

# PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* PADA MAHASISWA DI KOTA MATARAM

Ainia Fatih Susilo Putri<sup>1</sup>  
[ainiafatihasiloputri@gmail.com](mailto:ainiafatihasiloputri@gmail.com)  
<sup>1</sup> Universitas Mataram

Nina Karina Karim<sup>2</sup>  
[ninakarim@unram.ac.id](mailto:ninakarim@unram.ac.id)  
<sup>2</sup> Universitas Mataram

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* di Kota Mataram. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan formula Lemeshow, sehingga menghasilkan 106 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 106 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram.

**Kata Kunci:** Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan, *E-Wallet*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on interest in using e-wallets for students in Mataram City. The type of research used in this research is associative with a quantitative approach. The population in this study were students who used e-wallets in Mataram City. The sample in this study was determined using purposive sampling technique with the Lemeshow formula, resulting in 106 respondents. This study uses primary data obtained through distributing questionnaires to 106 respondents. The results of this study indicate that perceived usefulness have a positive effect on interest in using e-wallets for students in Mataram City and perceived ease of use has no effect on interest in using e-wallets for students in Mataram City.*

**Keywords:** *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Interest in Using, E-Wallet*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi era ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, masyarakat sangatlah bergantung pada teknologi untuk memenuhi kebutuhannya di berbagai aspek kehidupan, dunia informasi dan komunikasi adalah salah satu teknologi yang sedang berkembang pesat di Indonesia (Damanik et al., 2022). Tanpa disadari, perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor yang mengubah kebiasaan dan gaya hidup masyarakat yang pada awalnya masyarakat di Indonesia menggunakan surat untuk berkomunikasi jarak jauh, diikuti dengan mesin cetak, telegraf, televisi, komputer, dan akhirnya masyarakat mengenal internet dan *smartphone* (Kumala et al., 2020).

Internet adalah server yang paling efisien dan sering digunakan dalam penggunaan sistem informasi. Setiap tahunnya, Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam perkembangan internetnya. Menurut data yang diperoleh APJII (2023) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pengguna pada tahun 2022-2023, jumlah pengguna internet setara 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia merupakan dampak langsung dari pesatnya perkembangan internet. Pada saat ini, *smartphone* sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan kebanyakan orang memanfaatkannya untuk berbagai keperluan yang menyangkut komunikasi dan informasi (Manurung & Silalahi, 2022). Meningkatnya pengguna internet dan *smartphone* di Indonesia berdampak positif dan menguntungkan bagi perusahaan jasa keuangan digital.

Teknologi saat ini membawa perubahan pada sistem pembayaran. Jika sebelumnya pembayaran dilakukan secara tunai, kini telah bergeser menjadi pembayaran tanpa uang tunai berupa uang elektronik yang telah menjadi pilihan pembayaran yang aman dan dapat dilakukan di mana saja dengan menggunakan *smartphone* atau kartu elektronik (Trihutama, 2018). Perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology*. Para pelaku bisnis terus menciptakan sebuah inovasi dalam pemanfaatan *financial technology*, salah satunya mengembangkan berbagai jenis alat pembayaran digital seperti aplikasi *electronic wallet* atau dikenal sebagai *e-wallet*.

