



## FAKTOR PENERIMAAN E-WALLET PADA GENERASI Z: *EXTENDED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*

<sup>1</sup>Nanda Agustina, <sup>2\*</sup>Azmi Fitriati, <sup>3</sup>Hadi Pramono, <sup>4</sup>Ira Hapsari

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

\*Correspondence e-mail address: [azmi.fitriati@gmail.com](mailto:azmi.fitriati@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

**Article History:**

Received: 2026-01-10

Revised: 2026-02-10

Accepted: 2026-03-01

**Kata Kunci:** E-wallet, Generasi\_Z,  
Niat\_Berkelanjutan

**Keywords:** E-wallet,  
Generation\_Z, Intention\_to  
\_Continue\_using

### ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan penggunaan E-Wallet di kalangan Generasi Z belum sepenuhnya diikuti oleh konsistensi penggunaan dalam jangka panjang, karena penggunaan masih cenderung dipengaruhi oleh promo dan insentif sesaat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara adopsi awal dan niat berkelanjutan penggunaan, sehingga penting untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan E-Wallet. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan penggunaan E-Wallet serta menguji peran kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 200 responden mahasiswa pengguna E-Wallet yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, dan reward berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-Wallet. Kemudahan penggunaan dan kenikmatan yang dirasakan berpengaruh tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan, sedangkan reward berpengaruh langsung tanpa dimediasi. Temuan ini menunjukkan bahwa niat berkelanjutan penggunaan E-Wallet pada Generasi Z lebih dipengaruhi oleh kemudahan, manfaat praktis, dan insentif instan.

### ABSTRACT

The rapid growth in the use of E-Wallets among Generation Z has not been fully accompanied by consistent long-term use, as usage still tends to be influenced by temporary promotions and incentives. This condition indicates a gap between initial adoption and the intention to continue using E-Wallets, making it important to examine the factors that influence the sustainability of E-Wallet usage. This study aims to analyze the factors that influence the intention to continue using E-Wallets and to examine the role of perceived usefulness as a mediating variable among Generation Z. This study uses a quantitative approach with a sample of 200 student respondents who are E-Wallet users, selected using convenience sampling. Data collection was conducted through questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with SmartPLS 3 software. The results showed that ease of use, perceived usefulness, and rewards had a positive effect on the intention to continue using E-Wallets. Ease of use and perceived enjoyment have an indirect effect through perceived usefulness, while rewards have a direct effect without mediation. These findings indicate that the intention to continue using E-Wallet among Generation Z is more influenced by ease of use, practical benefits, and instant incentives.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital ini mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan dimana semakin banyak individu yang beralih menggunakan sistem pembayaran non-tunai (Afandi dkk., 2021). Transaksi non-tunai mulai



diperkenalkan di Indonesia sejak awal tahun 2000-an, namun penerapannya secara luas baru benar-benar terasa satu hingga dua dekade setelahnya, terutama setelah dipercepat oleh pandemik COVID-19 (Eliza dkk., 2024). Salah satu bentuk layanan keuangan yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah *Financial Technology* (FinTech). Di antara berbagai jenis fintech, layanan keuangan yang paling umum digunakan saat ini, salah satunya berupa dompet digital atau *Electronic Wallet* (Anjani dkk., 2022).

E-wallet merupakan salah satu inovasi sistem pembayaran digital yang memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan (Jumawan dkk., 2024). Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran produk belanjaan, jasa transportasi, pembelian makanan dan minuman, serta transfer saldo antar pengguna secara fleksibel, kapan saja dan di mana saja, dengan memanfaatkan ponsel pintar dan mekanisme *top-up* saldo (Afista dkk., 2024). Selain itu, E-wallet memiliki keunggulan merekam atau mencatat riwayat transaksi, baik pemasukan maupun pengeluaran secara *real-time* (Taufik dkk., 2024). Pencatatan transaksi digital ini memungkinkan pengguna memantau arus kas (*cash flow*) secara lebih akurat, sehingga dapat membantu dalam mengelola keuangan pribadi dan merancang anggaran secara lebih terstruktur (Herwinda & Putuhena, 2025). Selain itu, sistem E-wallet juga membantu mengurangi risiko beredarnya uang palsu serta menghilangkan kekhawatiran terkait pengembalian uang, karena transaksi dilakukan secara digital dengan nominal yang sesuai kebutuhan (Arini dkk., 2024). Keunggulan dan efisiensi yang ditawarkan e-wallet tersebut tidak hanya mengubah pola transaksi masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan nilai penggunaan uang elektronik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Peningkatan Uang Elektronik**

Tahun	Uang Elektronik (Miliar Rp)	Perubahan (YoY)	Pertumbuhan (%)
2019	6,143	–	–
2020	7,893	+1,750	28,5%
2021	11,112	+3,219	40,8%
2022	10,606	-0,506	-4,6%
2023	12,389	+1,783	16,8%
2024	14,205	+1,816	14,7%

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, nilai uang elektronik meningkat dari Rp6,143 miliar pada tahun 2019 menjadi Rp14,205 miliar pada tahun 2024, atau mengalami kenaikan sekitar 131,2%. Perkembangan uang elektronik menunjukkan peningkatan yang signifikan secara keseluruhan, namun pertumbuhannya bersifat fluktuatif dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari penurunan nilai uang elektronik dari Rp11,112 miliar pada tahun 2021 menjadi Rp10,606 miliar pada tahun 2022, lalu kembali meningkat menjadi Rp12,389 miliar pada tahun 2023 dan Rp14,205 miliar pada tahun 2024. (Bank Indonesia, 2025).

Fenomena fluktuasi tersebut relevan dengan perilaku konsumsi Generasi Z yang cenderung dinamis, adaptif terhadap teknologi, serta sensitif terhadap insentif jangka pendek seperti promosi dan cashback. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai kebiasaan transaksi jangka panjang, melainkan masih dipengaruhi oleh faktor situasional (Taufik dkk., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan e-wallet tidak secara otomatis mencerminkan adanya niat berkelanjutan dari pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kenikmatan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, dan reward dalam membentuk niat berkelanjutan penggunaan e-wallet pada Generasi Z.



