

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN *E-WALLET* DI KOTA BANDA ACEH



Disusun Oleh :

**FAKHRISQA MAULIZA
NIM : 190604078**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1448 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama - : Fakhrisqa Mauliza -

Nim : 190604078

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 14 Juli 2026

Yang Menyatakan



Fakhrisqa Mauliza

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* Di Kota Banda Aceh

Disusun oleh :

Fakhrisqa Mauliza
NIM: 190604078

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA
NIP. 199009052019032019

Pembimbing II,

Uliya Azra, S.E., M.Si
NIP. 199410022022032001

AR - RANIRY

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi,

Isnuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* Di Kota Banda Aceh

Fakhrisqa Mauliza

NIM. 190604078

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 14 Juli 2026 M
29 Muharam 1448 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,


Ana Fitra, S.E., M.Sc, RSA
NIP. 199009052019032019


Uliya Azra, S.E., M.Si
NIP. 199410022022032001

Penguji I,

Penguji II,


Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak, CA - R A
NIP.


Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si
NIP.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fakhrisqa Mauliza

NIM : 190604078

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi

E-mail : 190604078@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☒ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* Di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 14 Juli 2026

Mengetahui,

Penulis,

Fakhrisqa Mauliza

NIM: 190604078

Pembimbing I,

Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA.

NIP.199009052019032019

Pembimbing II,

Uliya Azra, S.E., M.Si

NIP.199410022022032001

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.” (QS. Al-baqarah: 286).

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada tuhan mu lah engkau berharap.” (QS. Al-insyirah, 6-8).

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang engkau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang engkau impikan, mungkin tidak ada selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau carikan nanti.” (Boy Candra)

*“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. **Percaya proses** itu yang paling penting, karena allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit.” (Edwar Satria)*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa peradaban dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* Di Kota Banda Aceh**". Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana pada fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan. Skripsi ini belum mencapai tahap kesempurnaan karena manusia merupakan makhluk yang tidak luput dari kesalahan.

Alhamdulillah skripsi ini telah selesai, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang baik secara moral maupun materil. Penulis ucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry
4. Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku Dosen Pembimbing 1 dan Uliya Azra, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan membimbing, memberikan, pengarahan, meluangkan waktu dan menuangkan pikiran dalam membantu penulis menyusun skripsi.
5. Rachmi Meutia, S.Pd.I., M.Sc, selaku Penasihat Akademik (PA) dan seluruh dosen beserta para staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang

membantu dan memberikan ilmu dan juga bimbingan kepada penulis.

6. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak,CA selaku penguji I dan Eka Octavian Pranata, S.E.,M.Si selaku penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu dan berkenan memberikan masukan serta arahan yang sifatnya membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada ayah tercinta, Amir Puteh, ibu tercinta almh. Marlina, serta ibu Yundiati atas segala doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Berkat dukungan dan doa mereka, penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini dengan baik. Serta kepada cinta dan kasih sayang dari abang dan adik, terimakasih atas segala doa, dukungan serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan menyelesaikan dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut untuk di banggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat membantu pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 14 Juli 2026

Penulis,

Fakhrisqa Mauliza

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Š	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	ص	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	س	Š	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

Haul : هول

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ئِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

Contoh:

رُوضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

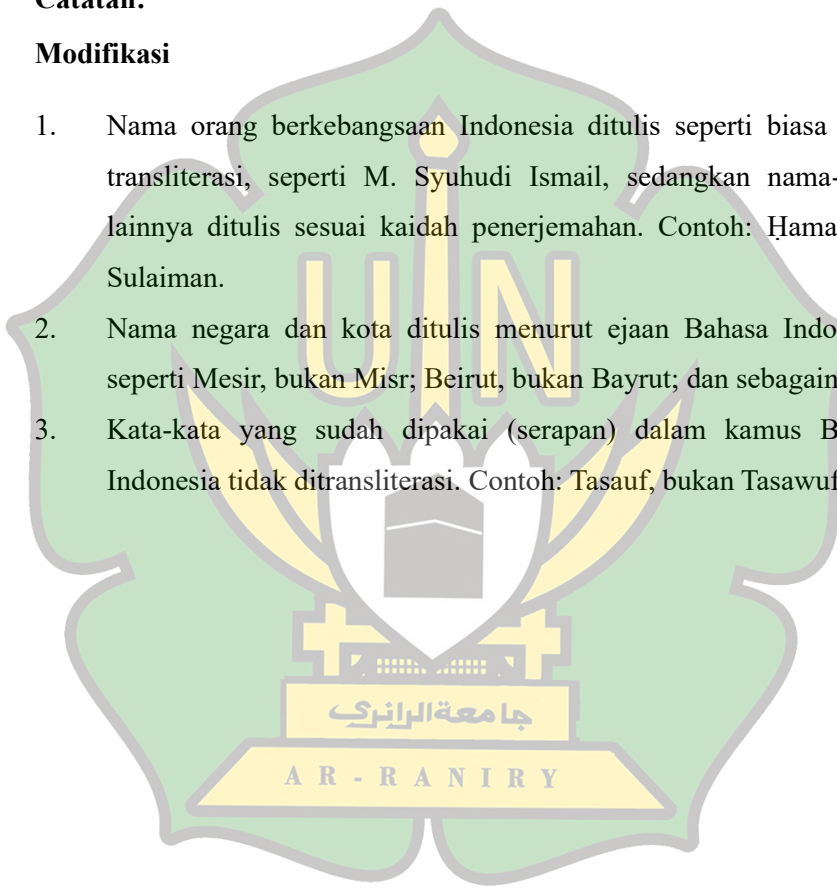
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَة : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Fakhrisqa Mauliza
Nim : 190604078
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-wallet Di Kota Banda Aceh"
Pembimbing I : Ana Fitria,S.E.,M.Sc,RSA
Pembimbing II : Uliya Azra,S.E.,M.Si

Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan risiko terhadap preferensi Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* di Kota Banda Aceh. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan ($t=4,310$) dan persepsi kemudahan ($t=6,223$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi penggunaan *E-wallet*. Sebaliknya, persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan ($t=-0,250$). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan ($F=104,972$) dengan koefisien determinasi $R^2=0,761$, artinya 76,1% variasi preferensi dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Persepsi kemudahan merupakan faktor paling dominan.

Kata Kunci: *Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Preferensi Penggunaan E-wallet, Generasi Z.*

DAFTAR ISI

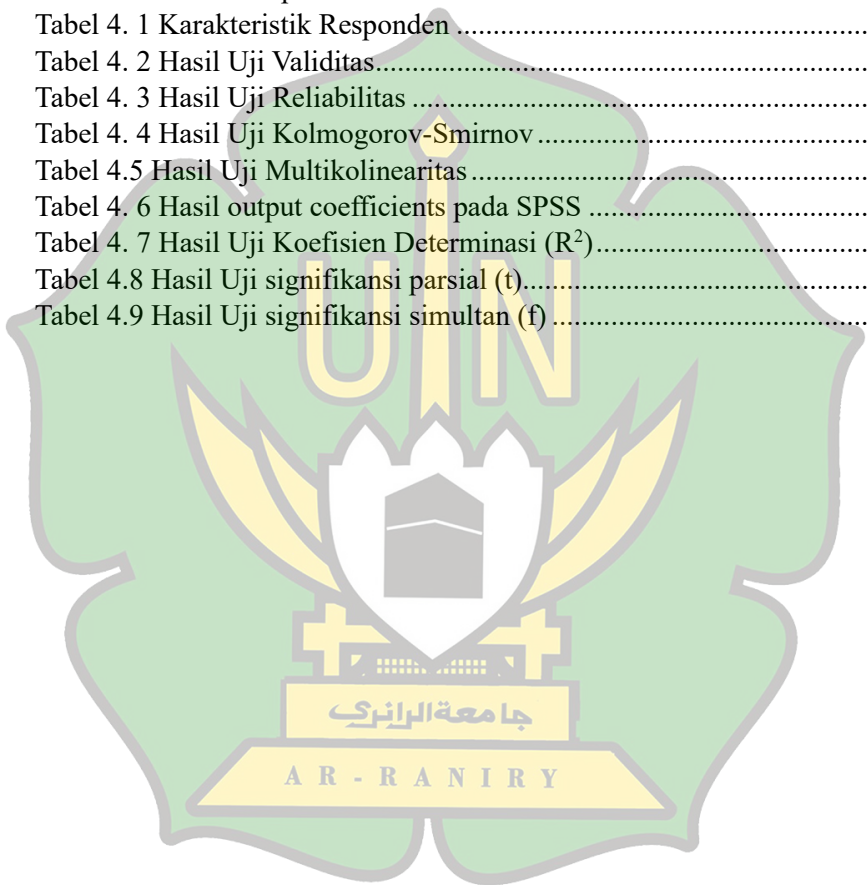
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumus masalah	8
1.3 Tujuan penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 12
2.1 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	12
2.2 Preferensi Pengguna.....	14
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi.....	16
2.2.2 Indikator Preferensi Masyarakat.....	17
2.3 Persepsi kemanfaatan.....	17
2.3.1 Indikator Persepsi Kemanfaatan	19
2.4 Persepsi kemudahan.....	20
2.4.1 Indikator Persepsi Kemudahan	22
2.5 Persepsi Risiko.....	23
2.5.1 Indikator Persepsi Risiko	24
2.6 Generasi Z.....	25
2.7 <i>E-wallet</i>	26
2.8 Penelitian Terkait	28

2.9	Keterkaitan antara variabel	33
2.9.1	Pengaruh Persepsi kemanfaatan terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i>	33
2.9.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i>	35
2.9.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i>	37
2.10	Kerangka berpikir	39
2.11	Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Lokasi Penelitian.....	42
3.3	Sumber Data.....	42
3.4	Populasi dan sampel.....	42
3.4.1	Populasi.....	42
3.4.2	Sampel	43
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5	Skala Pengukuran.....	45
3.6	Definisi operasional variable	46
3.6.1	Variabel Dependen (Y)	46
3.6.2	Variabel Independen (X).....	46
3.7	Teknik analisis data.....	48
3.7.1	3Uji Validitas	48
3.7.2	Uji Reliabilitas	48
3.8	Uji asumsi klasik.....	49
3.8.1	Uji Normalitas.....	49
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	49
3.8.3	Uji Heterokedastisitas.....	50
3.9	Uji hipotesis dan analisis regresi.....	50
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.9.3	Uji signifikansi parsial (t)	52
3.9.4	Uji Signifikansi Simultan (F).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Karakteristik Responden.....	56
4.2.	Hasil Pengujian Instrumen.....	58
4.2.1	Pengujian Validitas.....	58

4.2.2	Pengujian Reliabilitas	61
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	62
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	63
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	64
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (t)	67
4.4.3	Uji Signifikansi Simultan (F).....	69
4.5	Pembahasan.....	70
4.5.1	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> di Kota Banda Aceh.....	71
4.5.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> di Kota Banda Aceh.....	72
4.5.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> di Kota Banda Aceh.....	74
4.5.4	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> di Kota Banda Aceh.....	76
BAB V	PENUTUP	78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 kategori usia yang relevan tahun 2025	44
Tabel 3.2 Instrumen Skala Pengukuran	46
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 6 Hasil output coefficients pada SPSS	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji signifikansi parsial (t).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji signifikansi simultan (f)	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sistem Pembayaran Yang Populer dipakai di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Aplikasi Dompot Digital Yang Banyak Digunakan	4
Gambar 1.3 Data Penggunaan E-wallet dari Ketiga Generasi.	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Produk <i>E-wallet</i> yang digunakan oleh responden	56
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Pengisian Angket 100 Responden ...	96
Lampiran 3 Uji Validitas	102
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	113



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Era globalisasi kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat telah memicu transformasi mendalam pada berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali ekosistem bisnis dan finansial. Konektivitas internet yang semakin meluas mempercepat laju globalisasi sekaligus memungkinkan informasi menyebar tanpa batas ke seluruh penjuru dunia (Anjani et al., 2022). Kemajuan teknologi turut dirasakan hampir di seluruh aspek kehidupan manusia (Putu et al., 2024), tidak terkecuali pada sektor ekonomi dan keuangan. Salah satu wujud inovasi pada sektor keuangan adalah hadirnya Teknologi Finansial atau FinTech. FinTech merupakan pemanfaatan teknologi dalam sektor keuangan yang menghadirkan produk, layanan, dan model bisnis baru, sekaligus memengaruhi stabilitas moneter serta sistem keuangan. Kehadirannya bertujuan meningkatkan efisiensi, kecepatan, kenyamanan, dan keamanan dalam sistem pembayaran.

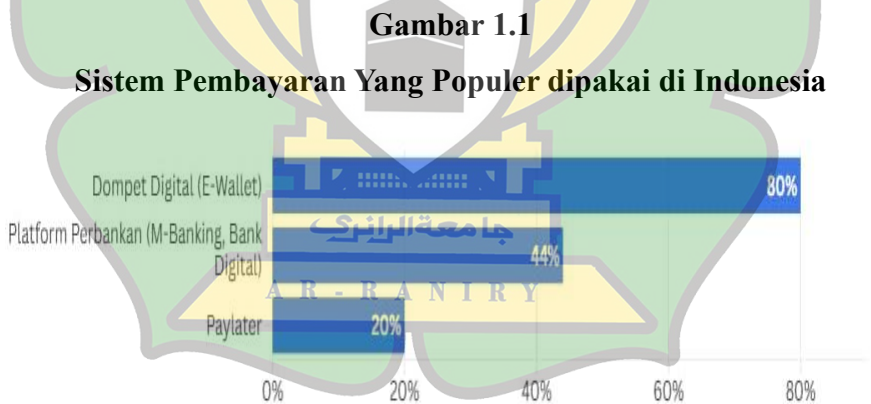
Uang elektronik sebagai sarana pembayaran digital kian berkembang di Indonesia seiring tumbuhnya industri *Financial Technology* yang mendorong lahirnya berbagai perusahaan rintisan di sektor keuangan digital. Transaksi pembelian kini tidak lagi terbatas pada pembayaran tunai, melainkan juga dapat dilakukan secara nontunai melalui aplikasi pembayaran digital seperti dompet digital atau *E-wallet*. *E-wallet* menawarkan kemudahan berbasis

teknologi modern yang dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Layanan ini memungkinkan pengguna menyimpan dana dalam aplikasi dan memanfaatkannya untuk melakukan pembayaran transaksi kepada pedagang, baik secara langsung maupun melalui sistem digital.

Dalam lanskap sistem pembayaran digital di Indonesia, transformasi keuangan nontunai (*cashless society*) digerakkan oleh dua inovasi utama, yaitu Mobile Banking (M-Banking) dan *Electronic Wallet* (E-Wallet). Meskipun kedua teknologi ini beroperasi pada perangkat seluler yang sama dan menawarkan kemudahan transaksi digital, keduanya memiliki karakteristik operasional, yuridis, dan fungsional yang berbeda secara mendasar. Mobile Banking merupakan perluasan layanan dari lembaga perbankan formal yang berfungsi mengintegrasikan rekening tabungan nasabah ke dalam platform digital. Sebaliknya, E-Wallet merupakan instrumen berbasis aplikasi yang diterbitkan oleh perusahaan berbasis *Financial Technology* (fintech) non-bank untuk menampung dana titipan. Perbedaan esensial ini memengaruhi aspek legalitas penjaminan saldo, batasan volume transaksi, serta orientasi perilaku konsumen dalam mengadopsi kedua teknologi tersebut di kehidupan sehari-hari.