*E-wallet* adalah aplikasi uang elektronik dapat digunakan untuk transaksi baik secara *online* maupun *offline* tanpa menggunakan uang tunai atau kartu, transaksi dapat dilakukan dengan *smartphone* dan dianggap lebih aman karena dilindungi oleh kata sandi yang hanya dapat diakses oleh pengguna (Abrilia & Tri, 2020; Intan Berlianawati et al., 2024; Novia Ardana Putri dan Nurabiah, 2024; Nurabiah et al., 2023; Tatian et al., 2024). Dengan munculnya *e-wallet*, permintaan masyarakat untuk menggunakan *e-wallet* meningkat seiring dengan tren transaksi non tunai. Sebuah survei yang dipublikasikan oleh katadata mengenai *Indonesian e-Commerce Consumer Behavior Report 2023* menunjukkan bahwa, metode pembayaran yang paling banyak dipilih yakni *e-wallet* mencapai 84,3%, persentase tersebut meningkat pesat pada tahun 2023, lalu pembayaran tunai atau *cash on delivery* (cod) memperoleh 61,4%, kemudian *paylater* memperoleh 45,9% sementara pembayaran digital menggunakan kartu debit dan kartu kredit berada urutan terbawah dengan memperoleh 15,9% dan 6,6% (Muhamad, 2023). Transaksi keuangan digital di Indonesia juga meningkat sebagai akibat dari kehadiran *e-wallet*.

Pengguna *e-wallet* kian mendominasi, sebuah survei yang dipublikasikan oleh katadata mengenai *E-wallet Industry Outlook 2023* menunjukkan bahwa, yang paling banyak digunakan adalah Go-Pay dengan memperoleh 71%, lalu OVO yang memperoleh 70% sementara, pengguna *e-wallet* lainnya seperti Dana 61%, Shopeepay 60% dan LinkAja memperoleh 27% (Ahdiat, 2023). Sehingga Pembayaran digital dalam bentuk *e-wallet* semakin menarik untuk dikaji, dengan melihat fakta bawa pengguna *e-wallet* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Muhamad, 2023). Mahasiswa memiliki potensi tinggi dalam penggunaan *e-wallet*, terlihat dari beberapa universitas yang telah menyediakan sistem pembayaran non tunai. Teknologi yang semakin meluas di kalangan mahasiswa memiliki peran yang penting sehingga

tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan mereka. Sebagai pelaku perubahan, mahasiswa dituntut untuk menguasai teknologi, termasuk dalam bidang ekonomi melalui penggunaan sistem pembayaran seperti *e-wallet* (Kirana et al., 2023). Melihat fenomena tersebut yang terus mengalami peningkatan atas penggunaan *e-wallet* menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* telah menunjang kegiatan bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari. Segala jenis transaksi kini dapat diselesaikan dengan cepat berkat kemajuan teknologi, terutama dengan adanya *e-wallet* telah mempermudah mobilitas keuangan bagi masyarakat (Nurhaliza, 2019).

Kondisi ini dianggap penting karena mengarah pada perubahan perilaku dan budaya masyarakat dalam bertransaksi secara *less cash society* yaitu saat masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai (Budirahardjo & Laksmidewi, 2022). Fenomena tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan minat menggunakan *e-wallet* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), model yang digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi tertentu. Berdasarkan teori TAM, penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dapat dijelaskan dan diprediksi berdasarkan dua faktor utama, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, kedua faktor tersebut akan memengaruhi minat untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989).

Beberapa penelitian yang relevan menguji pengaruh antar variable dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih et al. (2022) Silaen & Prabawani (2019); Priambodo & Prabawani (2015); Kumala et al. (2020); Rewah et al. (2022); Karim et al. (2020) menyatakan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Berbeda dengan penelitian Sandy (2021); Wijaya et al. (2021); Auralia et al. (2020) menyatakan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan serta pada penelitian Kurnia & Tandijaya (2023); Febrian & Keni (2022); Aprilia & Susanti (2022); Anjasari & Pamikatsih (2023) menyatakan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan uraian di atas dan adanya hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian kembali dengan menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan untuk mengukur minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan latar belakang di atas, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Di Kota Mataram”

## TINJAUAN LITERATUR

### *Technology Acceptance Model* (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi adalah teori yang diperkenalkan oleh Davis (1989) dan merupakan hasil adopsi dari *Theory of Reasoned Action*. Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model* adalah suatu model teori yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku individu saat menerima dan menggunakan teknologi. TAM bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor penentu diterimanya sebuah teknologi.

