan di dompet digital LinkAja terjamin keamanannya.		0,827	Reliabel
Niat Penggunaan (Y)				
1	Saya berniat menggunakan dompet digital LinkAja untuk mendukung transaksi keuangan yang saya lakukan sehari-hari.		0,853	Reliabel
2	Saya bersedia mencoba lebih banyak layanan dompet digital LinkAja melalui ponsel.	0,889	0,861	Reliabel
3	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan dompet digital LinkAja di masa yang akan		0,869	Reliabel



	datang.		
4	Saya berharap penggunaan dompet digital LinkAja terus berlanjut di masa depan.	0,846	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti Tahun 2024

Tabel 4. menunjukkan bahwa hasil nilai hitung *Cronbach Alpha* pada variabel Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), Persepsi Keamanan (X_3), dan Niat Penggunaan (Y) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70 dan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha If item deleted*. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel sehingga dapat dilanjutkan untuk pengukuran data selanjutnya.

Uji Normalitas

Regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2021:196), Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $>0,05$, sedangkan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengukuran data, Tabel 1.5 menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal dengan nilai signifikansi 0,059 yang berarti lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39518333
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.089
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dari Lampiran SPSS

Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistic t pada penelitian ini dilakukan dengan tingkat keyakinan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengujian sebagai berikut:
 H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$. atau



Ho diterima dan Ha ditolak jika Signifikansi (Sig) > 0,05

Ho ditolak dan Ha diterima jika t hitung \geq t tabel pada $\alpha = 5\%$. atau

Ho ditolak dan Ha diterima jika Signifikansi (Sig) < 0,05

Rumus mencari t tabel adalah:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

k = jumlah variabel bebas (x)

Perhitungan:

$$df = n - k - 1 = 90 - 3 - 1 = 86$$

Hasil perhitungan t tabel = 1.98793 ($\alpha=0,05$, $df=86$) dan perbandingan dengan t hitung terdapat pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji t

No	Hipotesis	Thitung	Ttabel	Sig. \leq 0,05	Hasil
1	H ₁ :Kegunaan	5.603	1.98	.000	Ha Diterima
2	H ₂ :Kemudahan	2.033	1.98	.045	Ha Diterima
3	H ₃ :Keamanan	0.009	1.98	.993	Ha Ditolak

Sumber: Data diolah dari Lampiran SPSS

Berdasarkan pada tabel 6. hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) yaitu:

H1: Persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil dari tabel 4.12, variabel persepsi kegunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil tersebut, maka **H1 diterima**.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil dari tabel 4.12, variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,045 ($0,045 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil tersebut, maka **H2 diterima**.

H3: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil dari tabel 4.12, variabel persepsi keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,993 ($0,993 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil tersebut, maka **H3 ditolak**.

Pengaruh Persepsi Kegunaan (X₁) terhadap Niat Penggunaan (Y)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Hasil uji statistik t menjelaskan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Nilai t hitung sebesar 5.603 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang besar dan signifikan secara statistik terhadap niat penggunaan.

Persepsi kegunaan mencakup sejauh mana dompet digital mempermudah proses transaksi, menghemat waktu dan tenaga, serta memberikan kemudahan akses pada berbagai layanan finansial (Wijaya et al., 2021). Hasil dari penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Keni et al. (2020) dan Ariningsih, et al. (2022) hasil penelitian



tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2) terhadap Niat Penggunaan (Y)

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Hasil uji statistik t menjelaskan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Nilai t hitung sebesar 2.033 dan nilai signifikansi sebesar 0,045 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif untuk responden terhadap niat penggunaan.

Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi *online* berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Jogiyanto, 2007). Hasil dari penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Keni, *et al.* (2020), Mustafa *et al.* (2022), dan Ariningsih, *et al.* (2022) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan.

Pengaruh Persepsi Keamanan (X_3) terhadap Niat Penggunaan (Y)

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah persepsi keamanan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung. Hasil uji statistik t menjelaskan hubungan yang tidak signifikan antara kedua variabel tersebut. Nilai t hitung hanya sebesar 0.009 dan nilai signifikansi sebesar 0.993 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan persepsi keamanan mempunyai tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan LinkAja di Kota Bandar Lampung.

