



FAKTOR PENERIMAAN E-WALLET PADA PEDAGANG: *EXTENDED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*

^{1*}Ghefira Putri Ardhana, ²Azmi Fitriati, ³Bima Cinintya Pratama, ⁴Rina Mudjiyanti
^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia
*Correspondence Author e-mail: ghefiraputriardhana@gmail.com

INFO ARTIKEL

Article History:

Received: 2026-01-10

Revised: 2026-02-10

Accepted: 2026-02-26

Kata kunci: Continuous Intention,
E-Wallet, Extended UTAUT,
Pedagang, PLS-SEM

Keywords: Continuous Intention,
E-Wallet, Extended UTAUT,
Merchant, PLS-SEM

ABSTRAK

Kemajuan teknologi di bidang fintech mendorong perubahan dalam penggunaan pembayaran non-tunai oleh masyarakat, terutama e-wallet yang semakin banyak digunakan dalam berbagai transaksi pada pedagang. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi Continuous Intention pedagang di Indonesia dalam menggunakan e-wallet dengan menggunakan kerangka Extended UTAUT, mengingat kesenjangan antara adopsi awal dan penggunaan jangka panjang serta dominasi studi sebelumnya pada sisi konsumen. Penelitian ini menggunakan pengukuran kuantitatif dengan sampel yang digunakan 215 pedagang yang dipilih melalui metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan survei lapangan, kemudian dianalisis menggunakan PLS-SEM menggunakan aplikasi Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk inti UTAUT serta konstruk tambahan berpengaruh terhadap Continuous Intention pedagang dalam menggunakan e-wallet, sehingga mengonfirmasi kemampuan kerangka Extended UTAUT dalam menjelaskan perilaku penggunaan berkelanjutan pada konteks pedagang. Model struktural memiliki daya jelaskan yang kuat (R^2 Adjusted = 0,698), dengan Performance Expectancy sebagai variabel paling dominan. Temuan ini memberikan implikasi bagi penyedia e-wallet dan membuat pedagang meningkatkan keberlanjutan penggunaan e-wallet melalui penguatan manfaat kinerja, kemudahan penggunaan, dukungan teknis, layanan pelanggan online yang responsif, serta pemanfaatan efek jaringan pengguna guna mendukung kualitas pencatatan, pengendalian internal, dan pelaporan keuangan pedagang.

ABSTRACT

Technological advances in fintech have transformed non-cash payment practices, particularly through the increasing use of e-wallets in merchant transactions. This study examines the factors influencing Indonesian merchants' continuous intention to use e-wallets by applying the Extended UTAUT framework, addressing the gap between initial adoption and long-term usage as well as the dominance of consumer-focused studies. Using a quantitative approach, data were collected from 215 merchants selected through non-probability sampling via questionnaires and field surveys, and analysed using PLS-SEM with SmartPLS 3. The findings indicate that both core UTAUT constructs and additional variables significantly influence merchants' continuous intention to use e-wallets, confirming the relevance of the Extended UTAUT framework in the merchant context. The structural model demonstrates strong explanatory power (Adjusted R^2 = 0.698), with Performance Expectancy identified as the most dominant factor. Practically, these results provide implications for e-wallet providers and merchants in enhancing sustainable usage by strengthening system performance, ease of use, technical support, responsive online customer service, and leveraging network effects to improve transaction recording, internal control, and financial reporting quality.



PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi transaksi mendorong berkembangnya sistem pembayaran digital di Indonesia, salah satunya melalui penggunaan e-wallet sebagai bagian dari inovasi fintech (Suhendry, 2021). E-wallet memungkinkan transaksi dilakukan secara non-tunai dengan lebih cepat, aman, dan efisien, serta mendukung pencatatan transaksi secara digital (Johan dkk., 2022). Seiring berjalannya waktu, penggunaan e-wallet meningkat drastis dalam beberapa tahun belakangan ini (Herdioko & Damayanti, 1875). Penggunaan e-wallet memberikan dampak positif terutama bagi pedagang, transaksi digital melalui e-wallet memudahkan pencatatan keuangan elektronik, mempercepat arus kas, menurunkan tingkat kesalahan pencatatan melalui otomatisasi, dan mengurangi risiko kehilangan uang tunai, sehingga menghasilkan pembukuan dan kontrol internal yang lebih baik (Zakariya & Arifin, 2025). Namun demikian, meskipun e-wallet menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat, tidak semua pedagang memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan (Reza dkk., 2024).

Meningkatnya popularitas digital payment khususnya e-wallet sebagai metode pembayaran kini semakin menonjol dari tahun ke tahun di tengah masyarakat. Hal ini diperkuat oleh data Bank Indonesia, yaitu rata-rata pertumbuhan penggunaan digital payment dari tahun 2019-2024 sebesar 18-20%. Meskipun volume penggunaannya meningkat, namun penggunaan digital payment hanya sebesar 0,15% dari uang beredar (Bank Indonesia, 2025). Angka ini mengindikasikan bahwa penggunaan e-wallet belum optimal dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam transaksi rutin. Di Indonesia, walaupun perkembangan digital payment mulai berkembang, namun sebagian masyarakat masih merasa aneh menyimpan uang mereka di perangkat ponsel (Hatmawan, 2015). E-wallet memiliki banyak pihak yang terlibat, termasuk pemerintah, penyedia layanan keuangan, penggunaan, konsumen, dan pelaku usaha termasuk pedagang, yang masing-masing berperan dalam keberhasilan adopsi dan operasional system (Bagas dkk., 2025). Sangat diperlukan kolaborasi seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem digital payment karena kerja sama tersebut memungkinkan penggunaan berjalan secara lebih efisiensi dan efektif, khususnya dalam mendukung kecepatan, ketepatan, dan keandalan pencatatan serta pelaporan akuntansi (Bagas dkk., 2025). Sebagian besar penelitian yang ada masih berfokus pada faktor penerimaan dari sisi konsumen, kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pedagang untuk terus menggunakan e-wallet secara berkelanjutan, sehingga hal ini relevan untuk diteliti lebih lanjut (Bagas dkk., 2025). Selain itu, penelitian yang menyoroti pedagang umumnya mengandalkan kerangka UTAUT dan lebih menekankan variabel inti, sehingga peran variabel diluar UTAUT seperti *awareness*, *online customer service*, dan *network externalities* jarang diuji secara simultan, khususnya dalam konteks *continuous intention*. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat pedagang untuk terus menggunakan e-wallet secara berkelanjutan melalui pendekatan yang melampaui adopsi awal dan mengintegrasikan variabel-variabel yang belum banyak dieksplorasi secara empiris. Fenomena ini mengindikasikan bahwa adopsi e-wallet belum sepenuhnya bertransformasi menjadi penggunaan berkelanjutan, khususnya di tingkat pedagang.

Niat untuk terus menggunakan e-wallet secara berkelanjutan tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat fungsional, tetapi juga oleh beberapa faktor. Faktor pertama yang memengaruhi niat penggunaan e-wallet adalah *performance expectancy*, yang merupakan prediktor paling penting dalam adopsi teknologi baru. Ini merujuk pada persepsi individu mengenai seberapa besar teknologi tersebut akan memberikan manfaat bagi kegiatan mereka, terutama dalam peningkatan fungsi / performa pekerjaan dalam aktivitas sehari-hari (Bielig dkk., 2025).



Beberapa penelitian telah mengkaji pengaruh *performance expentancy* terhadap niat penggunaan e-wallet dengan hasil yang beragam. Dari penelitian Ayu dkk., (2024) menunjukkan kontribusi *performance expentancy* terhadap niat berkelanjutan penggunaan e-wallet, artinya memiliki pengaruh yang positif terhadap *continuous intention*. Namun, terdapat pula penelitian yang menemukan bahwa *performance expentancy* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan e-wallet (Haqi & Astuti, 2024).