Pada TAM, penerimaan pengguna teknologi ditentukan oleh dua faktor utama yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari kesulitan (Davis, 1989).

### **Minat Menggunakan**

Minat menggunakan didefinisikan sebagai bentuk keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Minat mencerminkan tingkat ketertarikan seseorang pada suatu hal dan memiliki dorongan untuk mengetahui lebih lanjut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk tersebut. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat yaitu faktor internal yang berasal dari diri sendiri seperti keinginan, bakat dan ketertarikan serta faktor eksternal seperti pengaruh dari lingkungan sekitar (Afolo & Dewi, 2022).

### **Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat adalah sejauh mana tingkat kepercayaan pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja (Davis, 1989). Kinerja dapat dipermudah sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segala sisi, seperti hasil akan lebih cepat dan memuaskan dibandingkan tidak menggunakan teknologi. Definisi tersebut juga didukung oleh Rahmawati & Narsa (2019) yang menyatakan bahwa, persepsi manfaat telah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keinginan untuk menggunakan teknologi dengan harapan bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang.

Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut memberikan manfaat yang signifikan. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut tidak memberikan manfaat yang cukup, maka mereka tidak akan menggunakannya. Adapun manfaat adalah keuntungan yang di dapat dalam menggunakan fungsi dan fitur dari teknologi tersebut.

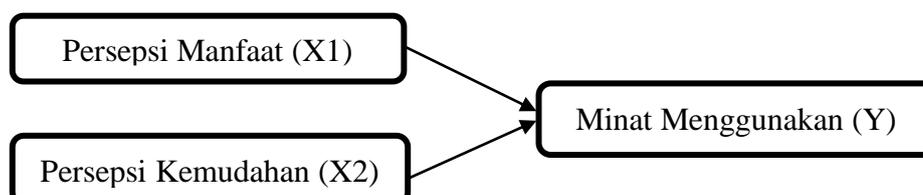
### **Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa masalah (Davis, 1989).. Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi tidak membutuhkan banyak usaha dan tidak ada tantangan dalam menggunakannya (Ernawati & Noersanti, 2020). Seseorang akan merasa yakin dalam menggunakan suatu teknologi ketika ia merasa mudah dalam menggunakan teknologi tersebut dan dapat mempermudah pekerjaannya.

Apabila suatu teknologi dirasa tidak sulit dalam menggunakannya, pemahamannya, dan ketika dipelajari maka seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut tidak mudah, maka mereka tidak akan menggunakannya. Kemudahan dalam menggunakan teknologi dianggap memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang baik tenaga atau waktu dalam menggunakan suatu teknologi.

### **KERANGKA KONSEPTUAL**

Dibangun dari latar belakang, rumusan masalah, dan hasil penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual pada penelitian ini sebagai berikut.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet**

Penggunaan teknologi memberikan dampak yang positif dalam pekerjaannya. Persepsi manfaat menunjukkan sejauh mana tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi akan memberikan manfaat dan dapat meningkatkan kinerja. Penjelasan ini sesuai dengan *technology acceptance model* yang menjelaskan perilaku seseorang dalam penerimaan suatu teknologi. Dapat dipahami bahwa persepsi manfaat suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan, apabila teknologi dianggap berguna atau bermanfaat, maka seseorang akan tetap menggunakannya dan sebaliknya, jika teknologi dianggap tidak berguna atau bermanfaat, seseorang tidak akan menggunakannya.