Data presentase yang dirilis GoodStats berdasarkan laporan Jakpat Indonesia pada paruh kedua tahun 2025 di atas menunjukkan bahwa dompet digital menempati posisi sebagai sistem pembayaran paling populer di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai

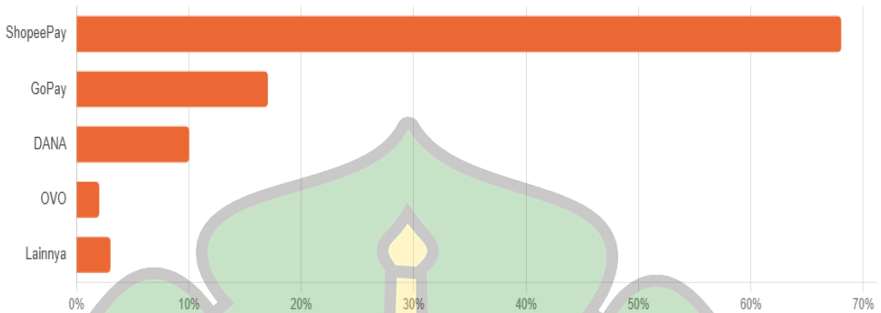
80%. Tren peningkatan pemakaian *E-wallet* ini tidak lepas dari besarnya potensi ekonomi digital yang dimiliki Indonesia. Penetrasi internet yang terus meningkat, diiringi pesatnya kemajuan informasi dan teknologi, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi layanan keuangan digital, terlebih karena sebagian masyarakat masih memiliki keterbatasan akses terhadap layanan perbankan konvensional. *E-wallet* tampil dengan menawarkan kemudahan berbasis teknologi mutakhir yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Kehadirannya bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menyimpan dana dalam bentuk elektronik serta mendukung pelaksanaan transaksi secara praktis, efisien, efektif, aman, dan nyaman. (Afista et al., 2024)



Sumber: Jakpat

GoodStats

Gambar 1.2
Aplikasi Dompot Digital Yang Banyak Digunakan



Sumber: Ipsos Indonesia

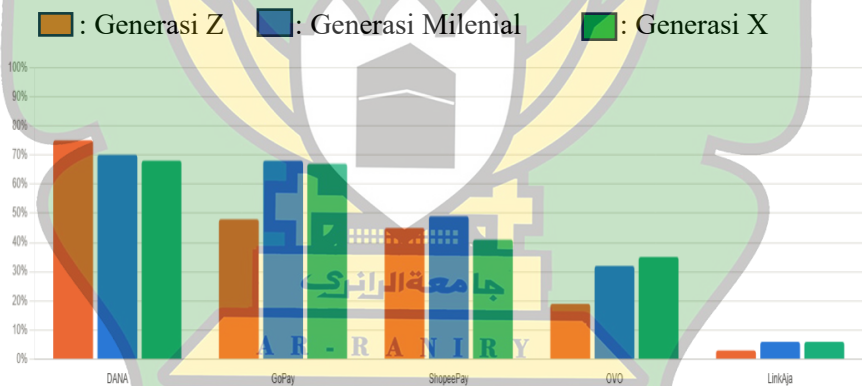
Data persentase GoodStats yang bersumber dari Ipsos Indonesia di atas memperlihatkan bahwa *E-wallet* ShopeePay menempati posisi teratas sebagai *E-wallet* yang paling banyak diakses sepanjang tahun 2025, dengan persentase mencapai 68%, disusul *E-wallet* GoPay sebesar 17%, Dana 10%, OVO 2% dan *E-wallet* lainnya pada posisi berikutnya. Pertumbuhan layanan *E-wallet* tidak terlepas dari dukungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mendorong laju perekonomian Indonesia. Prospek pengembangan *E-wallet* diperkirakan akan semakin positif, seiring dengan datangnya bonus demografi pada tahun 2030, ketika jumlah penduduk usia produktif akan mendominasi struktur populasi nasional.

Kemudahan yang ditawarkan sistem pembayaran ini mendorong masyarakat untuk semakin aktif bertransaksi, terutama di kalangan generasi Z. Kelompok Generasi Z (kelahiran 1997–2012) memiliki karakteristik unik, yakni sangat adaptif terhadap

teknologi, mengutamakan kecepatan informasi, dan mencari kepraktisan dalam aktivitas sehari-hari. (Abas et al., 2022). Generasi ini cenderung menjalankan aktivitas sosial melalui dunia maya dan sudah sangat akrab dengan teknologi (Irlansyah et al., 2022). Ciri menonjol dari Generasi Z terletak pada kecepatan mereka dalam mencari dan menemukan informasi, serta minat besar terhadap kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan teknologi (Diva & Anshori, 2024). Generasi Z dipandang sebagai kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi dengan pola preferensi konsumsi yang khas dan berbeda dari generasi sebelumnya.

Gambar 1.3

Data Penggunaan *E-wallet* dari Ketiga Generasi.



Sumber: Jakpat

Berdasarkan gambar grafik 1.3 diatas dapat diketahui bahwa DANA konsisten unggul lintas generasi dan menjadi platform dengan tingkat penggunaan tertinggi di ketiga kelompok, khususnya di kalangan Gen Z 75%, yang mengindikasikan kekuatan DANA dalam menjangkau segmen usia muda maupun dewasa secara

merata. GoPay menunjukkan pola sebaliknya lebih dominan pada Milenial 68% dan Gen X 67% dibanding Gen Z 48%. Pola ini konsisten dengan posisi GoPay sebagai pemain *E-wallet* yang lebih lama hadir di pasar dan terintegrasi kuat dengan ekosistem transportasi daring (Gojek) yang lebih banyak digunakan generasi dewasa dalam rutinitas kerja/mobilitas harian. ShopeePay relatif stabil di seluruh generasi 41–49%, mencerminkan keterikatannya dengan aktivitas belanja daring di platform Shopee yang lintas usia. OVO dan LinkAja menempati posisi lebih rendah, dengan pola menarik pada OVO yang justru lebih diminati Gen X 35% dan Milenial 32% dibanding Gen Z 19% mengindikasikan pergeseran preferensi pengguna muda ke platform lain.

Pemahaman terhadap preferensi serta beberapa faktor yang memengaruhi generasi Z dalam menggunakan *E-wallet* diharapkan dapat membantu meningkatkan tingkat adopsi serta kepercayaan terhadap teknologi tersebut. Preferensi pada dasarnya merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih atau menyukai suatu hal dibandingkan alternatif lainnya. Dalam konteks penggunaan aplikasi *E-wallet*, preferensi generasi Z banyak dibentuk oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan, keamanan bertransaksi, serta beragam fitur promo yang disediakan.

Penelitian Fadillah (2020) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan pembelian tidak selalu berlandaskan pada pertimbangan rasional, melainkan dapat di dorong oleh keinginan yang melampaui batas rasionalitas. Dalam konteks ini,

tindakan konsumen erat kaitannya dengan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi *E-wallet* sebagai sarana pembayaran elektronik. Keberadaan fitur tersebut memberikan kemudahan bagi generasi Z dalam menyelesaikan proses pembayaran dan pembelian secara praktis.

Yogananda dan Dirgantara (2017) menyatakan bahwa persepsi manfaat atau *perceived of use* berkaitan erat dengan penggunaan *E-wallet*. Persepsi manfaat merupakan keyakinan pengguna terhadap suatu sistem yang dilihat dari sisi manfaatnya, seperti kemudahan dalam menyelesaikan pekerjaan atau aktivitas sehari-hari. Sedangkan, persepsi kemudahan atau *perceived eased of use* juga turut berkaitan dengan penggunaan aplikasi *E-wallet*, sebab ketika pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi tersebut, mereka akan lebih mudah mengadopsi sistem tersebut.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa preferensi pengguna terhadap *E-wallet* dipengaruhi oleh tiga dimensi persepsi utama. Pertama, keyakinan akan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari mendorong adopsi. Kedua, kemudahan penggunaan aplikasi dengan antarmuka sederhana dan proses transaksi yang praktis memperkuat konsistensi pemakaian. Ketiga, persepsi risiko menjadi faktor penghambat, di mana kekhawatiran terhadap keamanan data dan potensi kerugian finansial menurunkan minat penggunaan. Ketiga aspek ini saling berinteraksi dalam membentuk keputusan konsumen, khususnya Generasi Z yang meski akrab

dengan ekosistem digital, tetap memperhatikan aspek keamanan dalam bertransaksi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi penggunaan *E-wallet* pada konsumen generasi Z di Kota Banda Aceh ditinjau dari pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyusun penelitian ini dengan judul: **“Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh.”**

1.2 Rumus masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti dapat menjabarkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi kemanfaatan sangat berpengaruh terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh?
2. Bagaimana persepsi kemudahan sangat berpengaruh terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh?
3. Bagaimana persepsi resiko berpengaruh terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ditetapkan dalam penelitian ini terdiri dari 3 segi sebagai berikut

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan akademik juga sebagai bahan untuk menambah pengetahuan tentang penggunaan sistem pembayaran aplikasi *E-wallet* serta untuk dapat dijadikan sebagai bacaan yang dapat menambah juga informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mampu untuk menjawab permasalahan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet*.

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat dan juga wawasan pengetahuan bagi peneliti dalam pemahamannya yang lebih mendalami mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet*.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber seubah informasi dan masukan terhadap perusahaan agar nantinya perusahaan pembanyaran sistem *E-wallet* dapat berkembang dan semakin maju dalam segala hal baik dari segi kualitas dan fitur-fitur yang ada pada aplikasi tersebut.

c. Bagi generasi Z

penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah rekomendasi terkait kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi pemabayaran *E-wallet*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka sistematika penulisan yang akan digunakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mekanisme penelitian menguraikan latar belakang masalah, rumus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian kemudian diakhiri dengan penutupan dengan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini mekanisme penelitian membahas tentang teori yang berkaitan dengan judul yaitu Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di kota Banda Aceh

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis membahas tentang metode penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, instrument pengumpulan data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari peneliti ini untuk bisa menjawab permasalahan dan tujuan dari peneliti ini, serta bersifat juga mengenai objek penelitian, pengujian hasil dari pengelolaan data serta pembahasan hasil analisisnya

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan juga saran dari hasil penelitian yang dapat menjadi penutup dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Riset ini berlandaskan pada kerangka konseptual Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang berfungsi sebagai instrumen analitis untuk menilai sejauh mana pengguna menerima dan menggunakan inovasi digital. Model ini lahir dengan sebagai pengembangan dari Teori Tindakan Beralasan atau Theory of Reasoned Action (TRA) yang sebelumnya dirumuskan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), dengan tujuan memahami alasan seseorang menerima atau menolak menggunakan suatu teknologi. TAM (Technology Acceptance Model) berfokus pada dua konstruk utama yang dipandang paling menentukan sikap pengguna, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Seiring perkembangannya, TAM terbukti bersifat fleksibel karena dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain sesuai konteks penelitian, termasuk persepsi risiko yang relevan dalam kajian terapan teknologi keuangan digital. Penerapan TAM pada penelitian ini didasarkan pada kemampuannya menjelaskan perilaku adopsi *E-wallet* di kalangan Generasi Z, yaitu kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital namun tetap mempertimbangkan faktor-faktor persepsi dalam memilih sistem pembayaran.

Persepsi kemanfaatan mencerminkan kepercayaan seseorang terhadap teknologi bisa membuat kerja lebih efektif dan produktif.

Sementara itu, kemudahan berarti mudah digunakan tanpa membuat usaha yang berlebih. (Desita & Dewi, 2022). Kedua konstruk tersebut secara langsung membentuk sikap dan perilaku penggunaan teknologi. Pada penelitian ini, TAM diterapkan untuk memahami perilaku generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran digital *E-wallet*. Generasi ini tumbuh besar dalam lingkungan digital sehingga cenderung lebih cepat menerima berbagai inovasi baru. Selain dua konstruk utama tersebut, persepsi risiko (*perceived risk*) turut menentukan sikap dan perilaku penggunaan teknologi. Persepsi risiko mengacu pada tingkat ketidakpastian serta potensi kerugian yang mungkin dialami pengguna saat menggunakan suatu sistem, seperti kebocoran data pribadi, penipuan daring, kesalahan transaksi, atau kehilangan saldo (Putri et al., 2024).

Pemilihan teori Technology Acceptance model (TAM) dalam penelitian ini dilandasi oleh beberapa alasan. Pertama, TAM termasuk salah satu model yang paling luas digunakan dan telah terbukti valid dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi pada berbagai konteks, baik di bidang pendidikan, bisnis, maupun sistem informasi. Kedua, model ini memiliki konstruk yang sederhana namun kuat sehingga mampu menjelaskan hubungan antara faktor persepsi individu dan niat perilaku dalam menggunakan teknologi. Ketiga, TAM bersifat fleksibel dan terbuka untuk dikembangkan dengan menambahkan variabel lain, seperti persepsi risiko, sesuai karakteristik teknologi yang diteliti. Dengan pertimbangan tersebut, penerapan TAM diharapkan mampu

memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses adopsi teknologi digital di kalangan generasi muda, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan strategi peningkatan penerimaan *E-wallet* di masa mendatang.

2.2 Preferensi Pengguna

Secara harfiah, preferensi dapat dimaknai sebagai hak untuk didahulukan atau diutamakan dibandingkan yang lain, mencakup prioritas, pilihan, kecenderungan, maupun kesukaan. Istilah ini diserap dari kata *preference* yang memiliki makna serupa, yaitu ketertarikan terhadap sesuatu hal (Islamiyah et al., 2016). Secara umum, dari perspektif konsumen, preferensi dapat dipahami sebagai kecenderungan individu memilih produk atau jasa sesuai dengan apa yang mereka sukai. Preferensi tersebut biasanya muncul secara personal dan relatif stabil, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk atau merek yang menurut mereka cocok dengan jati diri. (Putu et al., 2024).

Teori preferensi digunakan untuk melihat kepuasan konsumen. Contohnya, jika seseorang mempunyai sumber daya terbatas, mereka akan memilih opsi terbaik agar manfaat yang didapat bisa lebih maksimal. Preferensi konsumen pada umumnya terbentuk melalui pola pikir tertentu yang didasari oleh berbagai alasan yang mendasari proses pengambilan Keputusan. Alasan tersebut Adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman sebelumnya: ketika konsumen merasa puas dan cocok setelah mengonsumsi suatu produk, mereka cenderung terus mengonsumsi produk tersebut secara berulang sehingga akhirnya memutuskan untuk membelinya kembali.
2. Kebiasaan turun-temurun dalam keluarga: penggunaan suatu produk dalam jangka panjang dapat menumbuhkan kesetiaan konsumen, karena manfaat yang dirasakan secara konsisten memberikan kepuasan tersendiri atas produk yang digunakan. Kedua hal tersebut merupakan sebagian dari alasan yang membentuk preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk.

Variabel preferensi pengguna dipilih karena mencerminkan secara nyata kecenderungan individu dalam memilih sistem pembayaran. Preferensi menggambarkan tingkat penerimaan serta keputusan akhir pengguna untuk menggunakan *E-wallet* dibandingkan metode pembayaran lain. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa minat menggunakan perilaku konsumen yang mencerminkan keinginan untuk memakai suatu produk, berdasarkan pengalaman mereka ketika memilih dan mengonsumsinya. Pada generasi Z, minat tersebut tercermin dari ketertarikan mereka untuk menggunakan aplikasi *E-wallet* dalam berbagai kegiatan transaksi keuangan setiap hari (Putri et al., 2024). Melalui kajian terhadap preferensi pengguna ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko

berperan dalam membentuk pilihan generasi Z terhadap penggunaan *E-wallet* di kota Banda Aceh.

2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi

Beberapa faktor yang memengaruhi preferensi pengguna antara lain sebagai berikut:

1. Persepsi Kemanfaatan adalah kepercayaan orang atau user dalam menggunakan suatu sistem dan dilihat dari manfaat seperti memudahkan dalam bekerja atau beraktivitas (Ericaningtyas & Minarso, 2022).
2. Persepsi Kemudahan adalah mempermudah seseorang jika seseorang itu percaya bahwa sistem informasi tidak mempersulit penggunaannya maka seseorang akan menggunakannya *E-wallet* dan dapat diterima dengan baik, jika menurut seseorang sistem itu sulit digunakan maka seseorang tidak akan menggunakan *E-wallet* (Rahmawati & Yuliana, 2020).
3. Persepsi Risiko adalah ketidakpastian dan potensi konsekuensi negatif dari penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks teknologi informasi, persepsi ini mencakup kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data, risiko kehilangan uang, atau kerugian akibat gangguan teknis (Putri et al., 2024).

2.2.2 Indikator Preferensi Masyarakat

Penelitian yang dilakukan oleh Islamiyah et al (2016) menjelaskan bahwa preferensi dapat dikenali melalui beberapa indikator berikut:

1. Kemudahan penggunaan memberikan pengalaman yang baik dan lebih nyaman bagi pengguna sehingga mereka lebih memilih menggunakannya secara terus-menerus.
2. Keamanan adalah hal terpenting sehingga pengguna merasa nyaman bertransaksi
3. Kecepatan Transaksi yang terjadi akan meningkatkan Tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna.
4. Kepercayaan penyediaan layanan, kepercayaan ini mencakup keandalan dalam hal pengelolaan transaksi serta perlindungan data pribadi.
5. Promosi yang ditawarkan akan menjadi pertimbangan dalam melakukan aktifitas sehari-hari.

2.3 Persepsi kemanfaatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manfaat diartikan sebagai guna atau faedah, sedangkan kemanfaatan berarti memiliki kegunaan atau memberikan manfaat. Persepsi manfaat (perceived usefulness) memiliki keterkaitan erat dengan penggunaan *E-wallet*. Persepsi ini mencerminkan sejauh mana pengguna meyakini bahwa pemanfaatan suatu sistem teknologi dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja mereka. Dalam konteks *E-wallet*, keyakinan tersebut tercermin dari pengalaman

pengguna yang merasakan transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien dibandingkan metode pembayaran konvensional (Ericaningtyas & Minarso, 2022).

Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) merupakan keyakinan pengguna bahwa teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kinerja mereka. Dengan kata lain, konsep ini menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi mampu meningkatkan kinerjanya. Apabila pengguna menganggap sistem informasi kurang bermanfaat, mereka cenderung enggan menggunakannya. Pemanfaatan dompet elektronik sendiri memberikan sejumlah keuntungan dibandingkan pembayaran tunai maupun nontunai konvensional, di antaranya menghindari kesalahan perhitungan kembalian serta mempermudah penyelesaian transaksi tanpa perlu mengandalkan ATM, kartu debit, atau tanda tangan resmi kartu kredit. Kegunaan yang dirasakan ini mencerminkan penilaian subjektif pengguna terhadap manfaat dari fitur *E-wallet* dalam memudahkan akses terhadap layanan yang dibutuhkan (Ericaningtyas & Minarso, 2022).

Variabel persepsi kemanfaatan dipakai karena menunjukkan seberapa yakin seseorang bahwa teknologi bisa bikin kerja lebih efektif dan efisien. Intinya, ini adalah keyakinan pengguna bahwa sistem informasi benar-benar memberi manfaat nyata (Rodiah & Melati, 2020). Thompson (1991) mengemukakan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi informasi apabila ia menyadari manfaat atau kegunaan (usefulness) yang positif dari

penggunaannya (Silaen & Prabawani, 2017). Generasi Z, yang menjalani kehidupan serba dinamis, cenderung mempertimbangkan manfaat praktis tersebut dalam menentukan pilihan metode pembayaran, sehingga persepsi kemanfaatan layak digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.

2.3.1 Indikator Persepsi Kemanfaatan

Priambodo dan Prabawani (2017) dalam penelitiannya mengukur variabel persepsi kemanfaatan melalui enam indikator berikut:

1. *Work more quickly* (Bekerja lebih Cepat): Menggunakan *E-wallet* membantu pengguna menyelesaikan transaksi lebih cepat dibandingkan metode konvensional (tunai atau kredit), hal ini menghemat waktu dan mempercepat aktivitas lainnya.
2. *Job performance* (kinerja): *E-wallet* mendukung peningkatan produktivitas dan efektivitas kerja, terutama bagi pelaku usaha, *freelancer*, atau pelajar/mahasiswa yang aktif bertransaksi digital.
3. *Increase Productivity* (meningkatkan produktivitas): Meningkatnya produktivitas dikarenakan proses transaksi jadi lebih cepat dan mudah, pengguna bisa focus pada pekerjaan utama atau efektivitas lain yang lebih bernilai.
4. *Effectiveness* (Efektivitas): *E-wallet* membantu menyelesaikan tugas-tugas keuangan secara tepat, cepat, dan efisien. Fitur-fitur yang terorganisir juga meminimalkan kesalahan dalam bertransaksi.

5. *Makes Job easier* (Mempermudah pekerjaan): *E-wallet* membuat proses keuangan menjadi lebih simple. Tanpa perlu uang tunai, mesin EDC, atau antrean Panjang, semua jadi lebih praktis dan efisien.
6. *Usefull* (kegunaan): pengguna merasa *E-wallet* berguna karena bisa melakukan banyak hal dari membayar belanja, top-up, bayar tagihan, hingga kirim uang semuanya dalam aplikasi.

2.4 Persepsi kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kemudahan diartikan sebagai kondisi atau sifat yang tidak memerlukan banyak tenaga maupun pikiran untuk melaksanakannya. Secara terminologi, kemudahan dapat merujuk pada berbagai konteks, seperti keringanan dalam menyelesaikan suatu urusan atau faktor-faktor yang memperlancar suatu usaha. Kemudahan penggunaan mencerminkan keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat dengan mudah dipahami dan dioperasikan (Silaen & Prabawani, 2017). Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* berkaitan dengan penggunaan *E-wallet* termasuk bentuk atau kondisi yang menggambarkan keyakinan pengguna terhadap teknologi, khususnya teknologi informasi. Persepsi kemudahan memiliki keterkaitan erat dengan penggunaan *E-wallet*, sebab ketika pengguna merasakan kemudahan atau cara sederhana untuk

menjalankan dan mengaplikasikan sistem tersebut (Ericaningtyas & Minarso, 2022).

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi pemicu penting dalam penerimaan layanan transaksi digital. Konsep ini merujuk pada keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa membutuhkan banyak upaya (Rodiah & Melati, 2020). Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989, persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan sejauh mana seseorang merasa mudah dalam mempelajari serta mengoperasikan sistem tanpa menghadapi hambatan yang berarti.

Yogananda dan Dirgantara (2017) menambahkan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya mencakup aspek penggunaan secara fisik, melainkan juga kemudahan dalam memahami fitur sistem serta mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan pengguna, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Penelitian-penelitian sebelumnya mengidentifikasi indikator persepsi kemudahan penggunaan yang meliputi kemudahan saat bertransaksi, kemudahan untuk dipelajari, peningkatan keterampilan pengguna, serta minimnya usaha yang dibutuhkan dalam berinteraksi dengan sistem (Prasanti, 2021; Pratiwi et al., 2017).

Variabel persepsi kemudahan dipilih karena mencerminkan sejauh mana individu meyakini bahwa suatu teknologi mudah

dipahami dan dioperasikan. Kemudahan yang dirasakan saat bertransaksi menimbulkan kepuasan pengguna, sehingga mendorong tumbuhnya kepercayaan terhadap dompet digital dan keinginan untuk terus menggunakannya (Yanti & Isnaeni, 2023). Bagi generasi Z yang terbiasa berinteraksi dengan berbagai platform digital, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan mereka terhadap suatu sistem. Atas dasar itu, persepsi kemudahan dipandang layak digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini.

2.4.1 Indikator Persepsi Kemudahan

Venkatesh dan Davis (2016) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. *Easyness* adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup dompet digital *E-wallet* kemudahan ini mengacu pada semudah apa website dapat dijalankan oleh individu.
2. *Clear and understandable* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan. Dalam ruang lingkup dompet digital *E-wallet*, *clear and understandable* mengacu pada sebuah website yang memiliki content yang mudah dipahami.
3. *Easy to learn* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup e-commerce, dimensi ini mengacu

pada sejauh mana sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.

4. *Overall easiness* adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dalam lingkup dompet digital *E-wallet*, dimensi ini mengacu pada kemudahan secara keseluruhan yang dirasakan dalam menggunakan *website*.

2.5 Persepsi Risiko

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), risiko didefinisikan sebagai akibat yang kurang menyenangkan, merugikan, atau membahayakan dari suatu perbuatan maupun tindakan. Dalam konteks teknologi digital, risiko tidak selalu berbentuk kejadian nyata yang telah terjadi, melainkan dapat berupa penilaian subjektif pengguna terhadap kemungkinan munculnya kerugian. Pavlou (2003) mendefinisikan persepsi risiko sebagai keyakinan seseorang mengenai potensi konsekuensi negatif yang mungkin timbul dari penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam ekosistem pembayaran digital, kekhawatiran tersebut umumnya berkaitan dengan keamanan data pribadi, kemungkinan kegagalan transaksi, hingga potensi penipuan yang dapat mengakibatkan kehilangan saldo. Tingginya persepsi risiko terbukti berdampak negatif terhadap keinginan pengguna untuk mengadopsi teknologi keuangan, karena rasa tidak aman yang dirasakan dapat

mengalahkan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan (Rodiah & Melati, 2020).

Pemilihan variabel persepsi risiko didasarkan pada kemampuannya menggambarkan sejauh mana individu merasakan adanya potensi kerugian atau ketidakpastian dalam menggunakan suatu teknologi. Setiap teknologi keuangan digital pada dasarnya memiliki potensi risiko, seperti pencurian data, penipuan, atau kehilangan saldo. Tingkat persepsi risiko ini dapat memengaruhi keyakinan pengguna terhadap keamanan sistem, yang pada akhirnya turut memengaruhi preferensi penggunaan *E-wallet*.

2.5.1 Indikator Persepsi Risiko

Beberapa indikator yang digunakan untuk dapat mengukur persepsi risiko menurut Priambodo & Prabawani (2017), sebagai berikut:

1. adanya risiko tertentu merujuk pada kesadaran individu bahwa dalam menggunakan *E-wallet* terdapat potensi bahaya atau masalah, seperti: kebocoran data pribadi, akun diretas, atau saldo yang tersedot tanpa izin.
2. Mengalami kerugian: menggambarkan kekhawatiran pengguna bahwa pengguna *E-wallet* dapat menyebabkan kerugian material, seperti: Kehilangan saldo, transaksi gagal namun saldo tetap terpotong, atau penipuan digital.
3. Pemikiran bahwa penggunaan *E-wallet* itu berisiko: mengacu pada persepsi umum atau sikap mental pengguna terhadap *E-wallet* sebagai sesuatu yang berpotensi

berbahaya, meskipun belum mengalami sendiri, pengguna tetap memiliki pandangan bahwa pengguna *E-wallet* mengandung risiki yang harus di pertimbangkan.

2.6 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan saat ini tengah memasuki fase remaja hingga dewasa awal (Abas et al., 2022). Mereka tumbuh dalam era digital yang berkembang pesat, di mana internet dan teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Menurut Roberts dkk. (2014), remaja dari generasi ini menjadikan smartphone sebagai bagian tak terpisahkan dari aktivitas mereka, yang kemudian memengaruhi cara mereka menginternalisasi nilai-nilai kehidupan dari berbagai agen sosialisasi. Meski demikian, studi terkini tetap menempatkan orangtua sebagai agen sosialisasi utama dalam pembentukan nilai dan karakter anak. Hal inilah yang mendorong pentingnya penelitian mengenai nilai-nilai serta proses sosialisasi yang dipersepsikan oleh generasi Z dari orangtua mereka.

Dampak positif terhadap teknologi dan internet ini di manfaatkan dengan baik pula oleh semua generasi, terutama generasi Z yang berusia kisaran 10-26 tahun dengan usia produktif di bangku sekolah dan/atau perguruan tinggi (Badan Pusat Statistik, 2020). Generasi Z sendiri memiliki sebuah preferensi, perspektif dan harapan yang berbeda atau beragam dari generasi lainnya yang kemudian pelaku industri melakukan pemahaman dan evaluasi terhadap demografis saat ini seperti pendekatan yang secara

pragmatis generasi Z terhadap keuangan pribadi mereka (Ninggar & Anggraini, 2022). Secara demografis, generasi Z merupakan kelompok generasi dengan jumlah paling dominan, mencakup 27,94% dari total populasi di Indonesia, dan menjadi generasi terbesar juga di berbagai negara lainnya (Irlansyah et al., 2022). Sejak kecil, mereka telah terbiasa menggunakan perangkat digital seperti gawai, yang menjadikan mereka sangat adaptif terhadap teknologi. Kemampuan mengekspresikan identitas secara aktif baik di dunia nyata maupun dunia maya menjadi salah satu ciri khas generasi ini (Turner, 2015). Mereka juga dikenal sebagai generasi yang kolaboratif, kreatif, serta terbuka terhadap perubahan dan inovasi.

2.7 *E-wallet*

E-wallet merupakan layanan perangkat lunak (aplikasi) yang berfungsi sebagai alat pembayaran digital, dapat diakses melalui server dan dioperasikan melalui smartphone (Anjani et al., 2022). Layanan ini hadir dengan menawarkan berbagai kemudahan teknologi modern yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Sebagian besar pengguna menggunakan *E-wallet* untuk berbagai kebutuhan, seperti pemesanan makanan daring, transportasi daring, maupun belanja daring (Anjani et al., 2022). Penggunaan *E-wallet* banyak diincar oleh kalangan muda, terlebih mahasiswa. Berdasarkan penelitian Director Customer Experience Ipsos Indonesia, sekitar 68% pengguna *E-wallet* berasal dari kelompok

usia muda, mengingat tingkat aktivitas dan produktivitas mereka yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. (Anjani et al., 2022).

Pembayaran digital merupakan teknologi yang memperkenalkan konsep baru kepada masyarakat mengenai transaksi nontunai, yang dinilai jauh lebih menguntungkan dan aman. Banyak pihak mengasosiasikan pembayaran digital dengan dompet digital atau uang elektronik berbasis seluler yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi. Dua bentuk pembayaran elektronik yang paling umum dikenal sebagai uang digital adalah yang berbasis jaringan komputer dan sistem digital. Proses pembayaran digital dilakukan melalui perangkat digital, di mana pihak pembayar dan penerima sama-sama menggunakan metode digital untuk mengirim dan menerima uang selama transaksi berlangsung, dan keseluruhan prosesnya dilakukan secara daring (Jumawan et al., 2024). Setidaknya terdapat enam keunggulan utama *E-wallet* bagi pelanggan, antara lain

- 1) *E-wallet* adalah pembayaran digital untuk transaksi yang lebih aman, tanpa uang tunai, dan efisien.
- 2) Kemudahan pelacakan transaksi untuk memantau pengeluaran pengguna karena menyediakan catatan untuk setiap transaksi
- 3) *E-wallet* menyediakan sistem isi ulang tunai yang mudah digunakan menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit, dan transfer bank

- 4) *E-wallet* didukung oleh sistem jaminan uang kembali oleh penyedia, oleh karena itu pengguna dapat melakukan proses pembayaran dengan percaya diri dengan fitur keamanan yang ditingkatkan
- 5) *E-wallet* menyediakan proses pengiriman uang yang mencakup berbagai produk dan layanan, jaringan pembayaran *E-wallet* yang luas membuat pengalaman pengguna yang lebih baik untuk transaksi pembayaran
- 6) Metode pembayaran *E-wallet* juga mendukung transfer dana peer yang memungkinkan pergerakan uang tunai yang lancar di antara pengguna sistem *E-wallet*

2.8 Penelitian Terkait

Kajian terhadap penelitian terdahulu dilakukan dengan menelusuri berbagai sumber, termasuk jurnal ilmiah, guna memperoleh informasi dan teori yang relevan dengan topik penelitian. Untuk memudahkan pembaca, hasil penelusuran tersebut disajikan dalam bentuk tabel berikut. Tabel 2.1 berikut menyajikan ringkasan penelitian-penelitian tersebut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul peneltia (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Penelitian yang dilakukan oleh	Penelitian ini menggunakan pendekatan	Hasil penelitian menemukan bahwa banyak faktor yang

	Anjani (2022) yang berjudul: <i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-wallet</i>	kuantitatif dengan cara wawancara, serta data sekunder yang berasal dari publikasi artikel jurnal ilmiah,	mempengaruhi minat Generasi Z melakukan dalam menggunakan sistem pembayaran <i>E-wallet</i>, diantaranya yaitu: adanya promo, kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan, dan iklan dari produk digital wallet tersebut
2.	Penelitian yang dilakukan oleh Paramitha & Mahyuni (2022) yang berjudul: <i>Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-wallet Di Kota Denpasar.</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menyasar pada pengguna dompet digital khususnya generasi milenial	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan dompet digital. Sementara faktor persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan mampu

			menjelaskan secara signifikan minat generasi milenial menggunakan dompet digital. Persepsi
3.	Peenelitian yang dilakukan oleh Putri et al (2024) yang berjudul : <i>Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana Pada Generasi Z Di Kota Denpasar.</i>	Menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan E-wallet DANA.
4.	Penelitian yang dilakukan oleh Fitria & Elviana	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Transaksi online yang biasa digunakan oleh responden adalah pada kategori keuangan

	(2022) yang berjudul: <i>Analisa Penggunaan E-wallet dalam Keseharian Masyarakat di Kabupaten Labuhanbatu</i>		(78%) untuk membayar tagihan listrik, asuransi Kesehatan, tagihan air, dan transaksi keuangan lainnya. Untuk pembelian makanan sebesar 15% dan minuman sebesar 7%. Transaksi pada makanan dan minuman hanya bisa dilakukan Ketika responden membeli di mall dengan menggunakan OVO, Gopay, dan DANA.
5.	Penelitian yang dilakukan oleh Afandi et al (2021) yang berjudul : <i>Pengaruh Persepsi Kegunaan,</i>	Metode pengumpulan data penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening, akan tetapi persepsi

	<i>Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening</i>	responden sebanyak 100 orang dan teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan Smart PLS untuk menguji hipotesis.	kemudahan berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel intervening. Persepsi penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan persepsi kemudahan, kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan. Kemudian variabel sikap sebagai variabel intervening tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Selanjutnya persepsi penggunaan, kemudahan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan melalui sikap sebagai variabel intervening.
--	--	---	---

2.9 Keterkaitan antara variabel

2.9.1 Pengaruh Persepsi kemanfaatan terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran *E-wallet*.

Persepsi kemanfaatan adalah kepercayaan seseorang bahwa teknologi baru bisa memberi manfaat nyata bagi mereka.. Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan menggambarkan tingkatan kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi baru. Semakin besar manfaat yang dirasakan seseorang ketika menggunakan teknologi, semakin tinggi pula minatnya untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah manfaat yang diperoleh, semakin rendah pula minat penggunaannya (Desita & Dewi, 2022). Manfaat yang dirasakan dipandang sebagai penilaian subjektif pengguna *E-wallet* terhadap kinerja layanan saat digunakan untuk bertransaksi secara digital. Setelah pengguna melakukan transaksi menggunakan *E-wallet*, sikap positif yang muncul turut mendorong peningkatan kinerja mereka. Selain peningkatan kinerja, pengguna *E-wallet* juga merasakan produktivitas yang lebih baik dibandingkan saat masih bertransaksi secara tunai. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan *E-wallet* turut menciptakan efektivitas yang pada gilirannya memengaruhi sikap pengguna dalam bertransaksi.