Faktor kedua yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan e-wallet adalah *effort expentancy*, yang didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan e-wallet akan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar (Venkatesh dkk., 2012). Pada penelitian Reza dkk., (2024) menunjukkan bahwa *effort expentancy* berkontribusi positif terhadap *continuous intention* sehingga pengguna menindaklanjuti penggunaan e-wallet. Sedangkan penelitian dari Sugiarto & Imronudin, (2024) menunjukkan *effort expentancy* tidak berpengaruh terhadap *continuous intention*.

Faktor lainnya yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan e-wallet yaitu *facilitating condition*. Menurut Venkatesh dkk., (2012), *facilitating condition* mencakup keyakinan individu terhadap kemampuan infrastruktur organisasi dan teknis dalam mendukung penggunaan sistem tertentu. Penelitian dari Nawi dkk., (2022) juga mendukung hal tersebut, sehingga *facilitating condition* memiliki pengaruh positif terhadap *continuous intention*. Namun, terdapat penelitian yang mengatakan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *continuous intention* seperti Winata & Tjokrosaputro, (2022) karena mengindikasikan bahwa ketersediaan infrastruktur saja tidak cukup tanpa faktor pendorong lain dan pengaruhnya akan berkurang jika kualitas layanan teknis belum konsisten.

Faktor lain yang memengaruhi *continuous intention* adalah *awareness*, yang didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki pengguna tentang manfaat, utilitas, dan keterbatasan e-wallet (Singh dkk., 2020). Pada penelitian dari Johan dkk., (2022) menunjukkan bahwa kesadaran penggunaan akan fitur-fitur e-wallet, seperti jaringan pedagang luas dan komparabilitas layanan akan memperkuat sikap positif pengguna, sehingga meningkatkan *continuous intention* penggunaan e-wallet. Namun pada penelitian lain menyoroti bahwa *awareness* tidak berpengaruh terhadap *continuous intention* (Novita & Husna, 2020).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi penggunaan e-wallet yaitu *online customer service*, yaitu dukungan layanan pelanggan yang dilakukan secara daring yang tersedia untuk membantu pengguna apabila mengalami masalah atau kendala dalam penggunaan e-wallet, termasuk kecepatan respon, pengetahuan staf layanan, dan kemampuan layanan tersebut dalam menyelesaikan isu melalui saluran digital (Reza dkk., 2024). Pada penelitian Gunawan dkk., (2021) terkait aplikasi e-wallet menemukan bahwa akses cepat ke layanan pelanggan daring akhirnya meningkatkan kepercayaan pedagang sehingga memengaruhi pengambilan keputusan untuk terus menggunakan e-wallet. Namun pada penelitian Oktaviani, (2024), pedagang belum mendapatkan edukasi memadai tentang cara mendapatkan dukungan teknis secara daring, hal ini menyebabkan banyak pedagang menganggap hanya mengikuti trend, bukan karena mendapat fitur dukungan yang benar-benar bermanfaat.

Faktor terakhir yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan e-wallet yaitu *network externalities*, yaitu tingkat keyakinan pedagang bahwa semakin banyak pihak yang menggunakan e-wallet, baik konsumen maupun pedagang lain, maka manfaat dan nilai layanan semakin tinggi, karena jaringan pengguna yang makin luas menjadikan sistem lebih bermanfaat serta mempermudah proses transaksi (Reza dkk., 2024). Dalam sebuah penelitian yang meneliti 146 pedagang mengungkapkan bahwa *network externalities* meningkatkan niat penggunaan e-



wallet karena semakin banyak pedagang dan pelanggan yang menggunakan e-wallet, maka semakin besar kemungkinan pedagang untuk terus menggunakannya (Reza dkk., 2024). Namun penelitian lain mengatakan bahwa *network externalities* memengaruhi kepercayaan dan nilai yang dirasakan pengguna, namun pengaruhnya terhadap *continuous intention* tidak terjadi secara langsung (Zhang dkk., 2017).

Meskipun e-wallet semakin terintegrasi dalam aktivitas transaksi, kajian literatur mengenai *continuous intention* pada pedagang dalam menggunakan e-wallet masih relatif terbatas, padahal pedagang merupakan aktor kunci yang menentukan keberlanjutan dan efektivitas ekosistem pembayaran digital. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada adopsi awal dari perspektif konsumen dan masih jarang mengkaji perilaku penggunaan berkelanjutan pada pedagang secara empiris. Untuk menjawab keterbatasan tersebut, penelitian ini mengadopsi pendekatan extended UTAUT dengan mengintegrasikan konstruk inti UTAUT dan variabel diluar UTAUT yang relevan dalam konteks operasional pedagang. Kontribusi orisinal penelitian ini terletak pada fokus empiris terhadap pedagang sebagai unit analisis utama, pengujian simultan faktor UTAUT dan diluar UTAUT dalam menjelaskan *continuous intention*, serta penerapannya dalam konteks lokal Indonesia, khususnya pada pedagang di Kabupaten Purbalingga. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pengembangan model perilaku penggunaan teknologi dengan memperluas aplikasi UTAUT pada konteks *continuous intention* pedagang. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan memberikan implikasi strategis bagi penyedia layanan e-wallet dan pemangku kepentingan dalam merancang kebijakan, fitur layanan, dan dukungan sistem yang lebih efektif untuk mendorong penggunaan e-wallet secara berkelanjutan di kalangan pedagang.

TINJAUAN PUSTAKA

Continuous Intention

Continuous intention dalam pengembangan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), merujuk pada keinginan atau niat pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi dalam jangka panjang setelah penggunaan awal (Venkatesh dkk., 2012). Menurut Reza dkk., (2024) *continuous intention* yaitu niat pedagang untuk terus menggunakan e-wallet di masa depan yang diukur lewat niat melanjutkan penggunaan, mempertahankan, rencana peningkatan frekuensi penggunaan, dan rekomendasi ke pihak lain. Definisi *continuous intention* yang lain yaitu komitmen seseorang untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan di masa depan setelah penggunaan awal, dengan fokus pada pengalaman yang sudah dirasakan oleh pengguna (Song dkk., 2023). Berbeda dari *behavioral intention* atau niat adopsi awal, *continuous intention* dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel dependen utama yang merefleksikan komitmen pedagang untuk mempertahankan dan melanjutkan penggunaan e-wallet berdasarkan pengalaman aktual, yang berperan krusial bagi keberlanjutan dan efektivitas ekosistem pembayaran digital.

Pengaruh Performance Expentancy terhadap Continuous Intention

Performance expentancy merupakan elemen penting dalam model UTAUT yang di definisikan sebagai sejauh mana pedagang menganggap bahwa penggunaan e-wallet akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Reza dkk., 2024). *Performance expentancy* merupakan kunci yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan e-wallet, pedagang yang merasa e-wallet meningkatkan efektivitas bisnis mereka, mengurangi kesalahan pencatatan, meningkatkan kinerja transaksi seperti mempercepat arus kas, mereka lebih mungkin berniat melanjutkan penggunaannya, karena penggunaan e-wallet oleh pedagang tidak lagi dipandang sebatas alternatif pembayaran, melainkan sebagai bagian dari strategi operasional usaha (Soares



dkk., 2024).

Penelitian sebelumnya seperti Anggraini & Setyarko, (2025) menunjukkan *performance expentancy* memiliki pengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan e-wallet, hal ini didukung oleh Ayu dkk., (2024) yang menegaskan pedagang percaya bahwa e-wallet meningkatkan kinerja bisnis cenderung memiliki niat kuat untuk terus menggunakannya. Pada penelitian Islam dkk., (2024) mengatakan *performance expentancy* memiliki pengaruh positif terhadap *continuous intention*, karena merasa e-wallet membuat transaksi lebih cepat, efisien, dan aman memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melanjutkan penggunaannya. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1: *Performance Expentancy* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*

Pengaruh *Effort Expentancy* terhadap *Continuous Intention*

Model UTAUT menjelaskan bahwa *effort expentancy* merupakan salah satu konstruk utama yang memengaruhi niat penggunaan e-wallet, karena merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan dalam menggunakannya (Venkatesh dkk., 2003). *Effort expentancy* mengacu pada persepsi kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi e-wallet, seperti kemudahan navigasi, kecepatan transaksi, serta minimnya hambatan teknis. Kemudahan penggunaan pada akhirnya menciptakan pengalaman yang nyaman, meningkatkan kepercayaan diri pedagang, menurunkan *cognitive burden*, sehingga mendorong pedagang untuk terus menggunakannya. (Reza dkk., 2024).