Kemudahan penggunaan atau *Perceived Ease of Use* (PEOU) merujuk pada persepsi pengguna mengenai sejauh mana suatu sistem atau teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang besar serta tanpa menghadapi kendala teknis. Kemudahan tersebut memiliki peran penting dalam membentuk niat berkelanjutan penggunaan E-wallet, karena pengguna yang merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem cenderung mempertahankan penggunaan teknologi tersebut dalam jangka Panjang (Wicaksana dkk., 2025). Kumar dkk. (2024), Laksmi dkk. (2021), Olivia & Marchyta (2022) menyatakan kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan E-wallet. Ketika pengguna merasa bahwa E-wallet mudah dioperasikan, mereka cenderung akan mempertahankan sebagai alat transaksi di masa mendatang. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Novira dkk. (2024), Tekaqneha & Rodhiah (2020), yang menunjukkan bahwa kemudahan pengguna tidak berpengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

Selain kemudahan penggunaan, kenikmatan yang dirasakan atau *Perceived Enjoyment* (PEJ) juga berperan penting dalam pengguna untuk terus menggunakan E-wallet. Kenikmatan yang dirasakan menimbulkan respon emosional yang dapat memperkuat niat seseorang untuk terus menggunakan E-wallet (Fitriati dkk., 2024). Selain itu, ketika seorang konsumen memiliki motivasi intrinsik, ia cenderung mengulangi perilaku yang sama untuk merasakan kembali kesenangan, kepuasan, serta pengalaman positif terkait kualitas pengelolaan keuangan yang telah dirasakan (Damanik dkk., 2022). Namun demikian, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi atau tidak konsisten. Damanik dkk. (2022) menemukan bahwa kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan E-wallet. Hal ini berbeda dengan temuan Kumar dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kenikmatan yang dirasakan tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan, tetapi hanya melalui peran mediasi dari kegunaan yang dirasakan.

Faktor lain yang turut mempengaruhi niat berkelanjutan adalah reward (RW). Reward dalam konteks pemasaran merujuk pada berbagai bentuk manfaat seperti diskon, cashback, poin reward, dan voucher. Sebagian besar penyedia E-wallet menawarkan bentuk imbalan semacam ini. Kumar dkk. (2024) menyatakan bahwa reward memiliki pengaruh terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan E-wallet. Serupa dengan penelitian J. Huang dkk. (2024) yang menyatakan bahwa imbalan finansial sebagai bentuk reward dan manifestasi motivasi ekstrinsik menunjukkan hubungan positif dengan niat pengguna untuk terus menggunakan E-wallet. Kedua temuan ini menegaskan bahwa insentif eksternal, baik secara umum maupun dalam bentuk finansial, dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan E-wallet. Temuan tersebut tidak sejalan dengan hasil Seridaran dkk. (2024) yang mengungkapkan bahwa reward tidak mempengaruhi niat berkelanjutan.

Kegunaan yang dirasakan atau *Perceived Usefulness* (PU) berperan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme pengaruh faktor-faktor lain terhadap niat tersebut. Dalam pengembangan model penelitian, kegunaan yang dirasakan diposisikan sebagai variabel penghubung karena adanya penambahan variabel eksternal yang bersumber dari *Motivational Model*. Variabel-variabel eksternal tersebut terlebih dahulu memengaruhi penilaian pengguna terhadap kegunaan e-wallet, yang selanjutnya membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Sesuai penjelasan *Technology Acceptance Model* (TAM) bahwa pengaruh variabel eksternal, seperti karakteristik sistem, proses pengembangan, dan pelatihan, terhadap niat penggunaan tidak terjadi secara langsung, melainkan dimediasi oleh kegunaan yang dirasakan (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000).

Faktor-faktor tersebut dengan kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi telah diteliti sebelumnya, namun masih menghasilkan temuan yang saling bertentangan, khususnya pada konteks pengguna umum di negara berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan



untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan yang dirasakan, dan reward terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet dengan kegunaan yang dirasakan yang dirasakan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) menurut Jogiyanto Hartono (2008) merupakan model yang menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja. TAM dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein & Ajzen (1975) serta *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1985), yang berfokus pada penjelasan niat dan perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi.

Dalam konteks akuntansi, TAM relevan digunakan untuk memahami perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem keuangan digital seperti E-wallet, yang berperan dalam mendukung efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan. TAM memiliki dua konstruk utama, yaitu kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa E-wallet mudah digunakan tanpa menimbulkan kesulitan dalam proses transaksi, sedangkan kegunaan yang dirasakan mencerminkan sejauh mana pengguna percaya bahwa E-wallet dapat membantu meningkatkan efektivitas dan kinerja dalam pengelolaan keuangan (Venkatesh & Davis, 2000).

### Motivational Model (MM)

*Motivational Model* (MM) menjelaskan bahwa perilaku penggunaan teknologi dipengaruhi oleh dorongan motivasional yang berasal dari motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Kenikmatan yang dirasakan didefinisikan sebagai manfaat intrinsik yang diperoleh melalui penggunaan teknologi, sebagaimana dirumuskan (Davis dkk., 1992) dalam *Motivational Model* yang memperluas TAM. Variabel ini mengukur sejauh mana aktivitas menggunakan sistem dirasakan menyenangkan dengan sendirinya, terlepas dari outcome kinerja.

Reward merupakan representasi motivasi ekstrinsik dari *Motivational Model* yang menggambarkan imbalan nyata atau benefit yang dirasakan pengguna. Berbeda dengan yang kenikmatan yang dirasakan yang bersifat hedonis, reward memiliki karakter utilitaris karena memberi keuntungan ekonomis atau outcome konkret. Dalam kerangka TAM yang diperluas, reward dapat meningkatkan *performance expectancy* serta *intention to use*.