Adanya pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan didukung oleh penelitian Silaen & Prabawani (2019); Sari *et al* (2019); Karim *et al.* (2020); Kumala *et al.* (2020); Effendy *et al* (2021); Ariningsih *et al.* (2022); Rewah *et al.* (2022); Jocelyn & Henryanto (2022); Udayana *et al* (2022); Anjasari & Pamikatsih (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti perlu melakukan pengujian kembali mengenai pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan untuk memperkuat pendapat-pendapat dari penelitiannya sebelumnya, sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet**

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet**

Salah satu faktor penilaian seseorang saat menggunakan teknologi adalah kemudahan. Persepsi kemudahan menunjukkan sejauh mana tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa masalah. Penjelasan ini sesuai dengan *technology acceptance model* yang menjelaskan perilaku seseorang dalam penerimaan suatu teknologi. Minat pengguna akan semakin tinggi apabila pengguna percaya bahwa suatu teknologi mudah saat digunakan.

Adanya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan didukung oleh penelitian Silaen & Prabawani (2019); Karim *et al.* (2020); Kumala *et al.* (2020); Auralia *et al* (2020); Sandy (2021); Wijaya *et al* (2021); Effendy *et al* (2021); Ariningsih *et al.* (2022); Jocelyn & Henryanto (2022); Udayana *et al* (2022); Rewah *et al* (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti perlu melakukan pengujian kembali mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan untuk memperkuat pendapat-pendapat dari penelitiannya sebelumnya, sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet**

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah asosiatif dengan pendekatan metode kuantitatif (Akuntansi & Mataram, 2024; Ramadhan *et al.*, 2024; Yuardi *et al.*, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* di kota Mataram dan jumlah populasinya tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel, yaitu mahasiswa di Kota Mataram yang berumur 17 tahun sampai dengan 27 tahun yang menggunakan atau pernah menggunakan salah satu *e-wallet* Gopay, Ovo, dana, dan ShopeePAY. Kemudian, diambil beberapa sampel menggunakan formula *Lemeshow*, sehingga menghasilkan 96 responden sebagai sampel penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Persepsi Manfaat (X1), indikator penelitian diambil dari penelitian Davis (1989) yaitu, *work more quickly, job performance, increase productivity, effectiveness, makes job easier*. Sedangkan Persepsi Kemudahan (X2) indikator penelitian nya diambil dari penelitian Davis (1989) yaitu, *easy to learn, controllable, flexible, easy to become skillful, easy to use*. Kemudian, Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan (Y), indikator penelitian diambil dari penelitian menurut (Priambodo & Prabawani, 2015) yaitu, keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, berlanjut di masa yang akan datang.

Sumber data penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner dibagikan secara *online* dengan menggunakan *google form* yang dibagikan kepada responden yang dituju. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur skor jawaban dari responden adalah menggunakan skala Guttman. Analisis data menggunakan spss 25, Teknik analisis yang akan digunakan pada penelitian antara lain statistic deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastista, analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis.

## HASIL PENELITIAN

### Gambaran Umum Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna e-wallet yang ada di Kota Mataram sebanyak 106 responden.

**Tabel 1. Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	30	28,3%
2	Perempuan	76	71,7%

Jenis kelamin responden pada penelitian ini lebih dominan perempuan dibandingkan laki-laki. Responden perempuan berjumlah 76 orang dengan tingkat persentase 28,3% dan responden laki-laki berjumlah 30 orang dengan tingkat persentase 71,7%.

**Tabel 2. Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	17 – 22	92	86,8%
2	23 – 27	14	13,2%

Usia responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki usia dari 17 – 22 tahun yaitu berjumlah 92 orang dengan tingkat persentase 86,8%, kemudian untuk responden yang berusia 23 – 37 tahun berjumlah 14 orang dengan tingkat persentase 13,2%.

**Tabel 3. Pendapatan Responden**

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	<Rp500.000	54	50,9%
2	Rp500.001 – Rp1.000.000	36	33,9%
3	Rp1.000.001 – Rp2.500.000	10	9,5%
4	Rp2.500.001 – Rp5.000.00	5	4,7%
5	>Rp5.000.000	1	1%

Pendapatan responden pada penelitian ini sebagian besar berada pada rentang <Rp500.000 berjumlah 54 orang dengan tingkat persentase 50,9%, diikuti responden dengan pendapatan Rp500.001 – Rp1.000.000 berjumlah 36 orang dengan jumlah persentase 33,9%, kemudian pendapatan Rp1.000.001 – Rp2.500.000 berjumlah 10 orang dengan persentase 9,5%, pendapatan Rp2.500.001 – Rp5.000.000 berjumlah 5 orang dengan jumlah persentase 4,7% dan pendapatan >Rp5.000.000 berjumlah 1 orang dengan tingkat persentase 1%.