Menurut penelitian Reza dkk., (2024) menunjukkan *effort expentancy* secara positif berpengaruh pada *continuous intention* penggunaan e-wallet pada pedagang. Hal tersebut didukung oleh penelitian Anggraini & Setyarko, (2025) bahwa pengguna merasa nyaman dan termotivasi menggunakan e-wallet karena kemudahan, fleksibel, antar muka yang jelas sehingga meningkatkan *continuous intention*. Sejalan dengan temuan tersebut, pedagang menilai kemudahan mempelajari dan menggunakan e-wallet serta interaksi yang jelas dengan aplikasi meningkatkan niat mereka untuk terus memakai e-wallet (Mulyati & Putra, 2025). Oleh karena itu, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Effort Expentancy* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Continuous Intention*

Facilitating condition juga merupakan konstruk utama dalam model UTAUT, hal tersebut ditafsirkan bahwa ada infrastruktur dan teknis yang tersedia untuk mendukung penggunaan e-wallet (Venkatesh dkk., 2003). Dalam konteks penggunaan e-wallet, *facilitating condition* mencakup ketersediaan fasilitas pendukung yang secara langsung memastikan kelancaran transaksi, minimnya gangguan teknis, dan konsistensi operasional dalam penggunaan sehari-hari. Koneksi internet yang stabil, kompatibilitas perangkat, serta dukungan teknis yang responsif memungkinkan pedagang menyelesaikan transaksi tanpa hambatan dan mengurangi risiko gangguan operasional. Dengan demikian, semakin memadai *facilitating condition* yang dirasakan pedagang, semakin kuat niat mereka untuk terus menggunakan e-wallet secara berkelanjutan (Clarissa, 2021).

Sriniyati & Khasanah, (2024) mengatakan *facilitating condition* memiliki pengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan e-wallet. Menurut Fitriati dkk., (2023), kualitas sistem yang menyediakan fitur lengkap cenderung membuat mereka berniat untuk menggunakan sistem tersebut lagi di masa depan. Neves dkk., (2025) mengonfirmasi peran penting *facilitating condition* dalam meningkatkan intensi *continuous intention* di kalangan pedagang. Penelitian dari Thaker dkk., (2022) juga mengemukakan *facilitating condition*



memiliki pengaruh positif terhadap keberlanjutan adopsi e-wallet dikalangan pengguna termasuk pedagang, hasil penelitian tersebut memvalidasi pentingnya dukungan teknis dan infrastruktur dalam mendorong *continuous intention*. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H3: *Effort Expentancy* berpengaruh positif terhadap *Continuos Intention*

Pengaruh *Awareness* terhadap *Continuos Intention*

Pada teori *Diffusion of Inovation (DoI)*, *awareness* ditunjukkan sebagai tahap awal adopsi di mana pedagang baru mengenali keberadaan, fungsi, dan manfaatnya sebelum memasuki fase evaluasi dan keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut (Rogers, 2003). Kesadaran bukan hanya tau apa itu e-wallet namun juga paham terhadap fitur, manfaat, keterbatasan, serta potensi nilai bisnis e-wallet, pemahaman ini membentuk evaluasi kognitif yang lebih matang terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *awareness*, semakin besar kemungkinan pedagang untuk terus menggunakannya, dan memungkinkan pedagang melakukan pengambilan keputusan secara lebih rasional (Ubaidillah dkk., 2023).

Mengenai e-wallet di Indonesia menunjukkan adanya perubahan dalam perilaku konsumen dan pedagang yang semakin sadar akan manfaat e-wallet, sehingga mendorong *continuous intention* penggunaan e-wallet (Eliza dkk., 2024). Penelitian dari Reza dkk., (2024) juga mendukung bahwa *awareness* berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap e-wallet dan meningkatkan *continuous intention* pada pedagang. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H4: *Awareness* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*

Pengaruh *Online Costumer Service* terhadap *Continuous Intention*

Menurut *Service Quality Theory (SERVQUAL)*, yang dikemukakan oleh A. Parasuraman dkk., (1988) dalam konteks e-wallet, *online customer service* mencerminkan dimensi *responsiveness, assurance, empathy, dan reliability* yang berperan penting dalam membantu pedagang menyelesaikan kendala transaksi, sehingga mendorong *continuous intention* penggunaan e-wallet. *Online customer service* merujuk pada layanan dukungan pelanggan yang diberikan secara daring, seperti bantuan teknis, respon cepat terhadap keluhan, dan panduan penggunaan aplikasi e-wallet, sehingga mengurangi friksi penggunaan dan meningkatkan pengalaman positif. Kualitas layanan pelanggan online yang baik meningkatkan kepercayaan pedagang terhadap platform e-wallet. Kepercayaan ini kemudian mengurangi persepsi risiko selama penggunaan, sehingga mendorong pedagang untuk mempertahankan niat penggunaan e-wallet secara berkelanjutan

Pratama dkk., (2023) niat untuk terus menggunakan layanan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan, seperti layanan online yang dapat diakses dimana saja, dan memiliki fungsi optimal. Edo & Hendayani, (2023) mengatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan seperti akses informasi, termasuk layanan dukungan online mampu meningkatkan persepsi positif bagi pengguna, sehingga mendorong *continuous intention* penggunaan e-wallet. Pada penelitian Candy dkk., (2025) mendukung hal tersebut karena, *online customer service* penting dalam membangun dan mempertahankan pengguna dengan memberikan bantuan efektif dan responsif yang meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: *Online Customer Service* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*.



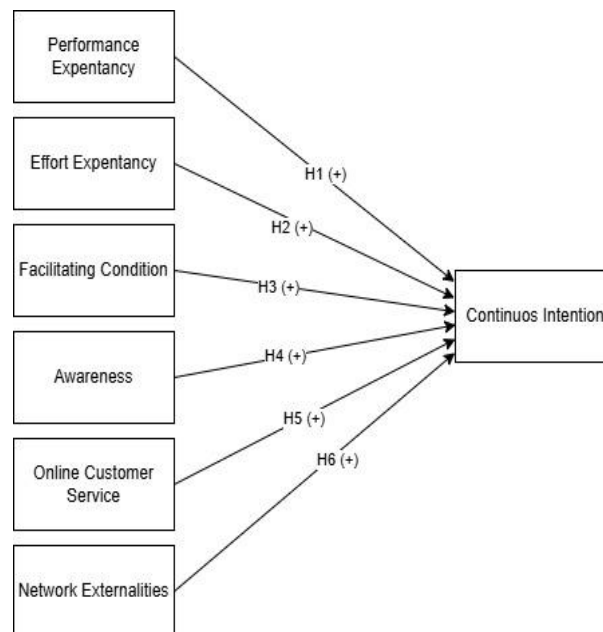
Pengaruh *Network Externalities* terhadap *Continuous Intention*

Network externalities dalam penelitian ini bersumber dari *Network Externalities Theory* yang dikemukakan oleh Katz & Shapiro, (1985), bahwa nilai suatu teknologi meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna dalam jaringan. Konteks e-wallet, mengemukakan semakin banyak konsumen yang menggunakan platform tertentu, semakin besar manfaat yang dirasakan pedagang karena meningkatnya peluang transaksi non-tunai. Sehingga, besarnya jaringan secara langsung mendorong pedagang untuk mempertahankan penggunaan e-wallet agar tetap relevan dan kompetitif. Selain itu, jaringan pengguna yang luas juga meningkatkan *switching cost*, sehingga pedagang cenderung sulit berpindah ke platform lain. Oleh karena itu, *network externalities* menjadi faktor penting yang mendorong *continuous intention* pedagang (Reza dkk., 2024).