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berkelanjutan Penggunaan E-wallet dengan Kegunaan yang dirasakan sebagai Variabel Mediasi

Kemudahan penggunaan adalah persepsi pengguna bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan dengan mudah dan cepat digunakan (Afista dkk., 2024). Kemudahan penggunaan juga dapat diartikan sebagai persepsi pengguna bahwa menggunakan teknologi tidak menimbulkan kesulitan berpikir serta tidak memerlukan banyak waktu dan tenaga dalam pengoperasiannya (Laksmi dkk., 2021). Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan merupakan salah satu konstruk utama yang memengaruhi penerimaan dan keberlanjutan penggunaan teknologi. Ketika suatu sistem layanan mudah digunakan, pengguna juga akan lebih terdorong untuk memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dan cenderung memiliki minat untuk terus menggunakannya (Sholihah dkk., 2023). Sejalan dengan temuan Laksmi dkk. (2021), Olivia & Marchyta (2022) yang mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-



wallet. Dalam TAM juga dijelaskan bahwa ketika suatu teknologi menawarkan kemudahan dalam penggunaannya, pengguna akan merasa manfaat atau kegunaan dari teknologi tersebut yang mendukung aktivitas sehari-harinya mereka (Taufik dkk., 2024). Sesuai dengan hasil temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan (Fitriati dkk., 2024; Novira dkk., 2024; Pambudi dkk., 2023).

Menurut Davis (1989) kegunaan yang dirasakan merupakan sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna dalam melakukan aktivitasnya. Sementara itu, Laksmi dkk (2021) menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan juga mencerminkan sejauh mana pengguna meyakini bahwa teknologi dapat diterapkan dalam kegiatan sehari-hari serta memberikan manfaat dalam mengelola E-wallet. Sebaliknya, apabila pengguna menilai bahwa memberikan manfaat, maka akan timbul keraguan untuk menggunakan E-wallet. Dalam TAM, kegunaan yang dirasakan merupakan konstruk utama yang menjelaskan terbentuknya niat penggunaan teknologi. Daragmeh dkk. (2021), Kumar dkk. (2024), Laksmi dkk. (2021) menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Lebih lanjut Kumar dkk. (2024) menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan tidak hanya berpengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet, tetapi juga menjadi variabel mediasi yang menghubungkan pengaruh tidak langsung dari kemudahan penggunaan terhadap niat berkelanjutan penggunaannya. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan hipotesis:

H1 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

H2 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

H3 : Kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

H4 : Kegunaan yang dirasakan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

### **Pengaruh Kenikmatan yang Dirasakan terhadap Niat Berkelanjutan Penggunaan E-wallet dengan Kegunaan yang Dirasakan sebagai Variabel Mediasi**

Kenikmatan yang dirasakan merupakan perasaan senang yang dialami pengguna ketika melakukan aktivitas transaksi atau menggunakan layanan tertentu (Tekaqnetha & Rodhiah, 2020). Kenikmatan yang dirasakan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan karena mampu meningkatkan keinginan pengguna untuk kembali menggunakan suatu teknologi (Nursjanti dkk., 2024). Dalam *Motivational Model*, kenikmatan yang dirasakan dikategorikan sebagai motivasi intrinsik, yaitu dorongan internal yang muncul dari kesenangan dan kepuasan yang diperoleh saat menggunakan teknologi, terlepas dari manfaat eksternal atau imbalan tertentu (Davis dkk., 1992; Venkatesh & Davis, 2000). Nursjanti dkk., (2024) menunjukkan bahwa kenikmatan yang dirasakan terhadap niat berkelanjutan lebih dominan pada teknologi digital yang berorientasi pada hiburan, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan hedonis dan kepuasan diri. Sejalan dengan temuan Damanik dkk. (2022), J. Huang dkk. (2024) yang menemukan pengaruh positif antara kenikmatan yang dirasakan dengan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

Pengalaman positif yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu teknologi juga dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap manfaat serta kegunaan teknologi yang diperoleh dari penggunaannya (Nursjanti dkk., 2024). Terbukti pada penelitian Fitriati dkk. (2024), J. Huang dkk. (2024), Kumar dkk. (2024) yang menyatakan kenikmatan yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan, di mana pengguna merasa bahwa layanan tersebut telah sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka dalam melakukan



aktifitas keuangan secara digital. Selain itu, Kumar dkk. (2024) menunjukkan bahwa kenikmatan yang dirasakan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet, tetapi juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan hipotesis:

H5 : Kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet

H6 : kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

H7 : Kegunaan yang dirasakan memediasi hubungan antara kenikmatan yang dirasakan dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

### **Pengaruh Reward terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan E-wallet dengan Kegunaan yang dirasakan sebagai Variabel Mediasi**

Reward merupakan bentuk penghargaan atau hadiah yang diberikan suatu teknologi digital kepada pelanggan setelah melakukan pembelian produk atau jasa pada layanan tersebut (Pramesti dkk., 2023). Reward mencakup insentif seperti cashback, voucher, dan poin loyalitas yang dapat meningkatkan motivasi konsumen (Aydin & Burnaz, 2016). Dalam *Motivational Model*, reward dikategorikan sebagai motivasi ekstrinsik, yaitu dorongan yang muncul karena adanya insentif atau imbalan tertentu yang mendorong individu untuk mencapai hasil yang diharapkan (Davis dkk., 1992). Program reward ini dibuat berdasarkan frekuensi atau jumlah pembelian pengguna agar tetap menggunakan E-wallet (Omar dkk., 2025). Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa reward memiliki pengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet (Damanik dkk., 2022). Hasil tersebut sejalan dengan temuan J. Huang dkk. (2024), Kumar dkk. (2024) bahwa semakin banyak reward yang diberikan, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan E-wallet.