Menurut Davis (1989), *perceived usefulness* atau persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dalam konteks *E-wallet*, manfaat tersebut mencakup efisiensi

waktu, kecepatan transaksi, integrasi dengan merchant, serta berbagai program promosi menarik seperti cashback atau diskon. Persepsi kemanfaatan pada dasarnya merupakan keyakinan pengguna bahwa pemanfaatan teknologi akan memberikan manfaat yang nyata. Dalam konteks *E-wallet*, manfaat tersebut mencakup efisiensi waktu, kecepatan transaksi, kemudahan integrasi dengan merchant, serta program promosi yang menambah nilai ekonomis bagi pengguna. ShopeePay misalnya unggul melalui promo gratis ongkos kirim dan cashback yang dapat langsung digunakan untuk berbelanja di aplikasi Shopee, sehingga transaksi menjadi lebih hemat. GoPay terintegrasi dengan ekosistem layanan Gojek seperti transportasi, pesan-antar makanan, dan belanja ritel, yang turut meningkatkan produktivitas harian penggunanya. OVO menawarkan poin loyalti lintas merchant yang memudahkan pembayaran di berbagai pusat perbelanjaan. Berbagai manfaat tersebut memperkuat keyakinan bahwa penggunaan *E-wallet* mampu mempercepat proses transaksi sekaligus memberikan nilai ekonomis dibandingkan pembayaran tunai. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula preferensi mereka terhadap layanan *E-wallet* tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut, secara sederhana persepsi kemanfaatan dapat dipahami sebagai keyakinan pengguna sistem informasi terhadap manfaat yang dapat dirasakan secara langsung (Rodiah & Melati, 2020). Temuan penelitian Desita & Dewi (2022), Rodiah & Melati (2020), dan Ericaningtyas & Minarso (2022) turut

memperkuat hal tersebut, di mana responden menyatakan lebih tertarik menggunakan *E-wallet* karena kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dibandingkan metode pembayaran tradisional. Temuan tersebut menegaskan

H1 : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan system pembayaran *E-wallet*.

2.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran *E-wallet*.

Pandangan terhadap kemudahan pada dasarnya merupakan proses pengambilan keputusan yang didasari oleh kepercayaan (belief) bahwa suatu sistem informasi dapat digunakan secara optimal. Konstruk kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan keyakinan bahwa suatu sistem informasi dapat digunakan dengan mudah; sebaliknya, jika seseorang menganggap sistem tersebut sulit digunakan, ia cenderung tidak akan menggunakannya (Abrilia et al., 2020). Persepsi kemudahan menggambarkan tingkat di mana penggunaan suatu teknologi dapat dipahami oleh seseorang. Dalam penggunaan *E-wallet*, aspek kemudahan menjadi hal yang perlu diperhatikan perusahaan penyedia layanan karena turut membentuk minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya (Rahmawati & Yuliana, 2020). Jika teknologi terasa mudah digunakan, seseorang jadi lebih tertarik menggunakannya, baik secara langsung ataupun lewat manfaat yang mereka rasakan (Afandi et al., 2021). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan yaitu seseorang akan lebih

terdorong memakai *E-wallet* jika merasa sistemnya mudah digunakan dan tidak menyulitkan; sebaliknya, jika dianggap sulit digunakan, seseorang akan cenderung menghindari *E-wallet* (Rahmawati & Yuliana, 2020).

Davis & Wang (Dalam Abrilia et al., 2020) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai ukuran sejauh mana pengguna di masa depan memandang suatu sistem bebas dari hambatan. Kemudahan dalam hal ini tercermin dari tampilan antarmuka yang intuitif, proses pendaftaran yang singkat, serta metode top-up yang praktis. Sejumlah *E-wallet* populer menggambarkan karakteristik tersebut: ShopeePay memudahkan pengguna melalui proses aktivasi dalam satu aplikasi, sehingga pembeli tidak perlu berpindah platform dari Shopee untuk menyelesaikan pembayaran. Dana menawarkan antarmuka yang sederhana dengan pilihan top-up melalui ATM, mobile banking, atau minimarket, yang banyak disukai pengguna baru. GoPay memungkinkan pengisian saldo secara otomatis melalui fitur GoPay Auto Debit sehingga meminimalkan langkah manual. Berbagai kemudahan tersebut menumbuhkan rasa percaya diri pengguna untuk bertransaksi secara digital sekaligus menjadi pendorong kuat bagi preferensi penggunaan. Temuan penelitian Rodiah & Melati (2020), Afandi et al. (2021), Putri et al. (2024), dan Desita & Dewi (2022) secara konsisten penelitian membuktikan bahwa kemudahan berperan penting dan nyata dalam mendorong seseorang untuk memilih menggunakan *E-wallet*. Semakin mudah

suatu aplikasi *E-wallet* digunakan untuk bertransaksi, semakin tinggi pula frekuensi penggunaan *E-wallet* tersebut oleh penggunanya.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan system pembayaran e- wallet.

2.9.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Preferensi Penggunaan Sistem Pembayaran *E-wallet*.

Risiko dapat dipahami sebagai adanya tenggang waktu pengembalian yang berpotensi menimbulkan ketidaktertagihan suatu pembiayaan (non perform loan). Persepsi risiko dalam konteks ini merujuk pada tingkat kekhawatiran pengguna terhadap kemungkinan kerugian akibat Pemakaian produk atau layanan berarti konsumen benar-benar menggunakan barang atau jasa tersebut dalam aktivitas sehari-hari (Desita & Dewi, 2022). Persepsi risiko merupakan penilaian pelanggan terhadap ketidakpastian serta konsekuensi yang tidak diinginkan ketika melakukan suatu tindakan (Afghani & Yulianti, 2016).

Situasi ketidakpastian selalu membawa resiko, sehingga kepercayaan dibutuhkan agar seseorang mau bertindak. Menurut Rodiah dan Melati (2020), persepsi risiko dipahami sebagai penilaian subjektif mengenai probabilitas suatu kejadian beserta kekhawatiran terhadap konsekuensi yang ditimbulkannya. Persepsi risiko berperan penting dalam menurunkan ketertarikan konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, sehingga berpotensi memberikan pengaruh negatif terhadap penggunaan produk teknologi informasi. Pavlou (2003) persepsi risiko adalah cara

pandang tentang ketidakpastian dan dampak negatif yang mungkin timbul saat memakai produk atau layanan. Persepsi risiko memberi dampak terhadap penurunan intensitas penggunaan teknologi oleh individu, sehingga keberadaannya cenderung memberikan pengaruh negatif terhadap preferensi penggunaan *E-wallet*. Sejumlah layanan besar seperti ShopeePay, GoPay, dan OVO telah menerapkan verifikasi dua langkah serta enkripsi data, meski demikian pengguna tetap perlu waspada terhadap penipuan phishing maupun akun palsu yang menyerupai pihak resmi. LinkAja turut menyediakan proteksi saldo dan layanan bantuan cepat, namun masih menghadapi tantangan edukasi agar pengguna tidak membagikan kode OTP kepada pihak lain.

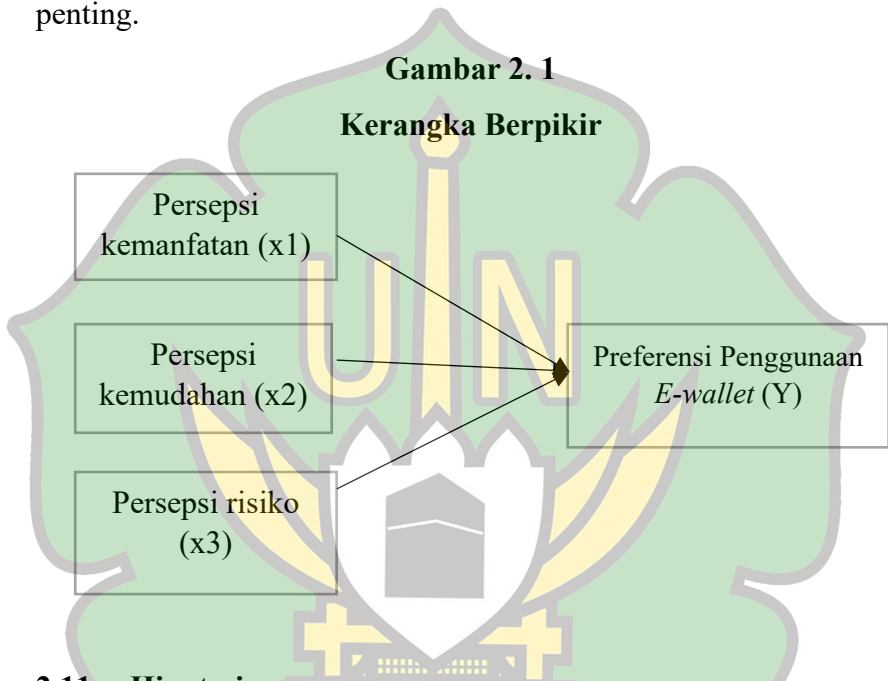
Apabila risiko dipersepsikan tinggi, misalnya akibat kekhawatiran kehilangan saldo karena kebocoran data, preferensi masyarakat terhadap penggunaan *E-wallet* berpotensi menurun, sekalipun persepsi kemanfaatan dan kemudahannya tergolong tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Desita & Dewi (2022), Putri et al. (2024) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *E-wallet*. Sementara itu, Mustofan & Kurniawati (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet*.

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet*.

2.10 Kerangka berpikir

Kerangka berpikir menurut Sugiyono (2019) merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



2.11 Hipotesis

- 1 H1: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan system pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.
- 2 H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.

- 3 H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh.
- 4 H4: Variabel independen Persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan, dan Persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen preferensi penggunaan sistem pembayaran *E-wallet* pada generasi Z di kota Banda Aceh



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif relasional untuk menguji hubungan antarvariabel melalui analisis data statistik. Tahapan pengambilan data dilakukan menggunakan perangkat penelitian, sementara kajian data dilakukan secara statistik untuk menguji hipotesis yang dirumuskan.

Pendekatan kuantitatif secara umum digunakan dalam berbagai bidang ilmu sosial sebagai pembeda dari penelitian kualitatif. Tujuan utamanya adalah mengembangkan serta menerapkan model matematis, teori, atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena tertentu. Proses pengukuran menjadi inti dari penelitian ini karena memberikan hubungan mendasar antara pengamatan empiris dengan representasi matematis dari hubungan kuantitatif yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan relasional untuk menelaah pengaruh maupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019).

Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini mencakup peraturan perundang-undangan ketenagakerjaan, buku referensi, artikel, serta jurnal ilmiah yang kontekstual dengan topik penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di kota banda aceh.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh yang merupakan Ibu Kota Provinsi Aceh sekaligus pusat kegiatan ekonomi, Pendidikan, dan teknologi di wilayah tersebut. Banda Aceh dipilih sebagai Lokasi penelitian karena memiliki Tingkat adopsi teknologi digital yang terus meningkat, khususnya di kalangan generasi muda seperti generasi Z. Kota Banda Aceh juga memiliki jumlah pengguna internet yang cukup tinggi, didukung oleh fasilitas infrastruktur digital seperti jaringan internet yang memadai, serta ketersediaan merchant dan toko yang telah menerima pembayaran digital.

3.3 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari hasil observasi lapangan dan diolah sendiri oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan instrumen kuesioner yang didistribusikan kepada generasi Z pengguna sistem pembayaran digital di Kota Banda Aceh.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Target populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh penduduk Kota Banda Aceh

dari kategori Generasi Z (rentang usia 13–29 tahun) yang berstatus sebagai pengguna aktif *E-wallet*.

3.4.2 Sampel

Sampel Adalah bagian dari komunitas dengan jumlah dan ciri tertentu. Apabila populasi terlalu luas untuk diteliti secara penuh, peneliti memakai beberapa individu sebagai perwakilan dari populasi tersebut. Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi waktu, tenaga, maupun anggaran, menjadi alasan utama mengapa peneliti tidak selalu dapat menjangkau seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, diambil sampel berupa sebagian dari populasi yang dipilih secara cermat agar hasilnya tetap merepresentasikan keseluruhan populasi. Kesimpulan yang dihasilkan dari sampel tersebut kemudian digeneralisasikan terhadap populasi, dengan syarat sampel bersifat representatif (Sugiyono, 2017). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Probability Sampling menggunakan pendekatan simple random sampling, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi (Sugiyono, 2019). Dalam menentukan ukuran sampel dari populasi yang ada, peneliti menggunakan metode yang memastikan representasi yang memadai. Peneliti menerapkan rumus Raosoft, yang umum digunakan pada riset berbasis survei atau kuesioner. Hal ini dilakukan mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini mencakup penduduk dengan rentang usia 13–29 tahun yang belum diketahui secara pasti.

Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Banda Aceh, jumlah penduduk yang termasuk dalam kelompok generasi Z ditentukan berdasarkan penyesuaian rentang usia. Mengacu pada tahun 2025, generasi Z umumnya didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara 1997 hingga 2012, sehingga usia mereka saat ini berkisar antara 13 hingga 29 tahun. Kelompok usia yang relevan disajikan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Penggunaan *E-wallet* berdasarkan kategori usia tahun 2025 di Banda Aceh

Kelompok usia	Penduduk laki-laki	Penduduk perempuan	total
10 – 14	13.364	12.541	25.905
15 – 19	11.603	11.166	22.769
20 – 24	9.282	9.106	18.388
25 – 29	8.986	9.894	18.880
Jumlah	43.235	42.707	85.942

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan total populasi sebesar 85.942 jiwa yang ditampilkan pada Tabel 3.1, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus roasoft mengingat metode ini lazim digunakan untuk menghitung ukuran sampel survei dengan populasi yang besar. Rumus tersebut dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

- n: ukuran sampel (jumlah responden yang diperlukan)
- N: jumlah populasi
- e: batas kesalahan (10%)

maka berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{85,942}{1+85,942 \times (0,1)^2} \\
 &= \frac{85,942}{1+85,942 \times 0,01} \\
 &= \frac{85,942}{1+859,42} \\
 &= \frac{85,942}{860,42} \\
 &= 99,88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus roasoft maka sampel pada penelitian ini adalah 100 responden

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian yaitu kuesioner. Teknik yang dilakukan dengan menyebarkan atau mengajukan sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada responden guna memperoleh jawaban sesuai dengan kondisi nyata yang mereka alami.

3.5 Skala Pengukuran

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Skala pengukuran digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam menghasilkan data kuantitatif. Peneliti menggunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran, yaitu skala yang dipakai untuk menilai pendapat, sikap, atau persepsi individu terhadap suatu fenomena sosial. Setiap pernyataan yang digunakan bersifat favorable, yakni mendukung atau berpihak secara positif pada objek

penelitian (Sugiyono, 2016). Instrumen skala pengukuran yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Instrumen Skala Pengukuran

Kategori jawaban	Nilai skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (ST)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data Diolah (2025)

3.6 Definisi operasional variable

Definisi operasional yaitu panduan tentang cara mengukur suatu variabel agar dapat diketahui baik buruknya suatu konsep. Selain itu, definisi operasional juga menjelaskan secara rinci bagaimana setiap variabel dalam penelitian diukur, termasuk indikator-indikator dan skala yang digunakan.

3.6.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, atau variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai dari variabel terikat bergantung pada variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang ditetapkan adalah preferensi penggunaan *E-wallet*.

3.6.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan faktor yang berperan sebagai penentu atau penjelas variasi pada variabel terikat. Variabel ini dapat memengaruhi variabel lain, baik secara

positif maupun negatif. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko.