Network externalities secara langsung memengaruhi *continuous intention*, karena pedagang cenderung mempertahankan penggunaan e-wallet yang memiliki jaringan pengguna besar dan aktif (Reza dkk., 2024). Penelitian oleh Nurdin dkk., (2023) juga mengonfirmasi bahwa *network externalities* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, yang diperkuat melalui pengalaman yang dipersonalisasi serta interaksi yang positif. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H6: *Network Externalities* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui kerangka konseptual berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yang berbasis survei dengan pendekatan *quantitative explanatory research*. Data yang digunakan merupakan data primer, pengumpulan data melalui kuesioner secara daring dan survei lapangan. Kuesioner daring disebarluaskan menggunakan Google Form untuk menjangkau responden secara lebih luas di berbagai platform



sosial media, sedangkan survei lapangan dilakukan dengan membagikan kuisioner secara langsung kepada pedagang. Metode survei digunakan karena tidak tersedia kerangka sampel pedagang pengguna e-wallet, terdapat keterbatasan akses terhadap data resmi, dan peneliti perlu mengumpulkan data primer langsung dari pedagang agar mencerminkan kondisi nyata.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di Purbalingga yang menggunakan e-wallet. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* karena populasi pengguna e-wallet tidak diketahui secara pasti dan terus berubah setiap harinya. Pengambilan sampel dilakukan dari bulan Juni hingga Oktober. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair dkk., (2011), yaitu pendekatan *10 Times Rule of Thumb* dengan mengambil jumlah sampel minimal 10 kali jalur struktural terbanyak, sehingga diperoleh kebutuhan sampel awal 60 responden. Menurut (Hair dkk., 2014), ukuran sampel besar dapat meningkatkan ketepatan dan konsistensi hasil estimasi SEM-PLS, sehingga pada penelitian ini menetapkan total sampel menjadi 215 responden, yang melebihi batas minimum dan cukup memadai untuk model kompleks dengan 6 prediktor.

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan pernyataan yang mewakili tujuh konstruk dalam model penerimaan teknologi e-wallet. Pernyataan dalam kuesioner dirancang untuk memahami setiap indikator dari variabel yang diteliti, indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Digunakan

NO	Variabel	Kode	Indikator Pengukuran
1	Performance Expentancy (PE) (Venkatesh dkk., 2003), (Alalwan, 2020), (Lu dkk., 2017)	PE1	Apakah Anda merasa e-wallet bermanfaat bagi usaha Anda?
		PE2	Apakah penggunaan e-wallet mempercepat transaksi antara Anda dan pelanggan?
		PE3	Apakah penggunaan e-wallet meningkatkan produktivitas usaha Anda?
		PE4	Apakah penggunaan e-wallet membantu Anda dalam menyelesaikan pekerjaan yang penting menjadi lebih mudah?
2	Effort Expentancy (EE) (Venkatesh dkk., 2003), (Alalwan, 2020)	EE1	Apakah Anda merasa proses mempelajari cara menggunakan e-wallet itu mudah?
		EE2	Apakah Anda merasa mahir dalam menggunakan e-wallet?
		EE3	Apakah e-wallet mudah digunakan oleh Anda?
		EE4	Apakah cara menggunakan e-wallet jelas dan mudah dimengerti?
3	Facilitating Condition (FC) (Venkatesh dkk., 2003), (Alalwan, 2020)	FC1	Apakah Anda memiliki sumber daya / fasilitas yang cukup untuk menggunakan e-wallet?
		FC2	Apakah Anda memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan e-wallet?
		FC3	Apakah e-wallet sesuai untuk jenis usaha Anda?
		FC4	Apakah Anda mendapatkan bantuan dari orang lain ketika mengalami kesulitan menggunakan e-wallet?
4	Awareness (AW) (Singh dkk., 2020) Singh and Sinha (2020)	AW1	Apakah Anda mengetahui cara menggunakan e-wallet secara efektif?
		AW2	Apakah Anda memahami keterbatasan dari e-wallet?
		AW3	Apakah Anda mengetahui tingkat penggunaan e-wallet di kalangan pedagang lainnya?
		AW4	Apakah pelanggan Anda mengetahui bahwa mereka dapat menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di usaha Anda?
5	Online Customer Service (OCS) (Boateng dkk., 2016), (Deyalage & Kulathunga, 2019), (Rahi dkk., 2019)	OCS1	Apakah Anda ingin ada staf yang tersedia secara online untuk membantu saat Anda mengalami masalah dengan e-wallet?
		OCS2	Apakah Anda ingin mudah mengakses staf secara online saat mengalami masalah dengan e-wallet?
		OCS3	Apakah Anda yakin mudah mendapatkan bantuan online ketika mengalami masalah menggunakan e-wallet?
		OCS4	Apakah Anda biasanya langsung menerima balasan online saat



			menghadapi masalah dengan e-wallet?
		OCS5	Apakah Anda menyukai layanan pelanggan online saat menggunakan e-wallet?
6	Network Externalities (NE) (Kim dkk., 2017), (Luo dkk., 2021), (Zhao & Lu, 2012)	NE1	Apakah Anda mengamati bahwa jumlah pengguna e-wallet cukup banyak?
		NE2	Apakah banyak teman dan keluarga Anda menggunakan e-wallet?
		NE3	Apakah banyak pesaing Anda menggunakan e-wallet?
		NE4	Apakah banyak pelanggan Anda menggunakan e-wallet?
7	Continuous Intention (CI) (Alalwan, 2020)(Venkatesh dkk., 2012)	CI1	Apakah Anda berniat terus menggunakan e-wallet dalam usaha Anda di masa depan?
		CI2	Apakah Anda berniat mendorong pelanggan untuk lebih sering menggunakan e-wallet?
		CI3	Apakah Anda berniat memanfaatkan e-wallet lebih jauh dalam kegiatan usaha Anda?
		CI4	Apakah Anda memperkirakan akan terus menggunakan e-wallet dalam usaha Anda ke depannya?

Sumber: Hasil analisis data, 2025

Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis komponen atau varian yang memanfaatkan *Partial Least Square* (PLS). Pengujian dalam penelitian ini terdapat analisis outer model, inner model dan uji hipotesis. Outer model dikatakan valid jika nilai setiap pengujian pada *validitas convergent* menggunakan *Loading Factor* ($>0,70$) dan *AVE* ($>0,50$), *Validitas Discriminant* dengan HTMT ($<0,90$), serta reliabilitas dengan *Composite Reliability* ($>0,70$). Pengujian Inner Model dianalisis menggunakan R-square (0,75 kuat, 0,50 sedang, 0,25 lemah), F-square ($\geq 0,02$ pengaruh paling lemah), dan Model Fit untuk SRMR $< 0,08$. Uji Hipotesis dilakukan dengan bootstrapping, yaitu hubungan antar konstruk dianggap signifikan jika t-statistic $>1,96$ dan p-value $<0,05$ (Hair dkk., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 215 pedagang sebagai pengguna e-wallet di Purbalingga. Berdasarkan hasil penelitian, proporsi jenis kelamin relatif seimbang. Sebagian besar responden pengguna e-wallet berusia 20-40 tahun, berpendidikan SMA, memiliki pendapatan bulanan Rp2-5 juta, dan pertama kali menggunakan e-wallet 2-3 tahun lalu. Hampir setengah pedagang bergerak di bidang makanan dan minuman dengan frekuensi penggunaan e-wallet sering hingga selalu. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh pedagang usia produktif dengan tingkat pendidikan menengah atas, penghasilan relatif stabil, pengalaman penggunaan e-wallet yang cukup matang, serta kegiatan usaha yang membutuhkan transaksi rutin. Seluruh responden tersebut diklasifikasi ke dalam Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Demografi