**Tabel 4. Jenis E-Wallet Responden**

No	Aplikasi e-wallet	Jumlah
1	Dana	65
2	ShopeePay	58
3	Gopay	24
4	OVO	21

Aplikasi e-wallet yang digunakan oleh responden pada penelitian ini Dana berjumlah 65 responden, diikuti ShopeePay berjumlah 58 orang, kemudian Gopay berjumlah 24 orang dan OVO berjumlah 21 orang. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dana menjadi e-wallet yang paling banyak digunakan sebagai alat bertransaksi. Dari 106 responden tersebut, sebanyak 39% responden atau 42 orang memiliki atau menggunakan lebih dari 1 aplikasi e-wallet sebagai alat bertransaksi.

**Tabel 5. Jenis Transaksi Responden**

No	Transaksi	Jumlah
1	Belanja online	81
2	Paket data/pulsa	76
3	Membeli makanan & minuman	68
4	Transfer uang	64
5	Pembayaran offline dengan qris	62
6	Bayar tagihan (Listri, air dan lain-lain)	47

Berdasarkan hasil data penelitian ini dapat dilihat transaksi yang sering dilakukan oleh mahasiswa pada metode pembayaran e-wallet ini sebagian besar pada belanja online berjumlah 81 orang, diikuti oleh paket data/pulsa berjumlah 76 orang, kemudian membeli makanan & minuman berjumlah 68 orang, transfer uang berjumlah 64 orang, pembayaran offline dengan qris berjumlah 62 orang serta bayar tagihan berjumlah 47 orang.

### Analisis Deskriptif

**Tabel 6. Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	106	1	6	5.42	0.965
Persepsi Kemudahan	106	1	6	5.45	0.927
Minat Menggunakan	106	0	4	2.48	1.304
Valid N (listwise)	106				

Variabel persepsi manfaat memiliki nilai minimum 1 yang berarti terdapat skor jawaban responden sebesar 1 dan nilai maksimum 6 menunjukkan bahwa terdapat skor jawaban responden sebesar 6. Nilai mean sebesar 5.42 artinya hasil jawaban responden termasuk dalam kategori tinggi karena rata-rata responden memberikan jawaban bahwa penggunaan e-wallet

dapat mempermudah pekerjaan dan dapat meminimalisir waktu karena transaksi menggunakan e-wallet lebih cepat terselesaikan. Data sudah dikatakan baik dengan nilai standar deviasi sebesar 0.965 lebih kecil dari mean, namun data kurang bervariasi atau homogen.

Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai minimum 1 yang berarti terdapat skor jawaban responden sebesar 1 dan nilai maksimum 6 menunjukkan bahwa terdapat skor jawaban responden sebesar 6. Nilai mean sebesar 5.45 artinya hasil jawaban responden termasuk dalam kategori tinggi karena rata-rata responden memberikan jawaban bahwa penggunaan e-wallet mudah untuk digunakan. Data sudah dikatakan baik dengan nilai standar deviasi sebesar 0.927 lebih kecil dari mean, namun data kurang bervariasi atau homogen.

Variabel minat menggunakan memiliki nilai minimum 0 yang berarti terdapat skor jawaban responden sebesar 0 dan nilai maksimum 4 menunjukkan bahwa terdapat skor jawaban responden sebesar 4. Nilai mean sebesar 2.42 artinya hasil jawaban responden berminat untuk menggunakan e-wallet. Data sudah dikatakan baik dengan nilai standar deviasi sebesar 1.304 lebih kecil dari mean, namun data kurang bervariasi atau homogen.