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Persepsi kemanfaatan (x)	1. <i>Work more quickly</i> (Bekerja lebih Cepat) 2. <i>Job performance</i> (kinerja) 3. <i>Increase Productivity</i> (meningkatkan produktivitas) 4. <i>Effectiveness</i> (Efektivitas) 5. <i>easier</i> (Mempermudah pekerjaan) 6. <i>Usefull</i> (kegunaan)	1-5	Likert
Persepsi kemudahan (x)	1. <i>Easyness</i> 2. <i>Clear and understandable</i> 3. <i>Easy to learn</i> 4. <i>Overall easiness</i>	1-5	Likert

Persepsi risiko (x)	1. Adanya risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran	1-5	Likert
Preferensi penggunaan <i>E-wallet</i> (Y)	1. Kemudahan penggunaan 2. Kecepatan Transaksi 3. Kepercayaan penyediaan layanan. 4. Promosi	1-5	Likert

Sumber: Dala Diolah (2025)

3.7 Teknik analisis data

3.7.1 3Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai tingkat akurasi dan konsistensi instrumen dalam mengukur suatu konsep tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Pengujian ini menunjukkan sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner valid dan sahih sebagai alat pengumpulan data. Suatu butir dikatakan valid apabila mampu mengukur aspek yang dimaksud, sedangkan butir yang tidak valid tidak dapat digunakan karena datanya tidak dapat dipercaya sehingga perlu dieliminasi atau diperbaiki (Sekaran dan Bougie, 2016).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai penilai konsistensi instrumen penelitian dalam menciptakan data yang serupa saat

diterapkan pada kondisi yang sama. Semakin tinggi koefisien yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat keandalan instrumen tersebut. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan koefisien Cronbach Alpha, dengan batas minimum penerimaan sebesar 0,6. Instrumen dinyatakan memiliki reliabilitas baik apabila nilai alpha melebihi 0,8. (Priyatno, 2018).

3.8 Uji asumsi klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk menilai apakah data yang diperoleh dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak.. Analisis regresi mengharuskan seluruh data terdistribusi normal (Sugiyono, 2019). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh: apabila nilainya lebih besar dari 0,05, maka data residual dianggap berdistribusi normal dan dapat dianalisis lebih lanjut dengan regresi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Priyatno, 2018).

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi yang mencerminkan adanya hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna antara dua atau lebih variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari kondisi ini (Sugiyono,

2019). Priyatno (2018) menjelaskan bahwa deteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF pada hasil analisis regresi linier berganda. Kriterianya adalah: tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance $>0,1$ dan VIF <10 , sedangkan multikolinearitas terjadi apabila Tolerance $<0,1$ dan VIF >10 .

3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Multikolinearitas merupakan kondisi yang mencerminkan adanya hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna antara dua atau lebih variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari kondisi ini (Sugiyono, 2019). Priyatno (2018) menjelaskan bahwa deteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF pada hasil analisis regresi linier berganda. Kriterianya adalah: tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance $>0,1$ dan VIF <10 , sedangkan multikolinearitas terjadi apabila Tolerance $<0,1$ dan VIF >10 .

3.9 Uji hipotesis dan analisis regresi

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Model ini bertujuan mengidentifikasi hubungan serta pengaruh variabel independen (X), yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko, terhadap variabel dependen (Y), yakni preferensi penggunaan

E-wallet. Analisis regresi dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, dan persamaan regresi linier berganda yang digunakan dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{PPE} = a + \beta_1 \text{PKF} + \beta_2 \text{PKD} + \beta_3 \text{PR} + e$$

Keterangan:

Y = Preferensi penggunaan *E-wallet*

a = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_n$ = Koefisien arah regresi

X1 = Persepsi Kemanfaatan (PKF)

X2 = Persepsi Kemudahan (PKD)

X3 = Persepsi Risiko (PR)

E = Error 5 persen

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Indeks determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menguraikan variasi pada variabel terikat. Menurut Priyatno (2018), nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi variabel terikat, yaitu preferensi penggunaan *E-wallet*, yang dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas dalam model, yakni persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1; semakin mendekati angka 1, semakin tinggi kemampuan prediksi model, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan keterbatasan model dalam memaparkan data. Sugiyono (2019) menambahkan bahwa pada data cross section, nilai indeks determinasi cenderung rendah karena adanya variasi

antarindividu, sementara pada data time series biasanya memunculkan nilai yang lebih tinggi.

3.9.3 Uji signifikansi parsial (t)

Verifikasi hipotesis parsial dilakukan menggunakan analisis t melalui aplikasi SPSS untuk mengetahui apakah tiap variabel independen, yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko, berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen, yakni preferensi penggunaan *E-wallet*. Analisis t pada intinya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas tersebut secara terpisah memberikan pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari 0,05 (α), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel bebas dinyatakan tidak memiliki efek signifikan secara individual terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah: apabila nilai $|t \text{ hitung}|$ lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel bebas (X) berdampak signifikan terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya, jika $|t \text{ hitung}|$ lebih kecil daripada t tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel bebas (X) tidak memberikan pengaruh berarti terhadap variabel terikat (Y).

Penerapan pada hipotesis: H1 (Persepsi Kemudahan berpengaruh positif) didukung apabila t hitung bernilai positif, $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} < 0,05$. H2 (Persepsi Kemudahan berpengaruh positif) didukung apabila t hitung bernilai positif, $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} < 0,05$. H3 (Persepsi Risiko berpengaruh negatif) didukung apabila t hitung bernilai negatif, $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$, dan $\text{sig.} < 0,05$.

3.9.4 Uji Signifikansi Simultan (F)

Analisis hipotesis gabungan dilakukan dengan tes F menggunakan SPSS untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat. Tes F pada dasarnya menunjukkan kelayakan model regresi dalam menggambarkan pengaruh variabel-variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021).

Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas secara kolektif memberikan pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari 0,05 (α), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel bebas secara bersama-sama tidak berdampak signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam tes F adalah: apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel bebas (X) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil daripada F tabel dan nilai signifikansi $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel bebas (X) secara bersama-sama tidak memberikan pengaruh berarti terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis keempat (H_4), yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan, didukung apabila F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikansi $<0,05$.

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan uji F menggunakan SPSS untuk mengetahui apakah semua variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah model regresi layak digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

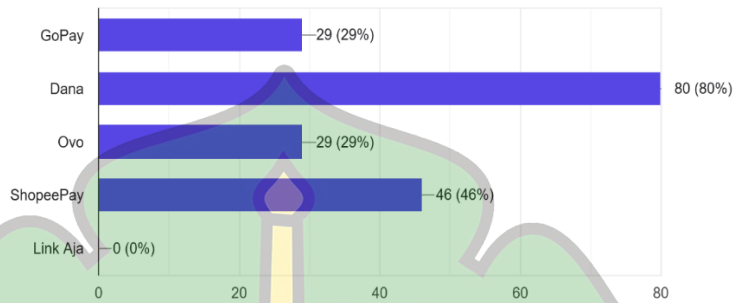
4.1 Hasil Penelitian

Sebagai salah satu produk inovasi dalam dunia teknologi keuangan, *E-wallet* hadir untuk mendukung berbagai kebutuhan transaksi masyarakat secara lebih praktis dan efisien. Penggunaan *E-wallet* sebagai instrumen pembayaran digital menawarkan sejumlah keunggulan, di antaranya kemampuan menarik minat konsumen serta mendorong efektivitas aktivitas usaha. Dalam mekanisme pembayaran nontunai, proses transaksi berlangsung tanpa memerlukan pertemuan fisik antara kedua belah pihak. Hal ini menjadikan faktor kemudahan akses, kecepatan proses, dan keamanan sistem sebagai daya tarik utama yang mendorong masyarakat beralih ke *E-wallet*.

Aspek kemudahan yang ditawarkan oleh *E-wallet* turut berkontribusi signifikan terhadap pilihan yang dibuat konsumen. Generasi Z, yang dikenal menyukai efisiensi dan kecepatan, cenderung memilih platform yang mampu menyelesaikan kebutuhan mereka dalam waktu singkat dan tanpa langkah yang rumit. Hanya dengan satu perangkat pintar dan satu aplikasi, seluruh proses transaksi dapat diselesaikan secara instan. Antarmuka aplikasi yang dirancang secara intuitif dan ramah pengguna menjadi salah satu fitur unggulan yang membuat *E-wallet* mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

Gambar 4. 1
Produk *E-wallet* yang digunakan oleh responden

Produk e-wallet yang di gunakan
100 jawaban



Berdasarkan data yang terkumpul dari responden sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.1, terdapat lima aplikasi *E-wallet* yang paling sering dimanfaatkan dalam keseharian, yakni GoPay, DANA, OVO, ShopeePay dan Link Aja. Di antara kelimanya, aplikasi DANA menempati posisi teratas sebagai *E-wallet* dengan pengguna terbanyak. Dana menawarkan kemudahan dan kepraktisan, terutama dalam hal transfer maupun pembayaran berbagai transaksi. Sebagai contoh, proses pembayaran belanja dapat dilakukan hanya melalui pemindaian kode QR tanpa harus mengantre di kasir, yang mencerminkan betapa mudahnya sistem ini dioperasikan oleh pengguna.

4.1.1 Karakteristik Responden

Populasi yang menjadi target dalam penelitian ini mencakup warga Kota Banda Aceh yang telah menggunakan layanan *E-wallet*, dengan rentang usia mulai dari 10 hingga 29 tahun. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan formula Slovin sehingga

diperoleh target sebanyak 100 responden. Gambaran lengkap mengenai profil dan karakteristik responden disajikan secara rinci pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

No.	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin:		
	▪ Laki-laki	41	41.0
	▪ Perempuan	59	59.0
Jumlah		100	100,0
2.	Umur:		
	▪ 10-14 tahun	0	0.0
	▪ 15-19 tahun	15	15.0
	▪ 20-24 tahun	40	40.0
	▪ 25-29 tahun	44	44.0
Jumlah		100	100,0
3.	Pekerjaan:		
	▪ Pelajar/mahasiswa	47	47.0
	▪ Pegawai Swasta	16	16.0
	▪ Pegawai Negeri	2	2.0
	▪ Wiraswasta	21	21.0
	▪ Lainnya	14	14.0
Jumlah		100	100,0
4	Lama Menggunakan <i>E-wallet</i> :		

No.	Uraian	Frekuensi	Persentase
	▪ 1-2 bulan	4	4.0
	▪ 3-6 bulan	2	2.0
	▪ 1-2 tahun	19	19.0
	▪ 2-3 tahun	36	36.0
	▪ 4-6 tahun	41	41.0
	▪ >7 tahun		
Jumlah		100	100,0

Sumber; data diolah, 2026

4.2. Hasil Pengujian Instrumen

Keandalan data hasil penggunaan perangkat penelitian dapat diperiksa melalui analisis validitas dan konsistensi dengan mengacu pada koefisien korelasi Cronbach Alpha yang lazim dipakai dalam studi ilmiah.

4.2.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memverifikasi apakah setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, pengujian tersebut dilakukan secara statistik melalui teknik korelasi pearson product-moment coefficient of correlation dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS sebagai alat bantu analisis. Hasil selengkapnya dari pengujian validitas ini dapat ditelaah pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas

No Pernyataan		Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis 5% (N=100)	Ket
1	A1	Persepsi kemanfaatan	0.855	0.195	Valid
2	A2		0.859		
3	A3		0.887		
4	A4		0.845		
5	A5		0.848		
6	A6		0.849		
7	A7		0.87		
8	A8		0.872		
9	A9		0.77		
10	A10		0.833		
11	A11		0.882		
12	A12		0.857		
13	A13		0.778		
14	A14		0.869		
15	A15		0.89		
16	A16		0.849		
17	A17		0.882		
18	A18		0.828		
19	B1	Persepsi kemudahan	0.824	0.195	Valid
20	B2		0.889		
21	B3		0.907		
22	B4		0.908		
23	B5		0.893		
24	B6		0.896		
25	B7		0.904		
26	B8		0.886		
27	B9		0.853		

28	B10		0.896		
29	B11		0.855		
30	B12		0.855		
31	B13		0.879		
32	C1	Persepsi risiko	0.865	0.195	Valid
33	C2		0.887		
34	C3		0.847		
35	C4		0.828		
36	C5		0.945		
37	C6		0.936		
38	C7		0.921		
39	C8		0.884		
40	C9		0.906		
41	C10		0.876		
42	D1	Preferensi penggunaan <i>E-wallet</i>	0.877	0.195	Valid
43	D2		0.891		
44	D3		0.872		
45	D4		0.884		
46	D5		0.883		
47	D6		0.859		
48	D7		0.839		
49	D8		0.824		
50	D9		0.85		
51	D10		0.778		
52	D11		0.776		
53	D12		0.711		

Berdasarkan Tabel 4.2, setiap indikator pernyataan dalam penelitian ini dianggap tepat. Hal ini diverifikasi melalui nilai koefisien korelasi yang melebihi titik acuan product moment sebesar 0,195. Oleh karena itu, semua komponen pernyataan pada kuesioner dapat dipakai dalam tahap analisis selanjutnya

4.2.2 Pengujian Reliabilitas

Setelah seluruh item pernyataan dinyatakan valid, tahap berikutnya adalah uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran. Instrumen dianggap reliabel apabila responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap pernyataan yang sama dalam kondisi berbeda. Kriteria pengujian ini mengacu pada nilai Cronbach's Alpha, di mana instrumen dinyatakan handal apabila koefisien alpha melebihi batas minimum 0,6. Proses pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS

Tabel 4. 3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Item Variabel	<i>cronbach alpha</i>	Ket
1	Persepsi Kemanfaatan (X ₁)	18	0.977	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan (X ₂)	13	0.976	Reliabel
3	Persepsi Risiko (X ₃)	10	0.971	Reliabel
4	Preferensi Penggunaan <i>E-wallet</i> (Y)	12	0.961	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4.3 menunjukkan perolehan nilai Cronbach's Alpha yang sangat baik untuk setiap variabel. Secara rinci, variabel persepsi kemanfaatan (X₁) mencatat nilai alpha sebesar 0,977, diikuti variabel persepsi kemudahan (X₂) dengan nilai 0,976, variabel persepsi risiko (X₃) dengan nilai 0,971,

serta variabel preferensi penggunaan *E-wallet* (Y) dengan nilai 0,961. Keseluruhan nilai tersebut jauh melampaui ambang batas minimum Cronbach's Alpha sebesar 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi dan dapat dipercaya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai langkah awal untuk memeriksa apakah sebaran data dalam penelitian mengikuti distribusi normal. Metode yang dipilih adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Adapun dasar pengambilan keputusannya ialah bila nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, maka data residual dapat dianggap berdistribusi normal. Rangkuman hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 4.4

Tabel 4. 4
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

	Unstandardized residual
N	100
Kolgomogorov-Smirnov Z	. 072
Asymp Sig (2-Tailed)	.200^{c, d}

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Mengingat nilai tersebut berada di atas batas kritis 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data

residual dalam penelitian ini mengikuti sebaran yang normal, sehingga syarat normalitas dalam analisis regresi terpenuhi.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan linier yang kuat di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Apabila hubungan semacam itu ditemukan, maka model dianggap mengalami masalah multikolinearitas yang dapat memengaruhi ketepatan estimasi. Model regresi yang ideal mensyaratkan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Deteksi multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