Profil		Frekuensi (n = 215)	Presentase
Jenis Kelamin	Laki – laki	114	47.0
	Perempuan	101	53.0
Usia	Dibawah 20 tahun	4	1.9
	20-40 tahun	133	61.9
	41-50 tahun	66	30.7
	Diatas 50 tahun	12	5.6
Pendidikan Terakhir	Sekolah Menengah Pertama	20	9.3
	Sekolah Menengah Atas	131	60.9
	Perguruan Tinggi / Universitas	64	29.8
Rata-rata pemasukan Anda dalam sebulan (dalam Rupiah)?	< Rp 2 juta	20	9.3
	Rp 2 juta – Rp 5 juta	113	52.6
	Rp 6 juta – 15 juta	69	32.1
	> Rp 15 juta	13	6.0



Kapan pertama kali menggunakan e-wallet?	< 1 bulan yang lalu	13	6.0
	1-12 bulan yang lalu	63	29.3
	2-3 tahun yang lalu	111	51.6
	>3 tahun yang lalu	28	13.0
Seberapa sering Anda menggunakan E-Wallet untuk bertransaksi?	Tidak Pernah	0	0
	Jarang	18	8.4
	Kadang-kadang	53	24.7
	Sering	104	48.4
	Selalu	40	18.6
Produk /Jenis Usaha	Makanan / Minuman	101	46.9
	Pakaian / Fashion	31	14.4
	Kecantikan	23	10.7
	Kebutuhan rumah tangga	30	14
	Lainnya	30	14

Sumber: Data hasil kuesioner, 2025

Statistik deskriptif pada seluruh variabel disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Nilai rata-rata variabel

Variabel	Rata-rata
<i>Performance Expentancy</i>	4.26
<i>Effort Expentancy</i>	4.21
<i>Facilitating Condition</i>	4.21
<i>Awareness</i>	4.19
<i>Online Customer Service</i>	4.29
<i>Network Externalities</i>	4.27
<i>Continuous Intention</i>	4.22

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang tinggi diatas 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki persepsi positif terhadap penggunaan e-wallet, baik dari aspek manfaat, kemudahan, kesadaran, dukungan fasilitas, layanan pelanggan, efek jaringan, maupun niat untuk terus menggunakan secara berkelanjutan.

Pengujian yang pertama yaitu outer model, pada *validitas convergent* menggunakan nilai *Loading Factor*, *AVE*, dan *Composite Reliability*. *Loading faktor* yang >0,70 menunjukkan indikator valid, *AVE* >0,50 menandakan validitas konvergen yang baik, dan *Composite Reliability* >0,70 menunjukkan reliabilitas konstruk yang memadai. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Loading faktor, AVE, dan Composite Reliability

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE	Composite Reliability (rho_c)
<i>Performance Expentancy</i>	PE1	0.788	0.644	0.878
	PE2	0.782		
	PE3	0.806		
	PE4	0.832		
<i>Effort Expentancy</i>	EE1	0.810	0.695	0.901
	EE2	0.845		
	EE3	0.847		
	EE4	0.832		
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0.818	0.660	0.886



	FC2	0.826		
	FC3	0.772		
	FC4	0.832		
<i>Awareness</i>	AW1	0.776	0.666	0.889
	AW2	0.836		
	AW3	0.809		
	AW4	0.843		
<i>Online Customer Service</i>	OCS1	0.772	0.634	0.896
	OCS2	0.778		
	OCS3	0.829		
	OCS4	0.833		
	OCS5	0.767		
<i>Network Externalities</i>	NE1	0.785	0.569	0.841
	NE2	0.795		
	NE3	0.733		
	NE4	0.700		
<i>Continuous Intention</i>	CI1	0.807	0.699	0.903
	CI2	0.809		
	CI3	0.871		
	CI4	0.857		

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Berdasarkan tabel 4, hasil Loading Faktor, AVE, dan *Composite Reliability* (CR), seluruh konstruk dalam model telah memenuhi kriteria pengukuran yang baik, dengan indikator terendah terdapat pada NE4 sebesar 0,700, yang tetap memenuhi ambang batas validitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga layak untuk digunakan untuk analisis lanjutan pada model struktural.

Pengujian *Discriminant Validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian benar-benar mengukur konsep yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih. Uji Discriminant Validity dilakukan menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait-Ratio* (HTMT) sebagaimana direkomendasikan oleh (Hair dkk., 2014). Hasil pengujian akan dinyatakan terpenuhi apabila seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas 0,90. Hasil pengujian disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Heterotrait-Monotrait-Ratio (HTMT)

	PE	EE	FC	AW	OCS	NE	CI
PE							
EE	0.793						
FC	0.850	0.781					
AW	0.618	0.634	0.632				
OCS	0.758	0.703	0.822	0.609			
NE	0.732	0.758	0.637	0.814	0.730		
CI	0.855	0.823	0.837	0.731	0.807	0.831	

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025



Berdasarkan Tabel 5, perhitungan HTMT didapatkan bahwa nilai korelasi antar variabel masih dibawah nilai 0,9, meskipun beberapa pasangan konstruk memiliki nilai HTMT yang relatif tinggi dan mendekati batas, yaitu FC–PE (0,850), CI–PE (0,855), dan nilai lain masih tinggi tapi sedikit lebih jauh dari 0,9, namun semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini masih memenuhi kriteria *Discriminant Validity*.

Selanjutnya pengujian kedua yaitu Inner Model, terdapat Uji *Coefficient of Determination* (R) yang digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. R Square

	R-square	R-square Adjusted
CI	0.707	0.698

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 6, nilai R-Square untuk variabel *continuous intention* (Y) sebesar 0,707. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mampu menjelaskan 70,7% variasi niat berkelanjutan penggunaan e-wallet oleh pedagang. Menurut kriteria (Hair dkk., 2014) nilai R-Square tersebut termasuk dalam kategori kuat, sehingga model struktural memiliki kemampuan penjelas yang tinggi. Selanjutnya, nilai R-Square Adjusted sebesar 0,698 menunjukkan menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 69,8% variasi *continuous intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik, dan sebagian besar niat pedagang untuk terus menggunakan e-wallet dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang ada dalam model. R² Adjusted digunakan sebagai ukuran utama karena memberikan estimasi yang lebih akurat dengan mempertimbangkan jumlah prediktor dan ukuran sampel.

Uji F-Square (F²) menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, Hasil pengujian disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. F-Square

	CI
Performance Expentancy	0.058
Effort Expentancy	0.047
Facilitating Condition	0.038
Awareness	0.032
Online Customer Service	0.039
Network Externalities	0.042

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Hasil pengujian Tabel 7, *F-Square* (F²) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki kontribusi dalam kategori kecil terhadap *continuous intention*, dengan nilai *performance expentancy* terbesar yaitu 0.058. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat penggunaan berkelanjutan pedagang dibentuk oleh kombinasi beberapa faktor, bukan oleh satu faktor dominan.

Selanjutnya Model Fit digunakan untuk menilai sejauh mana model penelitian sesuai dengan data yang dianalisis, tujuannya untuk memastikan bahwa struktur model layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil pengujian disajikan dalam Tabel 8.