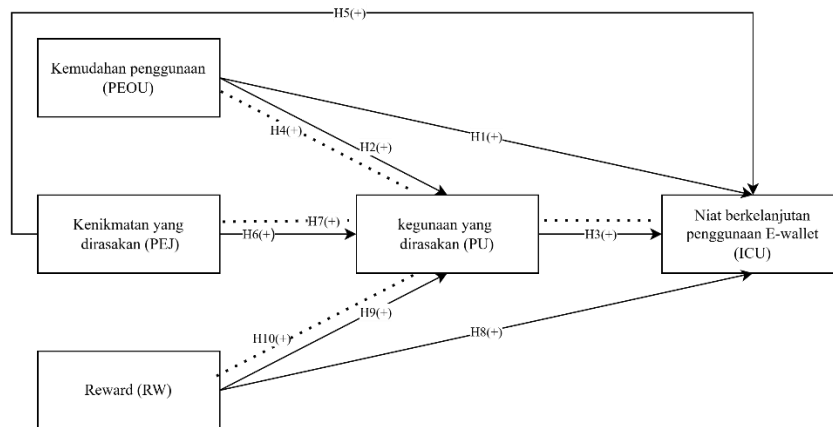
Dalam konteks penerimaan teknologi, reward tidak hanya berfungsi sebagai dorongan eksternal, tetapi juga mampu menumbuhkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan E-wallet memberikan manfaat nyata dan bernilai tambah dalam aktivitas transaksi (Aydin & Burnaz, 2016). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kumar dkk. (2024) yang menyatakan bahwa reward berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, di mana semakin tinggi reward yang diterima pengguna, maka semakin besar pula persepsi pengguna terhadap kegunaan yang dirasakan. Selain itu Kumar dkk. (2024) juga menunjukkan reward tidak hanya berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet, tetapi juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan:

H8 : Reward berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

H9 : Reward berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

H10 : Kegunaan yang dirasakan memediasi hubungan antara reward dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet.

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



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei berbasis pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui instrumen kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman, Universitas Islam Negeri Prof. Saifudin Zuhri, dan Universitas Telkom Purwokerto yang tergolong dari Generasi Z dengan rentang usia 17-28 tahun, serta merupakan pengguna E-wallet. Universitas-universitas tersebut dipilih karena merupakan perguruan tinggi dengan jumlah mahasiswa yang relatif besar di wilayah Purwokerto, sehingga memudahkan proses pengumpulan data serta sesuai dengan karakteristik penelitian terkait penggunaan e-wallet.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden untuk berpartisipasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan *10 times rule of thumb* yang dikemukakan oleh Hair dkk. (2011), yaitu jumlah sampel minimal sebesar 10 kali jumlah structural terbanyak dalam model penelitian, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 40 responden. Penelitian ini melibatkan 200 responden untuk memastikan ukuran sampel berada di atas batas minimum yang disarankan, sehingga meningkatkan stabilitas estimasi dan kekuatan analisis model. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form yang disebarluaskan melalui media sosial dan aplikasi pesan instan, seperti WhatsApp dan Instagram, selama periode juni hingga oktober. Penyebaran kuesioner dilakukan secara luas kepada individu yang memenuhi kriteria penelitian, dan proses pengumpulan data dihentikan setelah jumlah responden yang terkumpul memenuhi kebutuhan analisis model penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis komponen varian dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). SEM-PLS digunakan untuk menguji dan menjelaskan hubungan antar variabel laten, termasuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung. Pengujian ini mencakup analisis outer model dan inner model. Outer model akan dikatakan valid jika nilai setiap pengujian *validitas convergent* menggunakan *loading factor* ( $>0,70$ ) dan AVE ( $>0,50$ ), serta realibilitas dengan *composite reliability* ( $> 0,70$ ). Validitas diskriminan dengan Fornell-Larcker (akar AVE  $>$  korelasi antar konstruk) (Hair dkk., 2014). Pengujian inner model dianalisis menggunakan R-Square (0,75 kuat, 0,50 sedang, 0,25 lemah). Model fit untuk SRMR ( $< 0,08$ ). Uji hipotesis dilakukan dengan *bootstrapping*, yaitu hubungan antarvariabel dianggap signifikan jika t-statistik  $>1,96$  dan p-value ( $< 0,05$ ) (Hair dkk., 2014).



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden yaitu perempuan yang tergolong dari Generasi Z, dengan proporsi terbesar dari Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Sebagian responden telah menggunakan E-wallet selama lebih dari tiga tahun yang lalu dan memiliki frekuensi penggunaan yang tergolong sering, yaitu digunakan sekitar 3-6 kali dalam satu minggu. Selain itu, mayoritas responden memiliki tingkat pengeluaran bulanan berada pada kisaran Rp500 ribu hingga Rp1 juta. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden merupakan pengguna E-wallet yang relative aktif dalam melakukan transaksi non-tunai.

**Tabel 2. Karakteristik Demografi**

Profil		Frekuensi (n = 200)	Presentase
Jenis Kelamin	Laki – laki	46	23%
	Perempuan	154	77%
Universitas	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	84	42%
	Universitas Jendral Soedirman	70	35%
	UIN SAIZU Purwokerto	22	11%
	Universitas Teknologi Telkom Purwokerto	24	12%
Pertama kali menggunakan E-wallet	<1 bulan yang lalu	21	10,5%
	1-2 bulan yang lalu	36	18%
	2-3 tahun yang lalu	71	35,5%
	>3 tahun yang lalu	72	36%
Seberapa sering menggunakan E-wallet	Selalu ( $\pm$ 7 kali per minggu)	58	29%
	Sering (3-6 kali per minggu)	110	55%
	Kadang-kadang (1-2 kali per minggu)	30	15%
	Jarang sekali (< 1 kali per minggu)	2	1%
Rata-rata pengeluaran dalam sebulan (dalam Rupiah)?	< Rp 500 ribu	32	16%
	Rp 500 ribu – Rp 1 juta	94	47%
	Rp 1 juta – Rp 5 juta	68	34%
	> Rp 5 juta	6	3%

Sumber: Data Hasil Kuesioner, 2025

Statistik deskriptif pada variabel kemudahan penggunaan, kenikmatan yang dirasakan, reward, kegunaan yang dirasakan, dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Nilai Rata-Rata Variabel**

Variabel	Rata-rata
Kemudahan Penggunaan	4.373
Kenikmatan yang dirasakan	4.068
Reward	4.084
Kegunaan yang dirasakan	4.228
Niat berkelanjutan menggunakan E-wallet	4.307

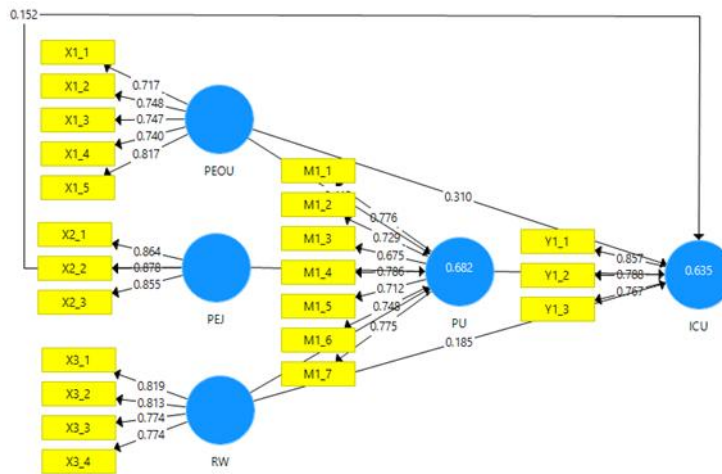
Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 2, nilai rata-rata yang didapatkan menunjukkan skor 4.068 hingga 4.373, termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna memiliki persepsi positif terhadap penggunaan E-wallet, baik dari aspek kemudahan, kenikmatan, reward, maupun kegunaan.