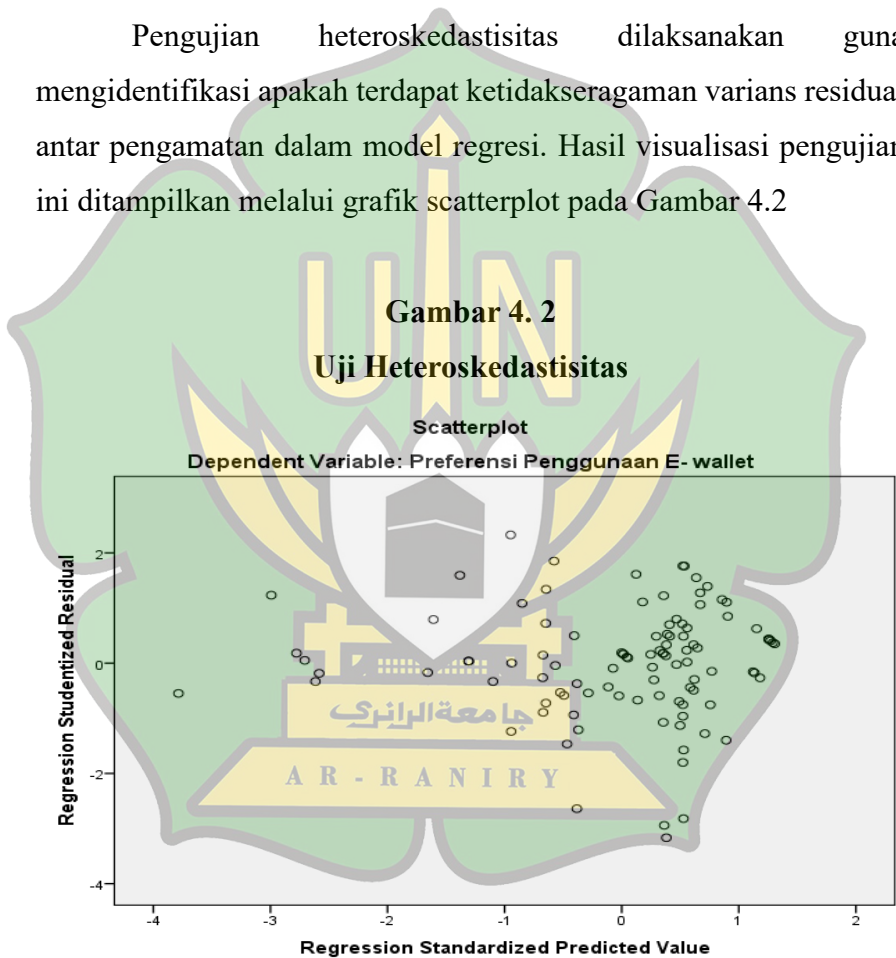
Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi kemanfaatan	0.332	3.012	Bebas dari Multikolinieritas
Persepsi kemudahan	0.309	3.235	Bebas dari Multikolinieritas
Persepsi risiko	0.884	1.132	Bebas dari Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 4.5, terlihat bahwa seluruh variabel independen memperoleh nilai Tolerance yang melebihi angka 0,10, yang mengindikasikan tidak terdapat korelasi bermasalah di antara variabel bebas. Hasil serupa juga diperoleh dari perhitungan VIF, di mana semua variabel menunjukkan nilai di bawah 10. Dengan

mempertimbangkan kedua indikator tersebut, dapat ditegaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari persoalan multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilaksanakan guna mengidentifikasi apakah terdapat ketidakseragaman varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Hasil visualisasi pengujian ini ditampilkan melalui grafik *scatterplot* pada Gambar 4.2



Grafik *scatterplot* pada Gambar 4.2 memperlihatkan pola penyebaran titik-titik yang acak di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu yang teratur. Kondisi

ini menjadi indikasi bahwa tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang dibangun, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik statistik yang diaplikasikan untuk mengkaji sejauh mana variabel-variabel bebas secara bersama-sama maupun individual memengaruhi variabel terikat. Melalui analisis ini, dapat ditelaah arah dan kekuatan hubungan antarvariabel, serta diketahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mendeskripsikan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Tabel 4. 6
Hasil output *coefficients* pada SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.682	2.672		1.004	.318
Persepsi Kemanfaatan	.250	.058	.368	4.310	.000
Persepsi Kemudahan	.511	.082	.550	6.223	.000
Persepsi Risiko	-.011	.044	-.013	-.250	.803

a. Dependent Variable: Preferensi Penggunaan *E-wallet*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$$

$$Y = 2.682 + 0.250X1 + 0.511X2 - 0.011X3 + e$$

Konstanta senilai 2,682 mencerminkan besaran nilai variabel Preferensi Penggunaan *E-wallet* (Y) ketika seluruh variabel independen, yaitu Persepsi Kemanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Persepsi Risiko (X3), diasumsikan bernilai nol atau tidak memberikan pengaruh apapun. Koefisien regresi X1 sebesar 0,250 mengindikasikan adanya hubungan positif antara Persepsi Kemanfaatan dan Preferensi Penggunaan *E-wallet*. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Kemanfaatan akan mendorong kenaikan Preferensi Penggunaan *E-wallet* sebesar 0,250 satuan, dengan asumsi variabel lainnya dalam kondisi konstan. Koefisien regresi X2 yang bernilai 0,511 menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan memiliki kontribusi positif terhadap Preferensi Penggunaan *E-wallet*. Setiap tambahan satu satuan pada Persepsi Kemudahan akan diikuti oleh peningkatan Preferensi Penggunaan *E-wallet* sebesar 0,511 satuan, apabila variabel bebas lainnya dianggap tetap. Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, koefisien regresi X3 menunjukkan nilai negatif sebesar -0,011. Ini mengartikan bahwa Persepsi Risiko memiliki arah pengaruh yang berlawanan dengan Preferensi Penggunaan *E-wallet*. Setiap peningkatan satu satuan pada Persepsi Risiko berpotensi menurunkan nilai Preferensi Penggunaan *E-wallet* sebesar 0,011 satuan, dengan kondisi variabel lain tidak berubah.

4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model. Nilai ini tercermin dari besaran R^2 yang dihasilkan analisis. Hasil lengkap pengujian koefisien determinasi ditampilkan pada Tabel 4.7

Tabel 4. 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.754	4.90446

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R^2 yang diperoleh adalah sebesar 0,754 atau 75,4%. Angka ini bermakna bahwa ketiga variabel independen, yakni Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko, secara kolektif mampu menjelaskan 75,4% variasi yang terjadi pada Preferensi Penggunaan *E-wallet*. Adapun sisa 24,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengevaluasi apakah masing-masing variabel bebas secara individual memiliki pengaruh yang nyata dan bermakna secara statistik terhadap variabel terikat.

Keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi: apabila nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen yang bersangkutan dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial

Tabel 4.8
Hasil Uji signifikansi parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.682	2.672		1.004	.318
Persepsi Kemanfaatan	.250	.058	.368	4.310	.000
Persepsi Kemudahan	.511	.082	.550	6.223	.000
Persepsi Risiko	-.011	.044	-.013	-.250	.803

a. Dependent Variable: Preferensi Penggunaan *E- wallet*

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.7 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikansi dari persepsi kemanfaatan $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung $4.310 > 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan terdapat pengaruh antara variabel persepsi kemanfaatan terhadap preferensi penggunaan *E-wallet*
2. Diketahui nilai signifikansi dari persepsi kemudahan $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.223 > 1.984$, sehingga dapat

disimpulkan bahwa H2 diterima dan terdapat pengaruh antara variabel persepsi kemudahan terhadap preferensi penggunaan *E-wallet*

3. Diketahui nilai signifikasi dari persepsi risiko $0.803 > 0.05$ dan nilai t hitung $0.250 < 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan tidak terdapat pengaruh antara variabel persepsi risiko terhadap preferensi penggunaan *E-wallet*

4.4.3 Uji Signifikansi Simultan (F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) adalah prosedur statistik yang bertujuan untuk menguji apakah seluruh variabel independen (variabel bebas) secara bersama-sama (serentak) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (variabel terikat). Hasil uji signifikasi simultan dari SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji signifikansi simultan (f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7574.899	3	2524.966	104.972	.000 ^b
Residual	2381.314	99	24.054		
Total	9956.214	102			

a. Dependent Variable: Preferensi Penggunaan E- wallet

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 104,972 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sementara itu, nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 99$ adalah sebesar 2,70. Karena nilai F hitung 104,972 lebih besar daripada F tabel 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_4 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), dan Persepsi Risiko (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Penggunaan *E-wallet* (Y).

4.5 Pembahasan

Berdasarkan data pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa aplikasi DANA menjadi *E-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden penelitian ini, sebuah pola yang konsisten dengan data Jakpat pada latar belakang yang menempatkan DANA sebagai platform dengan tingkat penggunaan tertinggi di kalangan Generasi Z, yakni mencapai 75%. Kondisi ini sedikit berbeda dari gambaran nasional yang bersumber dari Ipsos Indonesia, di mana ShopeePay justru mendominasi dengan pangsa 68%. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa preferensi Generasi Z di Kota Banda Aceh lebih dipengaruhi oleh kemudahan transaksi non-tunai, seperti pemindaian kode QR tanpa harus mengantre, dibandingkan oleh keterikatan dengan ekosistem belanja daring tertentu. Sementara itu, dominasi GoPay pada kelompok Milenial dan Gen X yang berkaitan

erat dengan ekosistem transportasi daring Gojek, tampak kurang relevan bagi Generasi Z yang lebih mengutamakan kepraktisan transaksi harian dibandingkan integrasi layanan transportasi.

Dari fenomena preferensi spesifik tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk preferensi Generasi Z di Kota Banda Aceh dalam memilih sistem pembayaran *E-wallet*, dengan menguji tiga variabel bebas persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap satu variabel terikat, yaitu preferensi penggunaan *E-wallet* (Y). Pengolahan data melalui analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut

$$Y = 2.682 + 0.250X1 + 0.511X2 - 0.011X3 + e$$

Dari persamaan ini terlihat pola yang menarik: kenaikan skor persepsi kemanfaatan maupun persepsi kemudahan sama-sama diikuti oleh naiknya preferensi responden terhadap *E-wallet*, sedangkan persepsi risiko justru bergerak berlawanan arah meskipun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Penjelasan lebih rinci untuk masing-masing variabel diuraikan pada empat sub bagian berikut.

4.5.1 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh

Pengujian parsial (uji t) pada variabel persepsi kemanfaatan menghasilkan t hitung sebesar 4,310 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), yang berarti H1 dalam penelitian ini diterima. Artinya,

terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemanfaatan dengan preferensi Generasi Z di Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *E-wallet*. Semakin responden merasakan manfaat nyata dari *E-wallet* baik berupa kecepatan transaksi, penghematan waktu, kemudahan mengakses layanan keuangan, maupun kepraktisan dalam aktivitas harian semakin besar pula kecenderungan mereka menjadikan *E-wallet* sebagai pilihan utama metode pembayaran.

Pola ini konsisten dengan temuan Paramitha & Mahyuni (2022) yang melaporkan bahwa persepsi manfaat menjadi pendorong signifikan minat generasi milenial dalam memanfaatkan dompet digital. Kesimpulan serupa juga muncul pada penelitian Anjani (2022), yang menempatkan manfaat yang dirasakan sebagai salah satu unsur pembentuk minat Generasi Z terhadap sistem pembayaran *E-wallet*.

Konsistensi temuan ini sejalan dengan asumsi dasar *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa keyakinan seseorang terhadap manfaat suatu teknologi akan mendorong penerimaan dan pemanfaatannya secara berkelanjutan. Pada konteks penelitian ini, keyakinan tersebut tercermin dari persepsi responden bahwa *E-wallet* mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas transaksi keuangan mereka sehari-hari.

4.5.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh

Uji pada variabel persepsi kemudahan menghasilkan nilai t

hitung 6,223 dengan signifikansi 0,000, sehingga H2 diterima. Menariknya, persepsi kemudahan tercatat memiliki koefisien beta tertinggi (0,550) di antara ketiga variabel bebas, yang mengindikasikan bahwa variabel inilah yang paling dominan membentuk preferensi Generasi Z terhadap *E-wallet* di Kota Banda Aceh. Dominannya pengaruh persepsi kemudahan, yang tercermin dari koefisien beta tertinggi di antara ketiga variabel bebas, sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang telah diuraikan pada latar belakang, yakni generasi yang sangat adaptif terhadap teknologi, mengutamakan kecepatan informasi, dan mencari kepraktisan dalam aktivitas sehari-hari. Karakteristik ini menjelaskan mengapa kemudahan mempelajari dan mengoperasikan aplikasi *E-wallet* menjadi pertimbangan yang lebih kuat dibandingkan sekadar manfaat yang dirasakan. Hal ini juga memperkuat kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjadi landasan teori penelitian ini, di mana persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu determinan utama penerimaan teknologi, terlebih bagi generasi yang tumbuh besar berdampingan dengan perangkat digital.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Anjani (2022) dan Paramitha & Mahyuni (2022) yang sama-sama menempatkan kemudahan penggunaan sebagai faktor penentu minat generasi muda terhadap dompet digital. Penguatan lain datang dari Afandi et al. (2021), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan *E-wallet*. Rangkaian temuan tersebut menegaskan bahwa penerimaan sebuah teknologi finansial akan

lebih cepat terjadi apabila sistemnya tidak menuntut usaha besar untuk dipahami penggunaannya. Mengingat Generasi Z tumbuh dan besar dalam lingkungan yang akrab dengan teknologi digital, wajar bila ekspektasi mereka terhadap kemudahan penggunaan aplikasi cenderung tinggi sehingga *E-wallet* dengan tampilan sederhana dan alur transaksi yang intuitif akan lebih diminati untuk kebutuhan sehari-hari.

4.5.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh

Berbeda dari dua variabel sebelumnya, uji parsial untuk persepsi risiko menghasilkan t hitung $-0,250$ dengan signifikansi $0,803$ ($> 0,05$). Nilai ini menunjukkan bahwa H_3 ditolak: persepsi risiko tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap preferensi Generasi Z di Kota Banda Aceh dalam menggunakan *E-wallet*. Dengan kata lain, kekhawatiran terhadap risiko seperti potensi kebocoran data, penipuan digital, atau kegagalan transaksi bukan menjadi pertimbangan utama Generasi Z ketika memilih metode pembayaran. Manfaat praktis yang diperoleh, mulai dari kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai, transfer dana antarpengguna, pembayaran tagihan, hingga berbagai program promosi seperti *cashback*, diskon, dan *voucher*, tampak lebih berperan dalam membentuk preferensi mereka dibandingkan potensi kerugian yang mungkin timbul.

Tidak signifikannya pengaruh persepsi risiko turut menjelaskan optimisme yang tersirat pada latar belakang terkait prospek pengembangan *E-wallet* di Indonesia, yang didukung oleh peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengawal pertumbuhan industri keuangan digital. Dukungan regulasi tersebut tampaknya turut membentuk rasa aman bagi Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga kekhawatiran terhadap kebocoran data atau kegagalan transaksi tidak lagi menjadi penghalang berarti dalam menggunakan *E-wallet*. Kondisi ini juga relevan dengan proyeksi bonus demografi pada tahun 2030 yang disebutkan pada latar belakang, karena semakin besarnya populasi usia produktif yang tumbuh akrab dengan sistem pembayaran digital akan mempercepat pergeseran preferensi dari transaksi tunai menuju transaksi non-tunai berbasis *E-wallet*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Paramitha & Mahyuni (2022) yang juga menyimpulkan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan dompet digital. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan penelitian Putri et al. (2024) yang justru menemukan pengaruh negatif dan signifikan antara persepsi risiko dengan minat penggunaan *E-wallet* DANA pada Generasi Z di Kota Denpasar. Perbedaan ini diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden, cakupan wilayah penelitian, tingkat literasi digital, serta besarnya kepercayaan masyarakat terhadap keamanan layanan *E-wallet* yang mereka gunakan. Pada konteks Kota Banda Aceh, kemungkinan tingkat

kepercayaan responden terhadap keamanan sistem pembayaran digital relatif tinggi, sehingga risiko yang ada belum menjadi penghalang berarti bagi mereka untuk tetap memanfaatkan *E-wallet*.

4.5.4 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Preferensi Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh

Secara serentak, hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 104,972 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti ketiga variabel bebas persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan *E-wallet* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga H4 diterima. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,754 menunjukkan bahwa 75,4% variasi preferensi penggunaan *E-wallet* mampu dijelaskan oleh ketiga variabel dalam model penelitian ini, sementara 24,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, misalnya kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, pengaruh sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan digital.