Tabel 8. Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.068	0.068
d_ ULS	1.993	1.993
d_ G	0.844	0.844
Chi-Square	1075.083	1075.083
NFI	0.753	0.753

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Berdasarkan tabel 8, nilai SRMR sebesar 0,068 (<0.08) menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik antara data dan model. Meskipun nilai NFI sebesar 0.753 belum mencapai kategori sangat baik, nilai tersebut masih dapat diterima untuk penelitian sosial, sehingga secara keseluruhan model penelitian dinyatakan layak (fit) untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Selanjutnya pengujian hipotesis, hasil pengujian hipotesis suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh apabila nilai p-value <0,05 atau nilai t-statistik >1,96. Hasil pengujian disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Path Coefficient (Original sample, STDEV, P-Value)

	Original sample (O)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Keterangan
X1 -> Y	0.207	2.086	0.037	Diterima
X2 -> Y	0.180	2.217	0.027	Diterima
X3 -> Y	0.173	2.070	0.038	Diterima
X4 -> Y	0.134	2.245	0.025	Diterima
X5 -> Y	0.164	2.099	0.036	Diterima
X6 -> Y	0.167	2.270	0.023	Diterima

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 9, seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima, ditunjukkan oleh t-statistik yang lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel prediktor memiliki pengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan e-wallet oleh pedagang. Namun, koefisien jalur relatif kecil, berkisar antara 0,134 hingga 0,207, sehingga meskipun signifikan secara statistik, kekuatan pengaruh masing-masing variabel tergolong moderat. Dari urutan kontribusi, variabel dengan pengaruh tertinggi adalah X1 (0,207), diikuti X2 (0,180), X6 (0,167), X5 (0,164), X3 (0,173), dan X4 (0,134). Temuan ini menegaskan bahwa semua variabel berperan penting, tetapi pengaruhnya tidak besar secara praktis, sehingga strategi peningkatan variabel Y (*Continuous intention*) perlu mempertimbangkan kombinasi semua faktor secara holistik.

Pembahasan

Pengujian Hipotesis 1 (*Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada Tabel 8 menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,207, nilai T-statistic sebesar 2,086, dan nilai p-value sebesar 0,037. Karena nilai T-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05, maka H1 dinyatakan diterima. Sesuai dengan teori UTAUT, *performance*



expentancy merupakan faktor utama yang membentuk niat penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2003). Pedagang yang merasakan manfaat kinerja e-wallet, seperti mempercepat transaksi, meningkatkan produktivitas, dan membantu pedagang menyelesaikan pekerjaan menjadi lebih cepat sehingga memperkuat niat mereka untuk terus menggunakannya. *Performance expentancy* berpengaruh terhadap *continuous intention* karena karakteristiknya sesuai, yaitu mayoritas responden berusia 20–40 tahun (61,9%), dan memiliki pendidikan minimal SMA (60,9%), dan merupakan kelompok yang cenderung lebih cepat memahami dalam menilai manfaat kinerja e-wallet. Hal ini juga konsisten dengan temuan Soares dkk., (2024), Anggraini & Setyarko, (2025), Ayu dkk., (2024), dan Islam dkk., (2024) dimana *performance expentancy* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*. Lebih lanjut, Hutahaean dkk., (2024) menjelaskan bahwa e-wallet mengurangi risiko transaksi tunai, dan meningkatkan efisiensi operasional, transparansi keuangan, yang secara tidak langsung berkaitan dengan pencatatan akuntansi yang lebih rapi, sehingga memperkuat niat pedagang untuk terus menggunakan e-wallet.

Pengujian Hipotesis 2 (*Effort Expentancy* berpengaruh terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada tabel 9, menunjukkan bahwa *Effort Expentancy* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,180, nilai T-statistic sebesar 2,217, dan nilai p-value sebesar 0,027. Karena nilai T-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 dinyatakan diterima. Hasil ini sesuai dengan teori UTAUT bahwa *Effort Expentancy* merupakan salah satu konstruk utama yang memengaruhi niat penggunaan teknologi terutama pada tahap awal adopsi (Venkatesh dkk., 2003). Pedagang yang merasa e-wallet jelas, mudah dimengerti dan merasa mahir menggunakannya membuat pedagang merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi dan mengelola pembayaran yang akan memperkuat niat mereka untuk menggunakan secara berkelanjutan. Dengan kemudahan penggunaan e-wallet membantu pedagang melakukan pencatatan secara lebih cepat, dan juga kemudahan ini mendorong pengelolaan keuangan usaha yang lebih baik dan memperkuat niat pedagang untuk terus menggunakannya (Hutahaean dkk., 2024). Efek *effort expectancy* juga didukung oleh pengalaman pedagang, di mana lebih dari setengah responden (51,6%) telah menggunakan e-wallet selama 2–3 tahun. Secara teoritis, setelah pengguna melewati fase awal dan menjadi terbiasa, pengaruh kemudahan penggunaan cenderung menurun karena sistem sudah dianggap sebagai hal yang rutin (habitual). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan semakin meningkatkan kenyamanan dan keyakinan mereka dalam melakukan transaksi secara rutin. Temuan ini sejalan dengan penelitian Reza dkk., (2024), Anggraini & Setyarko, (2025), Mulyati & Putra, (2025) yang menunjukkan bahwa *effort expentancy* berpengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan e-wallet.

Pengujian Hipotesis 3 (*Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada tabel 9, menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,173, nilai T-statistic sebesar 2,070, dan nilai p-value sebesar 0,038. Karena nilai T-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 dinyatakan diterima. Dalam konteks UTAUT, *facilitating condition* didefinisikan sebagai keyakinan pengguna bahwa infrastruktur organisasi dan teknis telah tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2003). Berdasarkan hasil tersebut, pengaruh *facilitating condition* terhadap niat penggunaan e-wallet juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan pedagang. Mayoritas responden memiliki pendidikan minimal SMA (60,9%) dan sebagian berpendidikan perguruan tinggi (29,8%), sehingga mereka lebih mudah memahami ketersediaan dukungan sumber daya, cara memanfaatkan fasilitas, jaringan internet,



infrastruktur dan dukungan teknis. Tingkat pendidikan ini memungkinkan pedagang untuk menggunakan e-wallet secara optimal, memproses transaksi secara efisien, dan melakukan pencatatan keuangan secara lebih akurat, sehingga memperkuat niat mereka untuk terus menggunakan sistem secara berkelanjutan. Kondisi tersebut pada akhirnya memperkuat *continuous intention* penggunaan e-wallet pada pedagang yang sesuai dengan riset yang dilakukan Fitriati dkk., (2023), Neves dkk., (2025), Sriniyati & Khasanah, (2024), Clarissa, (2021), dan Thaker dkk., (2022).

Ketiga variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating condition* bekerja secara sinergis dalam membentuk *continuous intention* pedagang dalam menggunakan e-wallet. Berdasarkan koefisien jalur, PE (0,207) memiliki pengaruh paling besar, diikuti EE (0,180) dan FC (0,134), menunjukkan bahwa manfaat kinerja memiliki peran lebih dominan dibanding kemudahan penggunaan dan dukungan teknis dalam membentuk niat pedagang. Kombinasi ketiganya memperkuat keyakinan pedagang bahwa e-wallet efektif, mudah digunakan, dan didukung infrastruktur yang memadai, sehingga meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakan sistem ini secara berkelanjutan. Karakteristik demografi seperti usia, pendidikan, dan pengalaman penggunaan memberikan konteks tambahan, yang menunjukkan bahwa efek ketiga variabel ini relevan bagi sebagian besar pedagang, terutama mereka yang berpengalaman dan rutin menggunakan e-wallet

Pengujian Hipotesis 4 (*Awareness* berpengaruh positif terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada tabel 9, menunjukkan bahwa *awareness* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,134, nilai T-statistic sebesar 2,245, dan nilai p-value sebesar 0,025. Karena nilai T-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 dinyatakan diterima. Sesuai dengan *Diffusion of Innovation Theory* (DoI), *awareness* ditunjukkan sebagai tahap awal adopsi sebelum individu memiliki keputusan untuk mengadopsi (Rogers, 2003). Secara teoretis, *awareness* sering berhenti pada fase adopsi awal, sehingga pengaruhnya terhadap niat penggunaan berkelanjutan tidak selalu kuat. Untuk menjadikan *awareness* relevan pada fase keberlanjutan, pedagang perlu memiliki pemahaman fitur lanjutan, kesadaran akan implikasi bisnis dan pencatatan keuangan digital, serta kemampuan melihat e-wallet sebagai alat strategis, bukan sekadar tren teknologi. Mayoritas pedagang berada pada rentang usia 20–40 tahun (61,9%) dan memiliki pendidikan minimal SMA (60,9%), sehingga mereka lebih cepat memahami informasi terkait e-wallet dan fitur-fitur lanjutan. Selain itu, sebagian besar pedagang memiliki tingkat pendapatan menengah yang mencerminkan tingginya intensitas transaksi, sehingga meningkatkan kesadaran akan manfaat e-wallet dalam efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan usaha. Dengan pemahaman ini, *awareness* tidak hanya mendorong adopsi awal, tetapi juga memperkuat *continuous intention* dengan meningkatkan kualitas pencatatan dan pengelolaan usaha. Temuan ini sesuai dengan penelitian dari Ubaidillah dkk., (2023), Reza dkk., (2024), dan Eliza dkk., (2024) bahwa *awareness* berpengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan e-wallet.