Pengujian outer model dilakukan dengan melihat loading faktor, AVE, *Composite Reliability* (CR). Loading faktor yang melebihi 0,70 menunjukkan indikator valid, AVE diatas 0,50 menandakan validitas konvergen yang baik, dan CR diatas 0,70 menunjukkan reliabilitas konstruk yang memadai. Hasil pengujian loading faktor tahap pertama disajikan pada Gambar



berikut ini.



**Gambar 2. Tahap pertama pengujian loading faktor**

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Hasil pengujian loading faktor tahap pertama menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki nilai faktor diatas 0,70, sehingga dapat dinyatakan valid. Nilai faktor yang tinggi mampu menunjukkan bahwa indikator mamiliki korelasi yang kuat dengan variabel laten yang diukur. Namun, indikator PU3 memiliki nilai loading faktor 0,675, sehingga tidak memenuhi kriteria validitas konvergen. Oleh karena itu, indikator tersebut dihapus agar tidak menurunkan kualitas pengukuran. Selanjutnya, hasil pengujian loading faktor tahap kedua disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Loading Faktor, AVE, CR**

Variabel	Indikator	Loading Faktor	AVE	Composite Reliability
<b>Kemudahan Kegunaan</b>	PEOU1	0.718	0,570	0,846
	PEOU2	0.748		
	PEOU3	0.746		
	PEOU4	0.740		
	PEOU5	0.817		
<b>Kenikmatan yang dirasakan</b>	PEJ1	0.865	0,750	0,900
	PEJ2	0.878		
	PEJ3	0.854		
<b>Reward</b>	RW1	0.818	0,633	0,873
	RW2	0.812		
	RW3	0.775		
	RW4	0.776		
<b>Kegunaan yang dirasakan</b>	PU1	0.786	0,583	0,894
	PU2	0.731		
	PU4	0.807		
	PU5	0.734		
	PU6	0.732		
<b>Niat berkelanjutan menggunakan E-wallet</b>	ICU1	0.858	0,648	0,846
	ICU2	0.788		
	ICU3	0.766		

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025



Setelah mengevaluasi terhadap model penelitian, seluruh indikator pada tahap kedua telah memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai faktor diatas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara signifikan mampu menjelaskan konstruk yang diukur, sehingga dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut. Selain itu, nilai AVE pada setiap variabel diatas 0,50 yang menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi validitas konvergen. Hasil uji CR juga menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki CR diatas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik.

Pengujian *Discriminant Validity* yaitu untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya, dengan cara melihat tingkat korelasi antar konstruk, serta kemampuan setiap indikator dalam menggambarkan konstruk yang diukurnya. Pada penelitian ini diukur menggunakan Fornell-Larcker dengan nilai akar AVE > korelasi antar konstruk. Hasil Fornell-Larcker disajikan dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Fornell-Larcker**

	ICU	PEJ	PEOU	PU	RW
ICU	0.805				
PEJ	0.667	0.866			
PEOU	0.686	0.580	0.755		
PU	0.719	0.720	0.708	0.764	
RW	0.623	0.701	0.478	0.631	0.795

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Berdasarkan pengujian fornell-larcker pada tabel 5, nilai kuadrat AVE pada setiap variabel tercatat lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan variabel lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain dan telah memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain dan telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

*Coefficient of determinant (R)* digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dari variabel dependen. Hasil pengujian ini disajikan dalam Tabel 6.

**Tabel 6. R-Square**

	R Square	R Square Adjusted
ICU	0.631	0.623
PU	0.664	0.659

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 6. Nilai R Square niat berkelanjutan (ICU) sebesar 0.631 dan kegunaan yang dirasakan (PU) sebesar 0,664 yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan masing-masing 63.1% dan 66,4% variasi konstruk. Mengacu pada kriteria Hair (2014), kedua nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang, sehingga variabel-variabel independen dalam penelitian ini memiliki daya menjelaskan yang cukup baik. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square ICU (0,623) dan PU (0,659) menunjukkan bahwa setelah penyesuaian model, kemampuan penjelasan tetap konsisten, sehingga model penelitian dinilai layak.

Pengujian model fit digunakan untuk menilai sejauh mana model penelitian sesuai dengan data yang dianalisis. Tujuan untuk memastikan bahwa struktur model layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil pengujian ini disajikan dalam Tabel 7.



**Tabel 7. Model Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.069	0.069
d ULS	1.110	1.110
d G	0.430	0.430
Chi-Square	494.565	494.565
NFI	0.783	0.783

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Hasil pengujian model fit pada tabel 7, menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0,069, yang berada dibawah batas 0,08, sehingga mengidentifikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Nilai d\_ ULS (1.110) dan d\_ G (0.430) juga menunjukkan discrepancy yang rendah sehingga model dinilai sesuai data. Meskipun nilai Chi-Square cukup besar, indikator ini tidak menjadi acuan utama dalam PLS-SEM. Nilai NFI sebesar 0.783 mengidentifikasikan tingkat kesesuaian model ini dinyatakan memiliki kelayakan yang baik untuk dilanjutkan analisis struktural.

Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 8, yaitu suatu variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai p-value < 0,05 atau nilai t-statistik > 1,96.