Hasil temuan dalam penelitian ini memperkuat fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang, yaitu menguatnya posisi *E-wallet* sebagai sistem pembayaran paling populer di Indonesia, dengan pangsa pasar (*market share*) pengguna mencapai 80% berdasarkan data GoodStats dan Jakpat. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,754 pada model penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko

secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi preferensi Generasi Z terhadap *E-wallet* di Kota Banda Aceh. Besarnya proporsi ini sejalan dengan pesatnya pertumbuhan industri *Financial Technology*, dimana kehadiran *E-wallet* dinilai mampu menghadirkan efisiensi, kecepatan, kenyamanan, dan keamanan dalam sistem pembayaran, sehingga wajar bila faktor-faktor persepsi tersebut menjadi penentu dominan preferensi penggunaannya

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anjani (2022) yang menyatakan bahwa minat Generasi Z dalam menggunakan E-wallet dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, fitur layanan, keamanan, dan promosi. Dengan demikian, faktor kemanfaatan dan kemudahan terbukti menjadi faktor utama yang memengaruhi preferensi penggunaan E-wallet pada Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan kembali tujuan yang telah dirumuskan pada latar belakang, yaitu menganalisis preferensi penggunaan *E-wallet* pada konsumen Generasi Z di Kota Banda Aceh ditinjau dari persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Temuan ini memberikan gambaran empiris bahwa strategi penyedia layanan *E-wallet* sebaiknya lebih difokuskan pada penyederhanaan antarmuka dan kemudahan proses transaksi, tanpa mengesampingkan komunikasi manfaat nyata yang dirasakan pengguna, guna mempertahankan dan memperluas basis pengguna dari kalangan Generasi Z.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

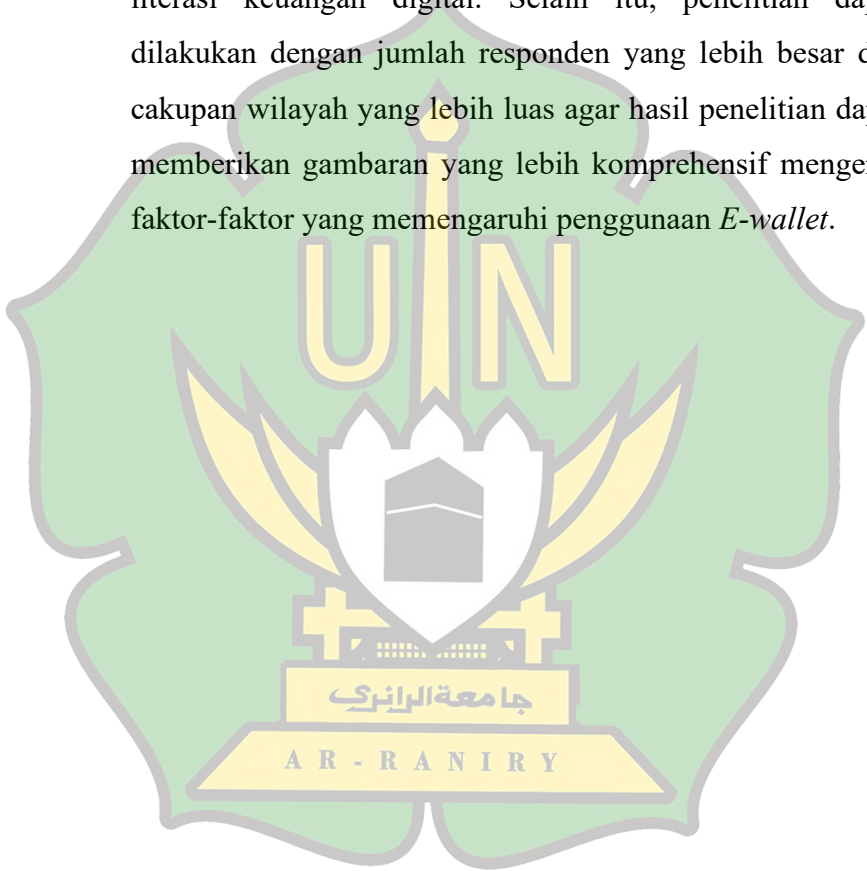
1. Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh. Kemudahan dalam mempelajari, memahami, dan menggunakan aplikasi *E-wallet* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi preferensi penggunaan *E-wallet*.
3. Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh
4. Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Generasi Z dalam menggunakan sistem pembayaran *E-wallet* di Kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Untuk kepentingan lebih lanjut, ada beberapa saran dari peneliti ajukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Perusahaan penyedia layanan *E-wallet* diharapkan dapat terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi dengan menghadirkan antarmuka yang lebih sederhana, fitur yang mudah dipahami, serta proses transaksi yang lebih cepat dan efisien. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna melalui berbagai inovasi layanan, program promosi, cashback, dan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z.
2. Generasi Z diharapkan dapat memanfaatkan layanan *E-wallet* secara bijak dan bertanggung jawab. Pengguna juga perlu meningkatkan kesadaran terhadap keamanan transaksi digital dengan menjaga kerahasiaan data pribadi, PIN, password, maupun kode verifikasi agar terhindar dari berbagai bentuk kejahatan digital.
3. Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat terus mendukung perkembangan ekosistem pembayaran digital melalui penyusunan regulasi yang mampu menjamin keamanan transaksi elektronik dan perlindungan konsumen. Selain itu, edukasi mengenai literasi keuangan digital juga perlu ditingkatkan agar masyarakat semakin memahami manfaat dan risiko penggunaan sistem pembayaran digital.

4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi preferensi penggunaan *E-wallet*, seperti kepercayaan, keamanan, promosi, kualitas layanan, pengaruh sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan digital. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih besar dan cakupan wilayah yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *E-wallet*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abas, N. I., Wardana, A. A., & Puspawati, D. (2022). *Faktor Penggunaan E-wallet Pada Generasi Milenial*. 5(3), 262–269.
- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*. 8(3), 1006–1012.
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan *E-wallet* Denga Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Re-Search & Learning in Primary Education*, 1, 568–577.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di BANK BRI Surabaya. *JBB: Journal of Business and Banking*, 6 Number 1, 113–128.
- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., Nofirda, F. A., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2024). *Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA*. 8, 3344–3350.
- Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet*. *Jurnal Sahmiyya*,

I(1), 124–134.

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>

Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (*E-wallet*). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.

Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). *Penggunaan E-wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital : Literatur Review*. 2(6), 1991–2002.

Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2022). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *E-wallet* Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2), 1–20.

Fadillah, A. N., Saenan, D., & Muchtasib, A. B. (2020). Analisis pengaruh promosi digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah dalam berbelanja online dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 7(1), 1233–1243.

<https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2834>

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: *An introduction to theory and research*. Addison-Wesley

Fitria, E. fitria, & Elviana. (2022). Analisa Penggunaan *E-wallet* dalam Keseharian Masyarakat di Kabupaten Labuhanbatu. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 281–285. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.480>

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irlansyah, Rusmiati, Rhamadona, I., & Ilossa, A. (2022). Peran Gen-Z Dalam Pelaksanaan Program Generasi Berencana. *JIEE: Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 2(2), 33–39.

Islamiyah, R. N., Amaliah, I., & Riani, W. (2016). *Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Melakukan Transaksi Konsumsi dengan E-wallet dan Tunai*. 100–107.

Jakpat. (2025). *Survei penggunaan E-wallet berdasarkan generasi di Indonesia* [Data survei]. Jakpat.

Jumawan, Susanto, E., Sefita, A., Maharani, P. A., Maharani, S., & Febianti, V. (2024). Implementasi Pemanfaatan Digital Payment (E- Wallet) Pada Kalangan Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2932–2938.

Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi Offset

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

Manurung, A. P., Pinondang Nainggolan, & Purba, D. G. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Di Kota Pematangsiantar Pada Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 68–80.

Mustofan, F. J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Pada Aplikasi Dana. *YUME: Journal of Manajemen*, 7(1), 856–868.

Ninggar, A. D., & Anggraini, I. Kh. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi *E-wallet* Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana Di Kota Malang). *Fokus EMBA: Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.*, 01(02), 131–141.

Paramitha, N. M. A. M., & Mahyuni, L. P. (2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan *E-wallet* Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(05), 583. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i05.p07>

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3),

101–134.

Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2017). *Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen*.

Priyatno, D. (2018). *SPSS: Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum*. Andi Offset.

Puspita, O. D., & Fasa, M. I. (2025). Implementasi pemanfaatan fintech menggunakan aplikasi *E-wallet* terhadap minat di kalangan Gen Z. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 2(1), 44-49.

Putri, I. A. K. S., Prawitasari, P. P., Suryanata, I. G. N. P. S., & Kustina, K. T. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *E-wallet* dana pada generasi z di kota denpasar. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 695–710.

Putu, N., Krismajayanti, A., Nurmalasari, M. R., & Prawitasari, P. P. (2024). *Tren Revolusioner : Bagaimana E-wallet Mengubah Konsumen di Era Modern ?* 5(1), 41–51.

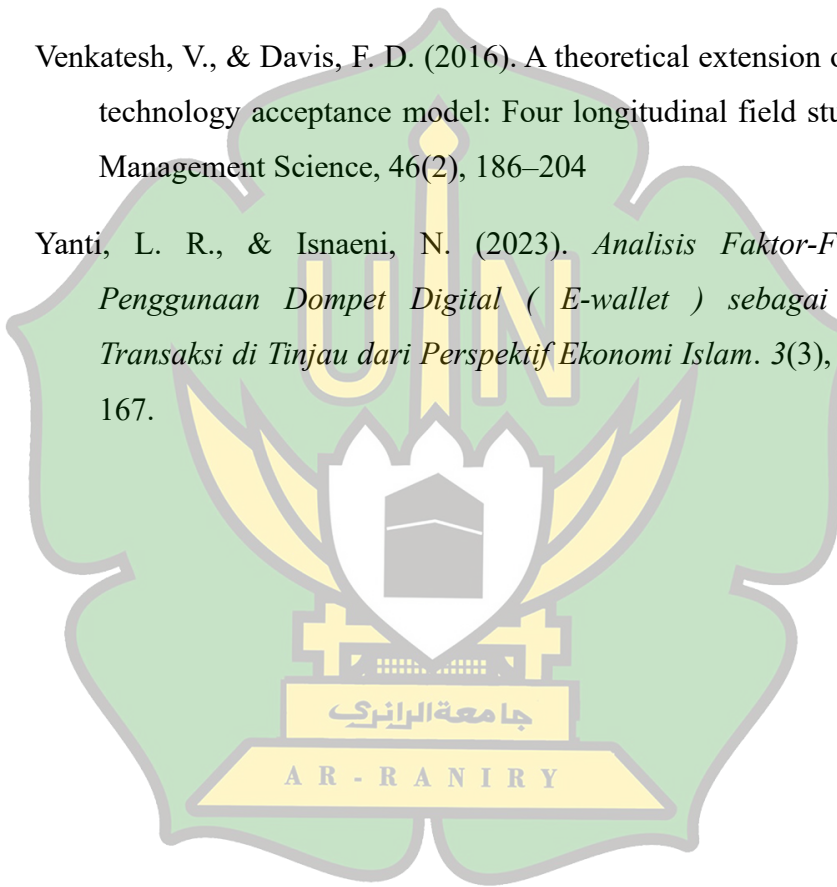
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Pada Mahasiswa STIE BANK BPD JATENG Yuliani. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66.
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill- Building Approach seventh edition*.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2017). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-wallet Ovo*. 1–9.
- Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(3), 605–618.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Reserch dan Development*. CV. Alfabeta. (4th ed.).
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal

computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.

Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71 NO 2, 100–113.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2016). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204

Yanti, L. R., & Isnaeni, N. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (E-wallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. 3(3), 157–167.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

1. Jenis kelamin

Laki-laki

Perempuan

2. Umur

10-14 tahun

15-19 tahun

20-24 tahun

25-29 tahun

3. Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa

Pegawai swasta

Pegawai negeri

wiraswasta

Lain-lain

4. Sudah berapa lama anda menjadi pelanggan
menggunakan aplikasi *E-wallet* di kota Banda Aceh

1-2 bulan

3-6 bulan

1-2 tahun

2-3 tahun

4-6 tahun

<7 tahun

5. Produk *E-wallet* yang di gunakan

1. GoPay
2. Dana
3. Ovo
4. ShopeePay
5. Link Aja

Keterangan Cara Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) untuk setiap pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kenyataan yang diterima dalam pelayanan pada kolom, pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu:

- Sangat setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Cukup setuju (CS) : 3
- Tidak setuju (TS) : 2
- Sangat tidak setuju (STS) : 1

A. Pertanyaan

1. Tanggapan responden persepsi kemanfaatan (X₁)

Pilih Jawaban Yang Paling Anda Anggap Sesuai, Berikan Tanda (√) Pada Kolom Isian

No	Pertanyaan kemanfaatan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Work more quicklkkii/Bekerja lebih cepat						
1.	Saya merasa E-wallet mempercepat proses transaksi.					
2.	Dengan e- wallet, saya tidak perlu lama mengantri saat pembayaran.					
3.	Saya bisa menyelesaikan pembayaran lebih cepat dibandingkan dengan metode lainnya.					
Job performance/ kinerja pekerjaan						
1.	E-wallet membantu saya lebih focus pada pekerjaan karena proses transaksi cepat.					
2.	Penggunaan E-wallet mendukung kinerja saya dalam berbagai kegiatan.					
3.	Saya menjadi lebih efisien dalam aktifitas harian karena menggunakan E-wallet					
Increase productivity/meningkatkan produktivitas						
1.	E-wallet memungkitan saya menyelesaikan lebih banyak transaksi dalam waktu singkat.					

2.	Saya dapat menghemat waktu karena transaksi berlangsung cepat.					
3.	Saya merasa produktivitas meningkat sejak menggunakan <i>E-wallet</i> .					
Effektiveness/efektivitas						
1.	Saya jarang mengalami kesalahan dalam transaksi saat menggunakan <i>E-wallet</i> .					
2.	<i>E-wallet</i> membantu saya menyelesaikan transaksi dengan tepat sesuai kebutuhan.					
3.	Proses transaksi dengan <i>E-wallet</i> terasa lebih efektif dibandingkan tunai.					
Make job easier/membuat pekerjaan lebih mudah						
1.	Saya tidak perlu membawa uang tunai berkat <i>E-wallet</i>					
2.	Proses pembayaran menjadi lebih sederhana dan tidak merepotkan dengan <i>E-wallet</i>					
3.	<i>E-wallet</i> mengurangi usaha yang saya perlukan saat bertransaksi sehari-hari.					
Usefulness/kegunaan						
1.	Saya bisa melakukan berbagai jenis transaksi dalam satu aplikasi <i>E-wallet</i>					
2.	<i>E-wallet</i> sangat membantu kebutuhan harian saya, seperti belanja dan membayar tagihan.					
3.	Secara keseluruhan, <i>E-wallet</i> adalah alat yang bermanfaat dalam kehidupan saya.					

2. Tanggapan responden persepsi kemudahan (X₂)

Pilih Jawaban Yang Paling Anda Anggap Sesuai, Berikan Tanda (√) Pada Kolom Isian

No	Pernyataan Kemudahan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Easyness/kemudahan						
1.	E-wallet mudah digunakan bahkan oleh pengguna baru.					
2.	Navigasi menu E-wallet sangat sederhana.					
3.	Saya dapat menyelesaikan transaksi di E-wallet dengan langkah-langkah yang singkat.					
Clear and Understandble/Jelas dan dapat dimengerti						
1.	Informasi dalam E-wallet disajikan dengan jelas					
2.	Aplikasi E-wallet memiliki tampilan yang jelas dan mudah dipahami.					
3	Panduan penggunaan E-wallet sangat membantu saya memahami fiturnya.					
Easy to learn/Mudah dipelajari						
1.	Saya cepat memahami cara menggunakan E-wallet saat pertama kali mencoba.					
2.	Saya tidak butuh waktu lama untuk terbiasa dengan fitur-fitur E-wallet.					
3.	Saya bisa mempelajari cara menggunakan E-wallet secara mandiri tanpa bantuan orang lain.					

Overall easiness/Kemudahan secara keseluruhan					
1.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>E-wallet</i> mudah digunakan dibandingkan metode pembayaran lain				
2.	Saya jarang mengalami kebingungan saat menggunakan berbagai fitur <i>E-wallet</i>				
3.	Secara umum, penggunaan <i>E-wallet</i> tidak memerlukan usaha yang besar				

3. Tanggapan Responden Persepsi Risiko (X3)

Pilih Jawaban Yang Paling Anda Anggap Sesuai, Berikan Tanda (✓) Pada Kolom Isian

No	Pernyataan Risiko	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Adanya risiko tertentu						
1.	Saya khawatir data pribadi saya disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab saat menggunakan <i>E-wallet</i> .					
2.	Saya khawatir sistem keamanan <i>E-wallet</i> tidak cukup kuat untuk melindungi akun saya dari peretasan atau penipuan.					
3.	Saya khawatir mengalami kerugian finansial saat menggunakan <i>E-wallet</i> .					
Mengalami kerugian						

1.	Saya pernah mengalami kesalahan transaksi yang menyebabkan kerugian.					
2.	Saya pernah kehilangan saldo <i>E-wallet</i> secara tiba-tiba					
3.	Saya ragu menyimpan saldo besar dalam <i>E-wallet</i> karena risiko kerugian.					
Pemikiran bahwa <i>E-wallet</i> berisiko						
1.	Saya tetap merasa <i>E-wallet</i> berisiko walaupun belum pernah mengalami masalah.					
2.	Saya mempertimbangkan risiko sebelum memutuskan menggunakan <i>E-wallet</i> .					
3.	Saya melihat <i>E-wallet</i> sebagai alat pembayaran yang rawan disalahgunakan.					