### Uji Kualitas Data

#### Uji Validitas

**Tabel 7. Uji Validitas**

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	keterangan
Persepsi Manfaat	X1_1	0,493	0,190	Valid
	X1_2	0,488	0,190	Valid
	X1_3	0,695	0,190	Valid
	X1_4	0,730	0,190	Valid
	X1_5	0,644	0,190	Valid
	X1_6	0,235	0,190	Valid
Persepsi Kemudahan	X2_1	0,259	0,190	Valid
	X2_2	0,660	0,190	Valid
	X2_3	0,639	0,190	Valid
	X2_4	0,686	0,190	Valid
	X2_5	0,643	0,190	Valid
	X2_6	0,594	0,190	Valid
Minat Menggunakan	Y1	0,701	0,190	Valid
	Y2	0,805	0,190	Valid
	Y3	0,609	0,190	Valid
	Y4	0,721	0,190	Valid

Setelah dilakukan pengujian validitas diperoleh nilai r hitung pada masing-masing instrument persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan lebih besar dari r tabel 0,190 maka seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner dikatakan valid. Sehingga semua item kuesioner dapat diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 8. Uji Reliabilitas**

<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	N of Items
0,714	0,70	16

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya koefisien Cronbach alpha variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan adalah sebesar  $0,714 > 0,70$ . Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 9. Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21897143
Most Extreme Differences	Absolute	.163
	Positive	.088
	Negative	-.163
Test Statistic		.163
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa data bervariasi dan tidak berdistribusi normal. Menurut Ajija et al (2011) Uji normalitas diperlukan ketika jumlah observasi kurang dari 30. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah error term mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi melebihi 30, maka tidak perlu dilakukan uji normalitas.

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 10. Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Persepsi Manfaat	.891	1.123
	Persepsi Kemudahan	.891	1.123
a. Dependent Variable: Minat_Menggunakan			

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, nilai tolerance variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan  $0,891 > 0,10$  dan nilai variance inflation factor (VIF) variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan  $1.123 < 10$  yang berarti tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independent.

## Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.130	.486		2.324	.022
	Persepsi Manfaat	.065	.075	.090	.873	.385
	Persepsi Kemudahan	-.090	.078	-.119	-1.152	.252

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, nilai signifikansi pada semua variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan > 0,05 sehingga tidak terjadi heterokedastisitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 12. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.642	.855		-.751	.454
	Persepsi_Manfaat	.389	.132	.288	2.951	.004
	Persepsi_Kemudahan	.186	.137	.132	1.357	.178

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Pada tabel 12 berdasarkan Unstandardized Coefficients  $\beta$ , dapat disusun persamaan regresi linear berganda:  $Y = -0,642 + 0,389X_1 + 0,186X_2 + \varepsilon$ . Berdasarkan hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar -0,642, koefisien dari persepsi manfaat sebesar 0,389 dan koefisien dari persepsi kemudahan sebesar 0,186.

## Uji t

Berdasarkan tabel 12 dapat disimpulkan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen adalah persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* diperoleh t hitung sebesar 2.951 sedangkan t tabel sebesar 1.983. Sehingga  $2.951 > 1.983$  dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  berarti H1 diterima yang menyatakan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram. Sedangkan, persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* diperoleh t hitung sebesar 1.357 sedangkan t tabel sebesar 1.983. Sehingga  $1.357 < 1.983$  dan nilai signifikansi  $0,178 > 0,05$  berarti H2 ditolak yang menyatakan variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.355 <sup>a</sup>	.126		.109
a. Predictors: (Constant), Persepsi_Kemudahan, Persepsi_Manfaat				
b. Dependent Variable: Minat_Menggunakan				

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh adjusted R square sebesar 0,109 atau 10%. Hal ini menunjukkan bahwa 10% minat menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Sedangkan 90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet***

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram. Nilai *t* hitung > *t* tabel yaitu sebesar 2.951 > 1.983 dan nilai signifikansi 0,004 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan kata lain, hipotesis (H1) diterima.