**Tabel 8. Original Sampel, T-Statistik, P-Value**

	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Keterangan
PEOU -> ICU	0.321	3.301	0.001	Diterima
PEOU -> PU	0.417	6.544	0.000	Diterima
PU -> ICU	0.250	2.437	0.015	Diterima
PEOU -> PU -> ICU	0.104	2.122	0.034	Diterima
PEJ -> ICU	0.161	1.923	0.055	Ditolak
PEJ -> PU	0.346	4.269	0.000	Diterima
PEJ -> PU -> ICU	0.086	2.171	0.030	Diterima
RW -> ICU	0.199	2.937	0.003	Diterima
RW -> PU	0.190	2.418	0.016	Diterima
RW -> PU -> ICU	0.047	1.604	0.109	Ditolak

Sumber: Pengolahan data menggunakan SEM-PLS, 2025

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis pada Tabel 8, diketahui bahwa dari sepuluh hipotesis yang diajukan. Sebanyak delapan hipotesis diterima, sedangkan dua hipotesis ditolak. Penolakan terhadap kedua hipotesis tersebut disebabkan oleh nilai p-value yang diperoleh berada diatas tingkat signifikan 0,05.

## Pembahasan

### Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet dengan kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi

Hasil analisis pada Tabel 8, menunjukkan hasil pengujian H1 dan H3 diterima. Kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan menjadi faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Generasi Z, khususnya mahasiswa, menilai kemudahan penggunaan dari seberapa fitur-fitur pada E-wallet dipelajari, digunakan, dan diakses dalam melakukan transaksi. Tampilan yang sederhana, navigasi yang tidak membengungkan, serta proses transaksi yang cepat turut mendorong meningkatnya niat



berkelanjutan responden dalam menggunakan E-wallet. Temuan tersebut sejalan dengan Ariningsih dkk. (2022) dimana kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Selain itu, temuan tersebut juga sejalan dengan Afista dkk. (2024), Anjani dkk. (2022), Febrianti & Herawati (2024), Fitriati dkk. (2024) mengenai pembayaran digital.

Kegunaan yang dirasakan diartikan sebagai sejauh mana pengguna merasa bahwa E-wallet memberikan manfaat dalam mendukung aktivitas mereka. Fitur-fitur seperti riwayat transaksi pemasukan dan pengeluaran, detail pembayaran, dan bukti transaksi digital membantu Generasi Z, khususnya mahasiswa, dalam memantau arus kas dan mengelola keuangan pribadi secara lebih terstruktur. Melalui fitur tersebut, pengguna dapat melihat pola pengeluaran dan mengontrol penggunaan dana dengan lebih mudah. Maka semakin besar manfaat yang dirasakan dari fitur-fitur tersebut, semakin tinggi mahasiswa untuk menggunakan E-wallet secara berkelanjutan. Hasil ini sejalan dengan Ariningsih dkk. (2022), Jayantari dkk. (2021), Nursjanti dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet pada Generasi Z. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan Tay dkk. (2022) yang menemukan adanya pengaruh tersebut pada generasi Y.

Hasil analisis pada Tabel 8, menunjukkan hasil pengujian H2 diterima, dimana kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan. Temuan ini sejalan dengan TAM, yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berperan dalam membentuk penilaian pengguna terhadap manfaat suatu teknologi. Ketika pengguna dapat mengakses fitur-fitur keuangan, seperti pengecekan saldo, riwayat transaksi, atau pengelolaan arus kas secara sederhana, mereka akan menilai bahwa E-wallet dapat membantu pengguna melakukan aktivitas keuangan sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ariel & Iriyanty (2023), Fitriati dkk. (2024), Humbani & Wiese (2019) yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Hasil analisis pada tabel 8, menunjukkan hasil pengujian H4 diterima, kegunaan yang dirasakan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Pada konteks Generasi Z, khususnya mahasiswa semakin mudah mereka mengoperasikan fitur E-wallet, seperti pembayaran instan, top up praktis, dan pencatatan otomatis, maka semakin besar pula manfaat yang mereka rasakan dalam mengelola keuangan pribadi yang pada akhirnya mendorong niat mereka untuk terus menggunakan E-wallet. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Kumar dkk. (2024), Rahmona dkk. (2025) yang menunjukkan peran mediasi kegunaan yang dirasakan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat berkelanjutan.

### **Pengaruh kenikmatan yang dirasakan terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet dengan kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi**

Tabel 8 menunjukkan hasil pengujian H5 ditolak. Kenikmatan yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Hasil ini mengidentifikasi bahwa faktor instrinsik seperti pengalaman yang menyenangkan, memuaskan, dan menarik bukan menjadi faktor yang mendorong niat mahasiswa untuk terus menggunakan E-wallet. Kondisi ini tidak sepenuhnya sejalan dengan *Motivational Model* (MM) yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik dapat mendorong niat penggunaan. Hal ini mungkin terjadi karena pengguna cenderung lebih memprioritaskan manfaat fungsional seperti kemudahan dan efisiensi dibandingkan aspek hedonis (Kumar dkk., 2024). Hasil ini sejalan dengan (Kumar dkk., 2024), namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damanik dkk. (2022), Fitriati dkk. (2024), Nursjanti dkk. (2024) yang menyatakan kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan penggunaan teknologi.

Tabel 8, menunjukkan hasil pengujian H6 diterima. Ketika pengguna menikmati fitur-



fitur E-wallet seperti transaksi yang cepat dan pengalaman pengguna yang menyenangkan maka dapat meningkatkan persepsi bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat dalam membantu aktivitas sehari-hari. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kenikmatan yang dirasakan, semakin besar pula persepsi pengguna bahwa E-wallet memberikan nilai tambah dan kegunaan dalam kehidupan mereka. Temuan ini menegaskan aspek hedonis dapat memperkuat kegunaan yang dirasakan dengan membuat proses penggunaan terasa lebih natural, nyaman, dan mendukung efektivitas aktivitas pengguna. Hasil ini sejalan dengan Fitriati dkk. (2024), J. Huang dkk. (2024), Kumar dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kenikmatan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Tabel 8, menunjukan hasil pengujian H7 diterima. Integrasi *Motivational Model* (MM), di mana motivasi intrinsik (kenikmatan) memengaruhi niat berkelanjutan penggunaan secara tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan, selain itu, temuan ini juga sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menempatkan kegunaan yang dirasakan sebagai konstruk kunci yang menjembatani pengaruh faktor psikologis terhadap niat penggunaan teknologi.