Pengujian Hipotesis 5 (*Online Customer Service* berpengaruh terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada tabel 9, menunjukkan bahwa *online customer service* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,164, nilai T-statistic sebesar 2,099, dan nilai p-value sebesar 0,036. Karena nilai T-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 dinyatakan diterima., sesuai dengan *Expectation Confirmation Theory* yang menekankan bahwa pengalaman layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pengguna akan memperkuat *continuous intention* pedagang (A. Parasuraman dkk., 1988). Secara psikologis, *online customer service* meningkatkan trust pedagang terhadap sistem e-



wallet, karena pedagang merasa didukung dalam menangani permasalahan transaksi. Selain itu, layanan yang responsif dan informatif mengurangi perceived risk, misalnya potensi kesalahan pencatatan atau ketidaktepatan transaksi, sehingga pedagang lebih yakin untuk menggunakan e-wallet secara rutin. Dari sisi operasional, dukungan *online customer service* membantu pedagang mengidentifikasi dan menangani anomali pencatatan, memperbaiki kontrol internal, dan mempermudah penyusunan laporan keuangan. Dengan demikian, *online customer service berperan* sebagai variabel strategis, bukan sekadar layanan tambahan. Mayoritas pedagang memiliki pendidikan SMA ke atas (90,8%), sehingga mereka lebih mudah memahami instruksi dan informasi teknis yang diberikan melalui layanan online. Selain itu, pengalaman penggunaan e-wallet selama 2–3 tahun (51,6%) dan frekuensi transaksi yang tinggi (sering hingga selalu, 67%) membuat pedagang lebih bergantung pada dukungan *online customer service* untuk menjaga kelancaran transaksi harian. Dengan kata lain, efektivitas *online customer service* dalam membangun trust dan mengurangi risiko operasional semakin terlihat pada pedagang yang berpendidikan lebih tinggi dan berpengalaman, karena mereka mampu memanfaatkan layanan secara optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Pratama dkk., (2023), Reza dkk., (2024), Candy dkk., (2025), Edo & Hendayani, (2023), dan Umam & Puspawati, (2024) yang mengatakan bahwa *online customer service* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*

Pengujian Hipotesis 6 (*Network Externalities* berpengaruh terhadap *Continuous Intention*)

Hasil analisis pada tabel 9, menunjukkan bahwa *network externalities* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,167, nilai T-statistic sebesar 2,270, dan nilai p-value sebesar 0,023. Karena nilai T-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, maka H1 dinyatakan diterima. Hasil ini sesuai dengan *Network Externalities Theory* bahwa nilai suatu teknologi meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna dalam jaringan. Pedagang yang menyadari jumlah pengguna e-wallet cukup banyak, seperti teman, keluarga, pelanggan, dan sesama pedagang lainnya akan terdorong untuk mempertahankan penggunaan e-wallet. Menurut Nurhudaini & Nurindah, (2025), semakin banyak pedagang dan pelanggan yang menggunakan e-wallet, semakin tinggi juga manfaat jaringan sehingga pedagang dapat melayani lebih banyak pelanggan sehingga mempercepat arus kas karena transaksi e-wallet diproses lebih cepat dan mudah dibanding pembayaran tunai, yang akhirnya mengurangi hambatan penggunaan teknologi pembayaran, dan akan memperkuat *continuous intention*. Namun efek *network externalities* dapat bervariasi tergantung jenis usaha pedagang. Dalam sampel penelitian ini, 46,9% pedagang menjalankan usaha makanan, yang cenderung memiliki volume pelanggan tinggi dan transaksi rutin. Hal ini membuat manfaat jaringan e-wallet lebih terasa, karena semakin banyak pelanggan dan pedagang yang menggunakan e-wallet, semakin lancar dan cepat aliran transaksi, sehingga memperkuat *continuous intention*. Sebaliknya, pedagang dengan jenis usaha yang lebih sepi mungkin merasakan efek *network externalities* lebih moderat. Hasil penelitian ini sejalan dengan Reza dkk., (2024) dan Nurdin dkk., (2023) yang mengatakan bahwa *network externalities* berpengaruh positif terhadap *continuous intention*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis *continuous intention* dari sudut pandang pedagang untuk menggunakan e-wallet dari enam konstruk yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *awareness*, *online customer service*, dan *network externalities* dengan menggabungkan dalam teori UTAUT, *Diffusion of Innovation (DoI)*, *Service Quality Theory*, dan *Network Externalities Theory*. Dari hasil pengujian terdapat 6 hipotesis yang diajukan, semua hipotesis yang diteliti berpengaruh positif terhadap *continuous intention* pedagang dalam menggunakan e-wallet, temuan utama penelitian ini yaitu *performance expectancy* yang



merupakan determinan paling kuat. Secara teoretis, penelitian ini mengonfirmasi relevansi Extended UTAUT dalam konteks merchant melalui integrasi konstruk *Diffusion of Innovation*, *Service Quality Theory*, dan *Network Externalities Theory*. Temuan ini menegaskan pentingnya variabel diluar UTAUT dalam menjelaskan niat penggunaan berkelanjutan, serta membedakan determinan adopsi awal dan penggunaan jangka panjang pada pedagang. Secara praktis, temuan ini menekankan pentingnya strategi peningkatan kinerja sistem, kemudahan penggunaan, dukungan teknis, layanan pelanggan online, dan efek jaringan, serta mendorong pemanfaatan e-wallet sebagai alat pengelolaan transaksi dan arus kas pedagang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada teknik non-probabilitas sampling dan menggunakan metode SEM berbasis varian (PLS-SEM) yang memiliki keterbatasan dalam memberikan estimasi model, desain cross-sectional yang tidak mampu menangkap perubahan niat penggunaan dari waktu ke waktu, penggunaan data persepsi, serta potensi *common method bias*. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal agar dapat melihat dinamika niat berkelanjutan, dan menggunakan CB-SEM untuk pengujian model yang lebih mendalam, serta menambahkan variabel seperti *trust*, *perceived risk*, dan *digital accounting capability*, serta memperluas konteks wilayah dan sektor usaha agar temuan penelitian lebih kuat dan umum berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, V., Zeithaml, A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Alalwan, ali abdallah. (2020). *Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse*. 28–44.
- Anggraini, D. F., & Setyarko, Y. (2025). *Pengaruh Performance Expectancy, Perceived Ease of Use, dan Perceived Risk terhadap Continuance Intention pada Pengguna E-Wallet di Universitas Budi Luhur*. September.
- Ayu, P. G., Aprianti, V., & Foster, B. (2024). *Pengaruh Performance Expectancy dan Perceived Risk terhadap Continuance Intention pada E-Wallet DANA*. 07(3), 261–274.
- Bagas, A., Irianto, P., & Chanvarasuth, P. (2025). *Drivers and Barriers of Mobile Payment Adoption Among MSMEs: Insights from Indonesia*.
- Bank Indonesia. (2025). *I . 1 . UANG BEREDAR DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA¹ Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia Indonesian Economic and Financial Statistics Bank Indonesia I . 1 . BROAD MONEY AND ITS AFFECTING FACTORS¹ (Billions of Rp) Statistik Ekonomi dan Keu.* 2–3.
- Bielig, M., Kutzner, F., Klingert, S., & Kacperski, C. (2025). *Understanding Intention to Adopt Smart Thermostats: The Role of Individual Predictors and Social Beliefs Across Five EU Countries*. *Smartgreens*, 978–989. <https://doi.org/10.5220/0013356200003953>
- Boateng, H., Adam, diyawu rahman, Okoe, A. fechi, & Anning-dorson, T. (2016). *Assessing the determinants of internet banking adoption intentions: A social cognitive theory perspective*. 468–478.
- Candy, Budiman, J., Wijaya, C., & Mayviana, V. (2025). *Customer Continuance Intention Toward the Use of Electronic Money*. 9(1), 72–83.
- Clarissa. (2021). *EFFORT EXPECTANCY, FACILITATING CONDITION, DAN TRUST UNTUK MEMPREDIKSI BEHAVIOR INTENTION PENGGUNAAN E-WALLET*.