4. Tanggapan responden)

Pilih Jawaban Yang Paling Anda Anggap Sesuai, Berikan Tanda (√) Pada Kolom Isian

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kemudahan penggunaan						
1.	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karna sangat praktis					
2.	Saya memilih <i>E-wallet</i> dibandingkan metode pembayaran lainnya karena sangat mudah.					
3.	<i>E-wallet</i> memudahkan saya dalam bertransaksi kapanpun.					
Kecepatan transaksi						

1.	Saya puas dengan kecepatan transaksi menggunakan <i>E-wallet</i> .					
2.	<i>E-wallet</i> mempersingkat waktu pembayaran saya dikasir.					
3.	Proses top-up dan pembayaran sangat cepat melalui <i>E-wallet</i> .					
Kepercayaan penyedia layanan						
1.	Saya percaya <i>E-wallet</i> melindungi data dan saldo saya dengan baik.					
2.	Saya yakin penyedia <i>E-wallet</i> dapat mengatasi masalah yang terjadi.					
3.	Saya percaya penyedia <i>E-wallet</i> memberikan layanan yang aman					
promosi						
1.	Saya tertarik menggunakan <i>E-wallet</i> karna sering ada promo.					
2.	Cashback dan diskon dari <i>E-wallet</i> membuat saya menggunakannya lebih sering.					
3.	Saya memilih <i>E-wallet</i> karena promosi yang ditawarkan sangat menguntungkan.					

Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Pengisian Angket 100 Responden

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan <i>E-wallet</i>	Produk <i>E-wallet</i> yang di gunakan
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	<7 tahun	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 bulan	ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	-	1-2 tahun	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Ovo
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Irt	1-2 bulan	GoPay
Laki-laki	20-24 tahun	pro player mobile legend	1-2 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	4-6 tahun	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	<7 tahun	Ovo
Perempuan	25-29 tahun	Kontrak	<7 tahun	ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	2-3 tahun	Ovo
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	1-2 tahun	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay, Link Aja

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan E-wallet	Produk E-wallet yang di gunakan
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	Dana, Ovo, ShopeePay, Link Aja
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 tahun	Dana
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Dana
Laki-laki	20-24 tahun	Pegawai swasta	4-6 tahun	GoPay, Ovo, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 bulan	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	<7 tahun	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pegawai negeri	3-6 bulan	Dana
Laki-laki	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	GoPay, Dana
Perempuan	20-24 tahun	karyawan	1-2 bulan	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	1-2 bulan	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	1-2 tahun	Dana

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan E-wallet	Produk E-wallet yang di gunakan
Perempuan	25-29 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Dana, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Pelajar/Mahasiswa	<7 tahun	Dana
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Honor	2-3 tahun	Ovo
Perempuan	25-29 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay, JakOne Mobile
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	GoPay, Dana, Ovo
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	GoPay, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	GoPay, Dana, ShopeePay
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 bulan	ShopeePay
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	3-6 bulan	Dana
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 bulan	Dana
Laki-laki	20-24 tahun	Wiraswasta	1-2 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	Dana, Ovo
Laki-laki	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan E-wallet	Produk E-wallet yang di gunakan
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasi swa	2-3 tahun	Dana
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasi swa	<7 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	1-2 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Pegawai negeri	4-6 tahun	GoPay, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Pegawai swasta	<7 tahun	Dana, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	konrak	2-3 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	<7 tahun	GoPay, Dana
Perempuan	25-29 tahun	Irt	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	1-2 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	<7 tahun	Dana, Ovo
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasi swa	1-2 tahun	Dana
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasi swa	1-2 tahun	Dana, Ovo, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasi swa	4-6 tahun	Dana
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Kontrak	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Pelajar/Mahasi swa	2-3 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	1-2 tahun	Dana

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan E-wallet	Produk E-wallet yang di gunakan
Laki-laki	25-29 tahun	Kontrak	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	GoPay, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	Dana, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Kontrak	4-6 tahun	Ovo
Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana, Ovo
Perempuan	20-24 tahun	Kontrak	2-3 tahun	Dana, Ovo
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	2-3 tahun	Dana, Ovo
Perempuan	25-29 tahun	Pegawai swasta	<7 tahun	Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	<7 tahun	Dana, Ovo
Perempuan	25-29 tahun	Pegawai swasta	4-6 tahun	GoPay, Dana, ShopeePay
Laki-laki	20-24 tahun	Kontrak	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Pegawai swasta	4-6 tahun	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 tahun	ShopeePay
Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	2-3 tahun	ShopeePay
Perempuan	15-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-2 tahun	Dana, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Kontrak	4-6 tahun	GoPay, ShopeePay
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Ovo, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	4-6 tahun	GoPay, Dana, Ovo, ShopeePay
Laki-laki	25-29 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	Dana

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Durasi Penggunaan E-wallet	Produk E-wallet yang di gunakan
Laki-laki	25-29 tahun	Pegawai swasta	2-3 tahun	Dana
Perempuan	25-29 tahun	Wiraswasta	2-3 tahun	ShopeePay



Lampiran 3 Uji Validitas

Persepsi Kemanfaatan

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	total
A1 Pearson Correlation	1	.733**	.792**	.699**	.680**	.722**	.755**	.751**	.564**	.636**	.754**	.734**	.606**	.714**	.757**	.721**	.747**	.751**	.855**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A2 Pearson Correlation	.733**	1	.825**	.737**	.743**	.788**	.740**	.746**	.684**	.659**	.735**	.669**	.631**	.698**	.654**	.643**	.778**	.653**	.859**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A3 Pearson Correlation	.792**	.825**	1	.760**	.730**	.692**	.793**	.741**	.618**	.657**	.814**	.702**	.686**	.741**	.750**	.739**	.821**	.707**	.887**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A4 Pearson Correlation	.699**	.737**	.760**	1	.696**	.704**	.717**	.715**	.663**	.665**	.691**	.754**	.614**	.712**	.720**	.685**	.688**	.716**	.845**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A5 Pearson Correlation	.680**	.722**	.743**	.737**	1	.797**	.656**	.698**	.713**	.756**	.728**	.681**	.577**	.680**	.745**	.697**	.723**	.687**	.848**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

A6 Pearson	.72	.78	.69	.70	.79	1	.72	.72	.66	.76	.73	.76	.57	.67	.70	.62	.71	.63	.84
Correlation	.2**	.8**	.2**	.4**	.7**		.5**	.3**	.5**	.0**	.6**	.3**	.8**	.1**	.3**	.8**	.7**	.9**	.9**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A7 Pearson	.75	.74	.79	.71	.65	.72	1	.79	.60	.67	.74	.72	.69	.76	.75	.72	.76	.70	.87
Correlation	.5**	.0**	.3**	.7**	.6**	.5**		.0**	.3**	.9**	.7**	.3**	.0**	.6**	.1**	.6**	.4**	.6**	.0**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A8 Pearson	.75	.74	.74	.71	.69	.72	.79	1	.59	.75	.75	.73	.59	.79	.77	.78	.75	.65	.87
Correlation	.1**	.6**	.1**	.5**	.8**	.3**	.0**		.7**	.6**	.3**	.9**	.4**	.0**	.8**	.0**	.6**	.5**	.2**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A9 Pearson	.56	.68	.61	.66	.71	.66	.60	.59	1	.70	.61	.60	.59	.59	.71	.58	.61	.64	.77
Correlation	.4**	.4**	.8**	.3**	.3**	.5**	.3**	.7**		.2**	.4**	.4**	.9**	.6**	.4**	.6**	.7**	.5**	.0**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A10 Pearson	.63	.65	.65	.66	.75	.76	.67	.75	.70	1	.75	.72	.58	.68	.73	.68	.64	.67	.83
Correlation	.6**	.9**	.7**	.5**	.6**	.0**	.9**	.6**	.2**		.7**	.7**	.9**	.9**	.1**	.4**	.5**	.6**	.3**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A11 Pearson	.75	.73	.81	.69	.72	.73	.74	.75	.61	.75	1	.78	.67	.75	.78	.76	.77	.67	.88
Correlation	.4**	.5**	.4**	.1**	.8**	.6**	.7**	.3**	.1**	.7**		.5**	.3**	.2**	.4**	.0**	.2**	.4**	.2**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

A12 Pearson	.73	.66	.70	.75	.68	.76	.72	.73	.60	.72	.78	1	.63	.75	.76	.71	.71	.69	.85
Correlation	.4**	.9**	.2**	.7**	.1**	.3**	.3**	.9**	.4**	.7**	.5**		.8**	.6**	.5**	.3**	.9**	.5**	.7**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A13 Pearson	.60	.63	.68	.61	.57	.57	.69	.59	.59	.58	.67	.63	1	.72	.71	.67	.71	.62	.77
Correlation	.6**	.1**	.6**	.4**	.7**	.8**	.0**	.4**	.9**	.9**	.3**	.8**		.3**	.0**	.5**	.0**	.2**	.8**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A14 Pearson	.71	.69	.74	.71	.68	.67	.76	.79	.59	.68	.75	.75	.72	1	.81	.74	.78	.70	.86
Correlation	.4**	.8**	.1**	.2**	.0**	.1**	.6**	.0**	.6**	.9**	.2**	.6**	.3**		.**	.0**	.9**	.2**	.9**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A15 Pearson	.75	.65	.75	.72	.74	.70	.75	.77	.71	.73	.78	.76	.71	.81	1	.78	.78	.72	.89
Correlation	.7**	.4**	.0**	.0**	.5**	.3**	.1**	.8**	.4**	.1**	.4**	.5**	.0**	.**		.5**	.6**	.3**	.0**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A16 Pearson	.72	.64	.73	.68	.69	.62	.72	.78	.58	.68	.76	.71	.67	.74	.78	1	.75	.72	.84
Correlation	.1**	.3**	.9**	.5**	.7**	.8**	.6**	.0**	.6**	.4**	.0**	.3**	.5**	.0**	.5**		.1**	.0**	.9**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A17 Pearson	.74	.77	.82	.68	.72	.71	.76	.75	.61	.64	.77	.71	.71	.78	.78	.75	1	.73	.88
Correlation	.7**	.8**	.1**	.8**	.3**	.7**	.4**	.6**	.7**	.5**	.2**	.9**	.0**	.9**	.6**	.1**		.6**	.2**
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

A18	Pearson	.751**	.653**	.707**	.716**	.687**	.639**	.705**	.655**	.645**	.676**	.675**	.695**	.622**	.702**	.723**	.720**	.736**	1	.828**
	Correlation																			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Atot	Pearson	.855**	.859**	.887**	.845**	.848**	.879**	.872**	.770**	.833**	.882**	.857**	.778**	.869**	.890**	.849**	.882**	.828**	1	
	Correlation																			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Persepsi Kemudahan

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	Total
B1	Pearson	1													
	Correlation		.792*	.746*	.692*	.716*	.751*	.677*	.691*	.705*	.706*	.645*	.633*	.670*	.824*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B2	Pearson	.792*	1												
	Correlation			.802*	.791*	.767*	.777*	.772*	.733*	.719*	.788*	.720*	.734*	.767*	.889*
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B3	Pearson	.746*	.802*	1											
	Correlation				.886*	.756*	.779*	.829*	.797*	.765*	.780*	.725*	.709*	.792*	.907*
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

B4	Pearson Correlation	.692*	.791*	.886*	1	.761*	.791*	.797*	.767*	.795*	.833*	.723*	.699*	.836*	.908*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B5	Pearson Correlation	.716*	.767*	.756*	.761*	1	.809*	.805*	.769*	.781*	.796*	.723*	.778*	.752*	.893*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B6	Pearson Correlation	.751*	.777*	.779*	.791*	.809*	1	.814*	.775*	.778*	.782*	.721*	.739*	.737*	.896*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B7	Pearson Correlation	.677*	.772*	.829*	.797*	.805*	.814*	1	.843*	.763*	.778*	.751*	.770*	.745*	.904*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B8	Pearson Correlation	.691*	.733*	.797*	.767*	.769*	.775*	.843*	1	.779*	.747*	.779*	.727*	.737*	.886*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B9	Pearson Correlation	.705*	.719*	.765*	.795*	.781*	.778*	.763*	.779*	1	.719*	.638*	.594*	.709*	.853*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

B10	Pearson Correlation	.706*	.788*	.780*	.833*	.796*	.782*	.778*	.747*	.719*	1	.779*	.784*	.769*	.896*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B11	Pearson Correlation	.645*	.720*	.725*	.723*	.723*	.721*	.751*	.779*	.638*	.779*	1	.843*	.756*	.855*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B12	Pearson Correlation	.633*	.734*	.709*	.699*	.778*	.739*	.770*	.727*	.594*	.784*	.843*	1	.798*	.855*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B13	Pearson Correlation	.670*	.767*	.792*	.836*	.752*	.737*	.745*	.737*	.709*	.769*	.756*	.798*	1	.879*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
B_Totall	Pearson Correlation	.824*	.889*	.907*	.908*	.893*	.896*	.904*	.886*	.853*	.896*	.855*	.855*	.879*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Persepsi Risiko

		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	Total
C1	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1	.877* *	.734* *	.609* *	.805* *	.791* *	.798* *	.703* *	.711* *	.677* *	.865* *
C2	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.877* *	1	.730* *	.622* *	.855* *	.833* *	.816* *	.746* *	.719* *	.703* *	.887* *
C3	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.734* *	.730* *	1	.743* *	.780* *	.733* *	.707* *	.703* *	.733* *	.677* *	.847* *
C4	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.609* *	.622* *	.743* *	1	.769* *	.711* *	.691* *	.667* *	.786* *	.751* *	.828* *
C5	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.805* *	.855* *	.780* *	.769* *	1	.915* *	.861* *	.823* *	.817* *	.776* *	.945* *

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C6	Pearson Correlation	.791*	.833*	.733*	.711*	.915*	1	.883*	.867*	.805*	.780*	.936*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C7	Pearson Correlation	.798*	.816*	.707*	.691*	.861*	.883*	1	.853*	.811*	.774*	.921*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C8	Pearson Correlation	.703*	.746*	.703*	.667*	.823*	.867*	.853*	1	.777*	.747*	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C9	Pearson Correlation	.711*	.719*	.733*	.786*	.817*	.805*	.811*	.777*	1	.903*	.906*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

C10	Pearson Correlation	.677*	.703*	.677*	.751*	.776*	.780*	.774*	.747*	.903*	1	.876*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
C_Tot	Pearson Correlation	.865*	.887*	.847*	.828*	.945*	.936*	.921*	.884*	.906*	.876*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Preferensi Penggunaan *E-wallet*

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	D11	D12	Total
D1	Pearson Correlation	.818*	.784*	.851*	.876*	.809*	.719*	.603*	.629*	.611*	.594*	.540*	.877*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D2	Pearson Correlation	.818*	.885*	.874*	.871*	.827*	.750*	.681*	.658*	.577*	.557*	.463*	.891*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D3	Pearson Correlation	.784*	.885*	.841*	.842*	.809*	.676*	.650*	.650*	.570*	.537*	.517*	.872*

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D4	Pearson Correlation	.851*	.874*	.841*	1	.910*	.795*	.743*	.676*	.655*	.533*	.562*	.452*	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D5	Pearson Correlation	.876*	.871*	.842*	.910*	1	.821*	.729*	.609*	.625*	.534*	.600*	.470*	.883*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D6	Pearson Correlation	.809*	.827*	.809*	.795*	.821*	1	.699*	.641*	.637*	.528*	.602*	.474*	.859*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D7	Pearson Correlation	.719*	.750*	.676*	.743*	.729*	.699*	1	.801*	.760*	.511*	.542*	.493*	.839*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D8	Pearson Correlation	.603*	.681*	.650*	.676*	.609*	.641*	.801*	1	.818*	.631*	.626*	.538*	.824*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D9 Pearson	.629*	.658*	.650*	.655*	.625*	.637*	.760*	.818*	1	.750*	.681*	.668*	.850*
Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D10 Pearson	.611*	.577*	.570*	.533*	.534*	.528*	.511*	.631*	.750*	1	.785*	.777*	.778*
Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D11 Pearson	.594*	.557*	.537*	.562*	.600*	.602*	.542*	.626*	.681*	.785*	1	.721*	.776*
Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D12 Pearson	.540*	.463*	.517*	.452*	.470*	.474*	.493*	.538*	.668*	.777*	.721*	1	.711*
Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
D_Tot Pearson	.877*	.891*	.872*	.884*	.883*	.859*	.839*	.824*	.850*	.778*	.776*	.711*	1
Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.83179263
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.057
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.682	2.672		1.004	.318		
1 Persepsi Kemanfaatan	.250	.058	.368	4.310	.000	.332	3.012
Persepsi Kemudahan	.511	.082	.550	6.223	.000	.309	3.235
Persepsi Risiko	-.011	.044	-.013	-.250	.803	.884	1.132

a. Dependent Variable: Preferensi Penggunaan E- wallet

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fakhrisqa Mauliza
Nim : 190604078
Tempat/Tgl. Lahir : Aceh besar/20-7-2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Alamat : Blang Krueng
No. Hp : +62 822-4739-9511
Email :
fakhrisqamauliza20@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MIN : MIN Rukoh Banda Aceh
Smp : SMPN 8 Banda Aceh
Sma : SMA 5 Banda Aceh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data orang tua

Nama Ayah : Amir Puteh
Pekerjaan : Tukang Bagunan
Nama Ibu : Marlina
Pekerjaan : IRT