Dalam konteks pengguna Generasi Z, pengalaman yang menyenangkan saat mengakses E-wallet membuat mereka lebih mudah memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada, mulai dari pembayaran digital hingga pencatatan transaksi. Ketika pengalaman positif ini menghasilkan persepsi bahwa E-wallet berguna, misalnya membantu arus kas, mengelola keuangan pribadi, atau mempercepat transaksi maka barulah muncul niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan F. Huang & Liu (2024); Kumar dkk. (2024), Wang dkk. (2022) yang menyatakan adanya peran mediasi kegunaan yang dirasakan dalam hubungan antara kenikmatan yang dirasakan dan niat berkelanjutan.

### **Pengaruh reward terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet dengan kegunaan yang dirasakan sebagai variabel mediasi**

Hasil pengujian H8 pada Tabel 8 menunjukkan hipotesis tersebut diterima. Semakin tinggi reward yang diterima maka semakin tinggi niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z cenderung mempertimbangkan nilai finansial dalam setiap keputusan penggunaan layanan digital, sehingga ketika mereka merasakan adanya penghematan biaya melalui reward, mereka tergolong untuk terus menggunakan E-wallet. Temuan ini sejalan dengan *Motivational Model* (MM) yang menjelaskan bahwa motivasi ekstrinsik, seperti insentif dan penghargaan, mampu mendorong niat perilaku secara langsung. Sejalan dengan J. Huang dkk. (2024), Anjani dkk. (2022), Manurung dkk. (2022) yang menyatakan insentif finansial, promosi dan reward dapat meningkatkan niat perilaku penggunaan secara berkelanjutan.

Hasil pengujian H9 pada Tabel 8, menunjukkan hipotesis tersebut diterima. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi reward yang diberikan maka semakin tinggi juga kegunaan yang dirasakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa adanya imbalan seperti cashback, voucher, diskon, maupun poin loyalitas mampu meningkatkan persepsi pengguna bahwa E-wallet bermanfaat. Reward memberikan nilai tambah secara langsung karena dianggap menguntungkan dan relevan dengan kebutuhan pengguna, khususnya mahasiswa yang cenderung mempertimbangkan efisiensi biaya dalam melakukan transaksi. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Kumar dkk. (2024), Putri & Waskito (2025) yang menyatakan bahwa reward memiliki pengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Hasil pengujian H10 pada tabel 8, menunjukkan hipotesis ditolak, kegunaan yang dirasakan tidak memediasi hubungan antara reward dan niat berkelanjutan penggunaan E-wallet. Temuan ini menunjukkan reward berfungsi sebagai motivator ekstrinsik yang bersifat independen, yang secara langsung mendorong niat berkelanjutan penggunaan E-wallet tanpa



melalui pembentukan kegunaan yang dirasakan. Kondisi ini tidak sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menempatkan kegunaan yang dirasakan sebagai mediator utama dalam membentuk niat penggunaan. Pada konteks Generasi Z, insentif langsung seperti cashback dan diskon lebih dominan memengaruhi niat berkelanjutan dibandingkan evaluasi manfaat jangka panjang (Taufik dkk., 2024). Hasil ini tidak sejalan dengan Kumar dkk. (2024), Putri & Waskito (2025) yang menyatakan adanya peran mediasi kegunaan yang dirasakan dalam hubungan reward dan niat berkelanjutan.

## PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh langsung dan tidak langsung melalui kegunaan yang dirasakan terhadap niat berkelanjutan penggunaan E-wallet pada Generasi Z, khususnya dalam mendukung efisiensi pencatatan dan pengelolaan transaksi keuangan sehari-hari. Kenikmatan yang dirasakan tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan, namun berpengaruh melalui peningkatan kegunaan yang dirasakan E-wallet sebagai alat bantu pengelolaan keuangan. Sementara itu, reward seperti cashback dan poin berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan tanpa dimediasi oleh kegunaan yang dirasakan, hal ini menunjukkan insentif instan lebih mendorong perilaku penggunaan dibandingkan mempertimbangkan manfaat akuntansi jangka panjang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penggunaan pendekatan SEM-PLS dalam penelitian ini lebih berfokus pada analisis hubungan antarvariabel dan kemampuan prediktif model, sehingga belum mengakomodasi pengujian kesesuaian model secara menyeluruh sebagaimana pada SEM berbasis kovarian. Selain itu, penelitian ini hanya melibatkan Generasi Z sebagai responden, sehingga perspektif pelaku lain dalam ekosistem pembayaran digital belum terakomodasi. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan SEM berbasis kovarian, seperti AMOS atau LISREL, guna menguji kesesuaian model secara lebih komprehensif. Penelitian mendatang juga dapat memperluas subjek penelitian dengan melibatkan pedagang (merchant) atau kelompok pengguna lainnya agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan penggunaan e-wallet.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Halim, N. A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A. P., & Nawaser, K. (2022). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality and Quantity*, 56(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). *INNOVATIVE : Volume 1 Nomor 2 Tahun 2021 Research & Learning in Primary Education Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*. 1(2), 568–577.
- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3344–3350.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In J. Kuhl and J. Beckmann (Eds), *Action control: From cognition to behavior*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag.
- Alraimi, K. M., Zo, H., & Ciganek, A. P. (2015). Understanding the MOOCs continuance: The role of openness and reputation. *Computers and Education*, 80, 28–38. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.08.006>
- Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet*. 1,



124–134.