- Deyalage, P. A., & Kulathunga, D. (2019). *Factors Affecting Online Customer Satisfaction : The Sri Lankan Perspective*. 14(2), 99–114. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n2p99>
- Edo, J. J. R., & Hendayani, R. (2023). *The Influence of E-Service Quality on Continuance Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable on LinkAja Application Users in Bandung City*. 4(2), 114–131.
- Eliza, R., Zulkifli, Z., Syafwandi, & Fitria, L. (2024). *Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Di Indonesia : Literature Review*. 4, 13147–13154.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Sheka, V. N. (2021). *Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen Quality Of ' DANA ' Application Services On Consumer Satisfaction segala sesuatu dilakukan secara online . Karena itu , teknologi saat ini sangat berpengaruh segala aktivitas , khususnya untuk pe*. November 2021, 181–198.
- Hair, J. F., M.Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM:Indeed a silver bullet*. 139–152.
- Haqi, M. F., & Astuti, B. (2024). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet Bagi Generasi Z Indonesia*. 6, 118–132. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.805>
- Hatmawan, A. A. (2015). *Analisis Niat Konsumen Menggunakan M Payment*.
- Herdioko, J., & Damayanti, N. K. D. (1875). *Analisis Motivasi Penggunaan Dompert Digital Ovo Pada Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 35(1), 133–153.
- Hutahaean, L., Shabrina, A. R., Martiani, Y., Syakduzzaman, Yulia, A., & Gunardi. (2024). *Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Limbert*. 1–8.
- Islam, M., Khatun, A., & Islam, S. (2024). *The path to cashless transaction : A study of user intention and attitudes towards quick response mobile payments*. *Heliyon*, 10(15), e35302. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35302>
- Johan, A. P., Lukviarman, N., & Putra, R. E. (2022). *Continuous intention to use e-wallets in Indonesia: The impact of e-wallets features*. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 84–97. [https://doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.07](https://doi.org/10.21511/im.18(4).2022.07)
- joseph F Hair, J., Hult, g. tomas m., Ringle, christian m., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications .
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). *Network Externalities , Competition , and Compatibility*. 75(3), 424–440.
- Kim, H., Park, M., Yun, S., & Kwon, J. (2017). *How network externality leads to the success of mobile instant messaging business?* 144–161.
- Lu, J., Yu, C., Liu, C., & Wei, J. (2017). *Comparison of mobile shopping continuance intention between China and USA from an espoused cultural perspective*. 130–146.
- Luo, Y., Wang, G., Li, Y., & Ye, Q. (2021). *Examining Protection Motivation and Network Externality Perspective Regarding the Continued Intention to Use*.
- Mulyati, Y., & Putra, Y. B. (2025). *Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Penggunaan*. 4(1), 22–35.
- Nawi, N. C., Mamun, A. Al, Hayat, N., & Seduram, L. (2022). *Promoting Sustainable Financial Services Through the Adoption of eWallet Among Malaysian Working Adults*.



<https://doi.org/10.1177/21582440211071107>

- Neves, C., Oliveira, T., Cruz-jesus, F., & Venkatesh, V. (2025). Extending the unified theory of acceptance and use of technology for sustainable technologies context. *International Journal of Information Management*, 80(January 2024), 102838. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102838>
- Novita, D., & Husna, N. (2020). *Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention*. 20(November), 85–90.
- Nurdin, T. A., Alexandri, M. B., Sumadinata, W., & Arifianti, R. (2023). *Assessing of The Continuance Intentions to Use Fintech Payments , an Integrating Expectation Confirmation Model*. 4(3), 130–146.
- Nurhudaini, A., & Nurindah, M. (2025). *Analisis Efektivitas E-Wallet Dalam Meningkatkan Kecepatan*. 13, 85–97.
- Oktaviani, R. F. (2024). *Unpacking The Resistance Of Traditional Market To Digital Payment : A Qualitative Approach*. 6(2), 70–86.
- Pratama, B. C., Fitriati, A., Azizah, S. N., & Maharani, B. H. (2023). *Continuance Intention Use E-Filling : The Influence Quality Information, System, Service and Satisfaction as a Mediator*. 681–697. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4957>
- Rahi, S., Abd.ghani, M., & Ngah, abdul hafaz. (2019). *Integration of unified theory of acceptance and use of technology in internet banking adoption setting: Evidence from Pakistan*.
- Reza, M. D. S. binti M., Tan, S., Chong, L., & Ong, H. (2024). Continuance usage intention of e-wallets : Insights from merchants. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100254. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2024.100254>
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations , by Everett Rogers (1995)*. 1995.
- Singh, N., Sinha, N., J, F., & Liebana-cabanilas. (2020). *Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence*. 191–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Soares, A., Lerigo-sampson, M., & Barker, J. (2024). *Recontextualising the Unified Theory of Acceptance and Use of Tech- nology (UTAUT) Framework to higher education online marking*. 21.
- Song, Y., Gui, L., Wang, H., & Yang, Y. (2023). *Determinants of Continuous Usage Intention in Community Group Buying Platform in China : Based on the Information System Success Model and the Expanded Technology Acceptance Model*.
- Sriniyati, & Khasanah, E. N. (2024). *Determinan Perilaku Penggunaan Dompot Digital Secara Berkelanjutan oleh Mahasiswa Akuntansi*. 4(4), 888–895. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1339>
- Sugiarto, M., & Imronudin. (2024). *Pengaruh Self Efficacy , Performance Expectancy , Effort Expectancy , Dan Social Influence Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet*. 13(September), 1918–1932. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V13i3.1242>
- Suhendry, W. (2021). *Minat penggunaan e-wallet dana di kota pontianak*. 7(Mei), 46–56.
- Thaker, H. M. T., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Hussain, H. I. (2022). *Cashless society, e-wallets and continuous adoption*. December 2020, 1–21.



<https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>

- Ubaidillah, M. Y., Pramana, E., & Chandra, H. (2023). *Continuance Intention pada Aplikasi Mobile Payment dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model*. 5(2), 149–161.
- Umam, M. K., & Puspawati, D. (2024). *Continuance Use Intention in the use of E-wallets by using the Expectation Confirmation Model through E-Satisfaction*. 5(5), 4815–4827.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *Quarterly*. 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Viswanath*. 36(1), 157–178.
- Winata, S., & Tjokrosaputro, M. (2022). *The Roles of Effort Expectancy , Attitude , and Service Quality in Mobile Payment Users Continuance Intention*. 216(Icebm 2021), 121–126.
- Zakariya, A., & Arifin, A. A. (2025). *The Application of Digital Payments (QRIS & E- Wallet) on the Efficiency of MSME Transactions*. 4(2), 1–19.
- Zhang, C., Li, Y., Wu, B., & Li, D. (2017). *How WeChat can retain users: Roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention*. 284–293. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.069>
- Zhao, L., & Lu, Y. (2012). *Enhancing perceived interactivity through network externalities: An empirical study on micro-blogging service satisfaction and continuance intention*. 825–835.