Chawla & Joshi (2019), mengatakan *perceived security* adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa saluran pembayaran yang akan digunakan aman. Hasil dari penelitian ini mendukung salah satu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariningsih, *et al.* (2022), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan karena pengguna masih merasa khawatir akan keamanan yang diterima dari layanan dompet digital dalam penelitian ini yaitu dompet digital LinkAja.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2) dan Persepsi Keamanan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Niat Penggunaan Dompet Digital LinkAja di Kota Bandar Lampung (Y). Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 90 responden. Perhitungan dengan model analisis linear berganda menggunakan software SPSS 25 Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi kegunaan (X_1) terhadap variabel niat penggunaan pada dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung (Y) sehingga hipotesis pertama (H1) **diterima**. Semakin banyak manfaat yang dirasakan maka semakin besar pula niat untuk menggunakan.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_2) terhadap variabel niat penggunaan pada dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung (Y) sehingga hipotesis kedua (H2) **diterima**. Kemudahan yang ada pada dompet digital membantu pengguna dalam mempelajari dan menggunakan dompet digital tanpa merasa bingung.

Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel keamanan (X_3) terhadap variabel niat penggunaan pada dompet digital LinkAja di Kota Bandar Lampung (Y) sehingga hipotesis ketiga **ditolak**. Keamanan yang ditawarkan oleh dompet digital LinkAja belum



mampu mendapatkan kepercayaan pengguna karna pengguna masih merasa khawatir akan risiko yang akan timbul.

DAFTAR PUSATAKA

- Ajzen, I. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. *Englewood Cliffs*.
- Amelia, A., Manurung, K. A., & Purnomo, D. B. (2022). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 128–138.
- APJII. (2023). *Survei Penetrasi Dan Perilaku Internet Indonesia*. APJII. <https://survei.apjii.or.id/survei>
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11 (2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Bank Indonesia. (2023). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital-Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori Tam. *KEUNIS*, 9(2), 160–172.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new enduser information systems. *Massachusetts Institute of Technology, Theory and results*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dhanesworo, S. (2022). *Dompot Digital Makin Diminati*. Katadata. <https://katadata.co.id/dinihariyanti/infografik/639fe20e7f7e1/dompot-digital-makin-diminati>
- Fahrudi, A. N. L. I., Zata, N. K., & Tualeka, S. H. (2023). Analysis of the Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Trust on Intention to Use E-Wallet Gopay. *Brawijaya International Conference on Business, Administration, Taxation, and Tourism (BICBATT 2022)*, 3–7.
- Gefen, D., & Straub, D. (2003). Managing user trust in B2C e-services. *E-Service*, 2(2), 7–24.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hadi, S., Rajiani, I., Mutiani, M., Jumriani, J., & Abbas, E. W. (2022). *Manajemen sumber daya manusia*. Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkurat.
- Insight Asia. (2023). *E-Wallet Industry Outlook 2023*. Insight Asia. [https://insightasia.com/wp-content/uploads/2022/12/Appendix InsightAsia-Presentation-2023-E-Wallet-Industry-Outlook.pdf](https://insightasia.com/wp-content/uploads/2022/12/Appendix%20InsightAsia-Presentation-2023-E-Wallet-Industry-Outlook.pdf)
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*, 235.
- Keni, K., Tjoe, H., Wilson, N., & Negara, E. S. (2020). The effect of perceived security, ease of use and perceived usefulness on intention to use towards mobile payment services in Indonesia. *The 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, 78–84.
- Khairani, D., Iqbal, M., Rosyada, D., Zulkifli, Z., & Mintarsih, F. (2021). Penerimaan sistem pembelajaran bahasa arab dengan e-learning dan gim di masa pandemi COVID-19. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 19(3), 346–361.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid Pertama. *Jakarta (ID): Indeks*.



- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72.
- Mustafa, M. A., Singh, J. S. K., & Ahmad, N. B. (2022). The adoption of e-wallet by generation Z in Kuala Lumpur, Malaysia. *Electronic Journal of Business and Management*, 7(2), 51–67.
- Peraturan Bank Indonesia Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Pub. L. No. 18/40/PBI/2016 (2016).
- Peraturan Bank Indonesia Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Pub. L. No. 19/12/PBI/2017 (2017).
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368.
- Ronda, A. M. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi: Tinjauan Teoretis, Epistemologi, Aksiologi*. Indigo Media.
- Sari, L. R., Anggraini, R., Kencanawati, M. S., & Sularto, L. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePAY. *Metik Jurnal*, 6(1), 59–69.
- Schneider, G. P. (2011). *Electronic Commerce (9th ed.)*. Course Technology, CENGAGE Learning.
- Setiawan, M., & Setyawati, C. Y. (2020). The Influence Of Perceived Ease Of Use On The Intention To Use Mobile Payment: Attitude Toward Using As Mediator. *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18–32.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Suryati, S., & Yoga, I. (2021). The Influence Of Perceived Ease Of Use, Trust And Security On Intention To Use E-Wallet. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(2), 294–308.
- Waspada, I. (2012). Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(1).
- Wijaya, A. Y., Mukhlis, I., & Seprillina, L. (2021). Analisis pengaruh E-money, volume transaksi elektronik dan suku bunga terhadap jumlah uang beredar di Indonesia pada masa sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 1(2), 135–145.