- Ariel, J., & Iriyanty, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan E-Wallet. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia* •, 46(2), 113–130.
- Arini, N., Anggun hilenri Lesstari, B., & Hanani, T. (2024). The determinants of Mobile E-Wallet Adoption Across Generation, A Lesson Learned Form Indonesia. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 5(1), 28–43.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Aydin, G., & Burnaz, S. (2016). Adoption of mobile payment systems: a study on mobile wallets. *Pressacademia*, 5(1), 73–73. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2016116555>
- Bank Indonesia. (2025). *UANG BEREDAR DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA (Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia Indonesian Economic and Financial Statistics Bank Indonesia)*.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- Eliza, R., Zulkifli, Z., Syafwandi, S., & Fitria, L. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Di Indonesia: Literature Review. *Innovative: Journal Of ...*, 4, 13147–13154. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12063%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/12063/8166>
- Febrianti, N., & Herawati, A. (2024). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ulang OVO Nabilah Febrianti, Sarwani, Andry Herawati SAB Vol. 2 No. 1 Tahun 2024*. 2(1), 57–78.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading.
- Fitriati, A., Tubastuvi, N., Mudjiyanti, R., & Wahyuni, S. (2024). Mobile banking acceptance model for Generation Z: The role of trust, self-efficacy, and enjoyment. *Journal of Accounting and Investment*, 25(3). <https://doi.org/10.18196/jai.v25i3.21639>



- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. 211–213.
- Hair, Ringle, J. F., & C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed a silver bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hartono, J. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*. 1(2).
- Herwinda, G. P., & Putuhena, H. (2025). *Dampak Financial Technology Pada Cash Flow Komunitas UMKM Kabupaten Sleman DIY*. 4(2), 4826–4830.
- Huang, F., & Liu, S. (2024). If I Enjoy, I Continue: The Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment in Continuance of Asynchronous Online English Learning. *Education Sciences*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/educsci14080880>
- Huang, J., Chen, J., & Liyun, Z. (2024). *Motivation crowding effects on the intention for continued use of gamified fitness apps : a mixed-methods approach*. January, 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1286463>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Jayantari, ida ayu agung upadianti, Wardana, M., Giantari, I. G. A. K., & Setiawan, P. Y. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention of Digital Wallet Service (e-wallet). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 56–61. <https://doi.org/10.9790/487X-2306015661>
- Jumawan, Susanto, E., Sefita, A., Maharani, P. A., Maharani, S., Febianti, V., Naufaly, M. syah, & Riyanto, R. (2024). Implementasi Pemanfaatan Digital Payment (E-Wallet) Pada Kalangan Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2932–2938.
- Kumar, A., Haldar, P., & Chaturvedi, S. (2024). Factors influencing intention to continue use of e-wallet: mediating role of perceived usefulness. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*. <https://doi.org/10.1108/xjm-12-2023-0243>
- Laksmi, P., Rahmayanti, D., Ngurah, I. G., Agung, J., & Kerti, N. N. (2021). Integration of technology acceptance model and theory of reasoned action in predicting e-wallet continuous usage intentions Integration of technology acceptance model and theory of reasoned action in predicting e-wallet continuous usage intentions. *International Journal of Data and Network Science*, October. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.002>
- Manurung, W. S. R., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2022). Pengaruh perilaku Konsumtif, Pemberian Reward, redibilitas Platform terhadap keputusan Penggunaan E-Wallet pada Transaksi E-Commerce Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(1), 964–984.
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2018). The moderating role of device type and age of users on the intention to use mobile shopping applications. *Technology in Society*, 53, 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.003>
- Novira, D., Utomo, H. S., & Mulyanto, I. H. (2024). Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness towards Continuance Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variable: a study of Startup Companies Using e-Wallet. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(02), 602–614. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.669>



- Nursjanti, F., Amaliawiati, L., & Nilasari, I. (2024). International Journal of Management and Economics Examining the Determinants of Gen Z ' s Continuance Intention towards. *International Journal of Management and Economics Invention*, 10(12), 3790–3800. <https://doi.org/10.47191/ijmei/v10i12.12>
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1), 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Omar, N. H. I., Zaman, M. D. K., & Fauzi, M. W. M. (2025). The Factors Influencing the Intention to Use E-Wallet Among Students. *Information Management and Business Review*, 17(2), 167–186.
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W., & Meiria, C. H. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi di Indonesia. *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 482–501. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.577>
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>
- Putri, A., & Waskito, J. (2025). *Perceived Usefulness As A Mediator : Examining Factors Influencing The Intention to Continue Using ShopeePay*. 1–9.
- Rahmona, F., Fadliyah, C., Nabillah, S., Haryati, R., & Evanita, S. (2025). Perceived Usefulness as a Mediator in Social Commercial Intention to Use: Perceived Usefulness sebagai Mediator dalam Niat Menggunakan Sosial Komersial. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 10–21070.
- Saprikis, V., Markos, A., Zarpou, T., & Vlachopoulou, M. (2018). Mobile shopping consumers' behavior: An exploratory study and review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(1), 71–90. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000100105>
- Seridaran, S., Sithamparam, A. G., Falahat, M., & Ekmekcioğlu, Ö. (2024). Determinants of continuance usage intentions: the mediating role of satisfaction and trust in branded mobile applications among Malaysians. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2402082>
- Sholihah, N. R., Suharso, P., & Zulianto, D. M. (2023). Pemakaian Nyata Digital Saving dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 2023.
- Taufik, A., Widianto, A., & Krisdiyawati. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Z Analysis of Factors That Influence Interest in Using E-Wallet. *Journal of Accounting Research*, 5321(02).
- Tay, L., Chan, K. H., Ng, T. H., & Cheah, Y. Y. (2022). *The Continuous Intention to Use E-wallet in the Post Covid-19 Era : The Perspective of Generation Y* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-080-0>
- Tekaqnetha, G., & Rodhiah, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 173. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7457>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal A Theoretical Extension of the Technology Acceptance



Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, February 2000.  
<https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Wang, T., Wang, W., Liang, J., Nuo, M., Wen, Q., Wei, W., Han, H., & Lei, J. (2022). Identifying major impact factors affecting the continuance intention of mHealth: a systematic review and multi-subgroup meta-analysis. *npj Digital Medicine*, 5(1).  
<https://doi.org/10.1038/s41746-022-00692-9>

Wicaksana, G., Haris, M. S., & Khudori, A. N. (2025). Analisis Penerimaan Byond By Bsi Menggunakan Technology Acceptance Model ( TAM ) ( Studi Kasus : Super Apps Byond By Bsi ) Wilayah Kota Malang Analysis of Byond by BSI Adoption Using the Technology Acceptance Model ( TAM ): A Case Study of the Byond Super. 5(2), 117–128.  
<https://doi.org/10.59395/nb3dtf03>