Pada penelitian ini responden merasa *e-wallet* berguna dalam melakukan berbagai macam transaksi. Terbukti dari 106 responden, melakukan paling tidak satu jenis transaksi menggunakan *e-wallet*, seperti belanja *online*, pembelian paket data/pulsa, makanan dan minuman, transfer uang, pembayaran *offline* dengan QRIS, dan pembayaran tagihan. Pada penelitian ini transaksi yang paling sering dilakukan oleh responden menggunakan *e-wallet* yaitu berbelanja *online* sebanyak 81 orang karena manfaat dan fleksibilitas yang ditawarkannya. Diperolehnya data 39% responden atau 42 orang memiliki atau menggunakan lebih dari 1 aplikasi *e-wallet* sebagai alat bertransaksi dan aplikasi Dana menjadi *e-wallet* yang paling banyak digunakan sebagai alat bertransaksi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap responden memilih menggunakan *e-wallet* sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masing-masing. Hal ini dikarenakan mayoritas responden merasa menggunakan *e-wallet* dapat membuat proses pembayaran lebih cepat dan dapat meminimalisir waktu serta bermanfaat untuk melakukan berbagai macam transaksi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih et al (2022); Kumala et al (2020); Rewah et al (2022); Karim et al (2020); Effendy et al (2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sandy (2021); Wijaya et al. (2021); Auralia et al. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

**Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet***

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram. Nilai *t* hitung > *t* tabel yaitu sebesar 1.357 > 1.983 dan nilai signifikansi 0,178

$< 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan kata lain, hipotesis (H2) ditolak.

Pada penelitian ini responden merasa bahwa penggunaan *e-wallet* tidak dapat digunakan dimana saja karena belum semua *merchant* memiliki alat yang dapat menerima pembayaran digital dan masih ada beberapa tempat, terutama di daerah atau lokasi yang kurang terhubung dengan infrastruktur digital, sehingga membatasi penggunaan *e-wallet* di tempat-tempat yang belum memiliki infrastruktur yang sesuai. Kemudian responden merasa *e-wallet* tidak mudah dikontrol sesuai dengan keinginan pengguna, sehingga tidak menghemat waktu dan tenaga

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia & Susanti (2022); Anjasari & Pamikatsih (2023); Sari et al (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berbeda dengan hasil penelitian Ariningsih et al (2022); Kumala et al (2020); Rewah et al (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram, hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna memengaruhi minat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Sedangkan Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Mataram, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna tidak memengaruhi minat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat ditambah dan dikembangkan dengan variabel yang lebih kompleks dan lebih baik sebagai faktor yang memengaruhi minat menggunakan *e-wallet*. Variabel yang bisa ditambahkan dalam penelitian selanjutnya seperti variabel persepsi keamanan, kepercayaan, risiko dan lain-lain. Peneliti selanjutnya disarankan agar tidak hanya menggunakan kuesioner online saja melainkan juga menggunakan metode wawancara dan observasi sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif. Peneliti berikutnya diharapkan memperluas sampel penelitian bukan hanya mahasiswa di Kota Mataram, namun dari generasi lainnya dan daerah lain dengan menambahkan ukuran sampel, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

## **REFERENSI**

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Ahdiat, A. (2023). *Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat*. Katadata.
- Ajija, S. R., Wulan Sari, D., Setiantio, R., & Primanthi, M. (2011). *Cara Cerdas Menguasai EViews*.
- Akuntansi, P. S., & Mataram, U. (2024). *PENGARUH COMPUTER ANXIETY TERHADAP KEMAMPUAN SOFTWARE AKUNTANSI DI UNIVERSITAS MATARAM THE EFFECT OF COMPUTER ANXIETY ON THE ABILITY OF ACCOUNTING STUDENTS TO USE*

ACCOUNTING SOFTWARE AT UNIVERSITY OF MATARAM Lilis Rahman Puteri \* Indeks Pembangunan TIK ( . 22(1), 49–64.

- Anjasari, P. A., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Kota Surakarta. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1275--1289.
- APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Sosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- 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), 227–238. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Auralia, Y., Manggabarani, A. S., & Wahyudi, W. (2020). Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompot Digital ShopeePay di Masa Pandemi Covid-19. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 1(2), 137–152. <https://doi.org/10.35912/simo.v1i2.916>
- Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D. (2022). Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 444–457. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.444>
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187, 311–315. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Febrian, W. N., & Keni, K. (2022). Variabel yang Memprediksi Intention to Use Brand E-Payment di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 263. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17200>
- Intan Berlianawati, D., Nurabiah, & Ridhawati, R. (2024). Exploring The Mind of Gen Z: Deciphering E-wallet Adoption Through The Lens of TPB Theory. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1). <https://doi.org/10.24843/JIAB.2024.v19.i01.p09>

- Jocelyn, E., & Henryanto, A. G. (2022). Behavioral of Using Gopay As an Alternative Payment Method. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 795–807.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kirana, A., Mutia, A., Fielnanda, & Refky. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Wallet Pada Mahasiswa Di Kota Jambi. *MUQOADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 82–99.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security Dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.64-72>
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Muhamad, N. (2023). *Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Responden saat Belanja di E-Commerce*. Katadata.
- Novia Ardana Putri dan Nurabiah. (2024). Determinan Penggunaan E-Wallet DANA Sebagai Alat Transaksi Di Kalangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Mataram Pendahuluan Jumlah Pengguna E-Wallet di Indonesia. *Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 7(1), 27.
- Nurabiah, Pusparini, H., & Fitriyah, N. (2023). Determinan Penggunaan E-Money dengan Pendekatan Model UTAUT 2 dan Risiko yang Dirasakan. *E- Jurnal Akuntansi*, 33(1), 180–201. <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i01.p14>
- Nurhaliza, S. L. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta. In *Journal of Economy*.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Ramadhan, S., Karim, N. K., & Nurabiah. (2024). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan pembayaran shopee paylater. *Jurnal Ganec Swara*, 209–217.
- Rewah, A. T., Mangantar, M., & Saerang, R. T. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk on Behavioral Intention of E-Wallet User (Case Study: Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 717–724.
- Sandy, E. (2021). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN TRUST TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN ULANG GO-PAY DI KOTA JAKARTA. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1), 22–27.

- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Tatian, C. T., Ridhawati, R., Thi, H., & Thao, P. (2024). From wallets to screens: Exploring the determinants of QRIS payment adoption among Millennials in Eastern Indonesia. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 87–113. <https://doi.org/10.31106/jema.v21i1.21712>
- Trihutama, R. P. (2018). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Behavioral Intention To Use (Studi Pada Pengguna Go-Pay Layanan Gojek)*.
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Aqdella, F. A. (2022). THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE ON BEHAVIORAL INTENTION TO USE THROUGH THE INTERVENING ATTITUDE TOWARD USING VARIABLES IN THE STUDY OF SHOPEEPAY E-WALLET SERVICES (Case study on ShopeePay Users in Yogyakarta). *Journal of Applied Management and Business*, 8(1), 29–40.
- Wijaya, R. A., Agustin, D. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Yuardi, I., Anggun, B., Lestari, H., & Nurabiah. (2023). The Effect of Financial Literacy, Financial Attitudes and Income Levels on the Financial Behavior of the People in Saribaye Village, Lingsar District, West Lombok Regency. *Proceedings of the 1st International Conference on Management and Small Medium Enterprise (ICMSME-2023)*, 1(March).