

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU
PENGUNAAN E-WALLET TERHADAP PERILAKU PENGGUNA DENGAN
MENGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF
TECHNOLOGY 3 (UTAUT 3) PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG**

Naomi Maharani, Wahyu Meiranto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing factors that influence the behavioral intentions of e-wallet users in Semarang City. This research uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 3 framework introduced by Farooq et al. (2017). There are 8 constructs that form the UTAUT 3 framework, namely performance expectations, effort expectations, social influence, facilitating conditions, habits, price values, hedonic motivation, and personal innovativeness, along with 2 other factors, namely behavioral intentions and technology usage behavior, in this case, e-wallet. This research population includes all active e-wallet users in Indonesia with a research sample of 302 people in Semarang City who are included in university students. Data collection was carried out through an online survey using social media. A total of 30 question items were analyzed using the PLS-SEM method with the help of SmartPLS 4 software. The research results show that five hypotheses in this study are accepted. Effort expectations, habit, price value and personal innovativeness have a significant positive effect on the behavioral intentions of e-wallet users and behavioral intention was found have a significant positive effect on the use behaviour of e-wallet users. However, performance expectations, social influence, facilitating condition., and hedonic motivation have no effect on e-wallet users behavioral intentions. Furthermore, it is known that habits, personal innovation, and behavioral intention are the most significant determinants among other factors, with a p-value of 0.000.

Keywords : UTAUT, UTAUT 2, UTAUT 3, *Behavioral Intention, Use Behaviour, e-wallet*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat ini berdampak positif bagi perekonomian Indonesia, yaitu terjadinya transformasi dalam sistem pembayaran. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, instrumen pembayaran menggeser peranan uang tunai (*cash based*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai (*non cash*) yang lebih efisien dan ekonomis untuk digunakan sebagai alat transaksi. Inovasi ini dikenal sebagai *electronic payment* dengan definisi pembayaran yang menggunakan bantuan teknologi atau secara elektronik (Suba'i & Irma Yunita, 2017).

Pertumbuhan pembayaran berbasis elektronik yang begitu cepat membuat Bank Indonesia yang berperan sebagai bank sentral negara mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran yang mencakup persyaratan, prinsip, dan tata cara pengelolaan uang elektronik. Peraturan ini bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat serta memastikan kelancaran dan keamanan sistem pembayaran elektronik. Hal ini tentu berkontribusi pada peningkatan penggunaan metode pembayaran non-tunai di Indonesia. Johan *et al.* (2022) mengungkapkan bahwa nilai transaksi elektronik di Indonesia meningkat sebesar 38,62%, dengan 68% penggunanya menggunakan layanan *e-wallet* setidaknya satu kali dalam seminggu. Suba'i dan Irma Yunita (2017) juga menyebutkan mengenai beberapa keunggulan dari pembayaran nontunai yakni faktor otentikasi dan respon yang cepat dalam sistem tersebut, memberikan kemudahan dan admin yang tergolong murah bahkan gratis biaya admin. Dikutip dari website Bank Indonesia, beberapa jenis *e-wallet* yang populer di kalangan masyarakat Indonesia yaitu: ShopeePay, OVO, GoPay, DANA.

¹ *Corresponding author*

Peristiwa meningkatnya transaksi menggunakan *e-wallet* menjadi dasar dilaksanakannya penelitian terkait *e-wallet* di Indonesia. Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna perlu dianalisis secara mendalam sehingga melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan sistem *e-wallet* yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Keberhasilan tersebut memegang peran yang sangat penting karena lingkup akuntansi tidak hanya melibatkan transaksi dan laporan keuangan, tetapi perilaku dan respons terhadap sistem informasi juga merupakan komponen penting dalam proses pengambilan keputusan (Hunton, 2002).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* yang dicetuskan oleh Farooq *et al.* (2017). Kerangka UTAUT 3 telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya diluar negeri, namun terdapat keragaman hasil penelitian dan masih terdapat ketidaksesuaian temuan penelitian yang serupa antara satu sama lain. Ini menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan. Alasan lain adalah bahwa penelitian di masa lampau banyak yang masih menggunakan kerangka UTAUT sebelumnya, yang belum dilakukan pengujian terhadap variabel inovasi personal dan masih sangat sedikit penelitian mengenai UTAUT 3 yang dilakukan di Indonesia.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

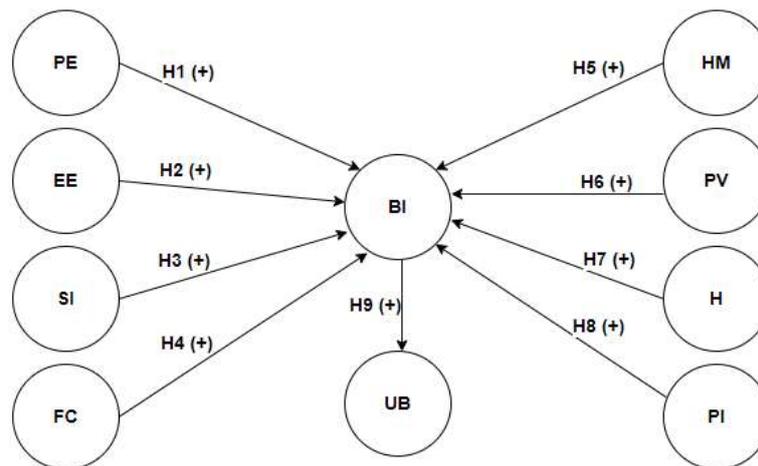
Theory of Planned Behaviour (TPB)

Ajzen (1991) mengemukakan *Theory of planned Behaviour* (TPB) sebagai teori yang berkelanjutan dari teori pendahulunya yakni *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dinilai memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku individu. Terdapat dua indikator yang berasal dari pengembangan *Theory of Reasoned Action* yakni sikap dan norma subjektif, sedangkan indikator lainnya yakni kontrol perilaku persepsian ditambahkan sebagai pengembangan terbaru. Hal ini didasari dengan alasan bahwa tidak semua perilaku individu dapat dikendalikan oleh dirinya sendiri, sehingga muncul teori berkelanjutan dari TRA yakni *Theory of Planned Behaviour (TPB)* yang mencakup 3 indikator didalamnya yakni norma subjektif, sikap terhadap perilaku dan control perilaku persepsian. Menurut Ajzen (2005), niat merupakan suatu keinginan yang timbul dalam diri seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, hal ini sesuai dengan kaidah yang terdapat dalam indikator-indikator TPB. Lebih lanjut, TPB juga terbukti menunjukkan tingkat akurasi yang tinggi dalam memprediksi niat perilaku tertentu dan dapat mengacu pada munculnya perilaku aktual (Beck & Ajzen, 1991).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2

Farooq *et al.* (2017) mengembangkan kerangka kerja UTAUT 2 menjadi UTAUT 3 dengan penambahan variabel inovasi personal. Hal ini dikarenakan tidak relevannya penggunaan variabel mediasi, sehingga variabel tersebut dihilangkan dan diganti oleh variabel Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*) sebagai pengembangan model pada UTAUT 3 dengan tujuan untuk menganalisis penerimaan teknologi yang didasarkan pada sudut pandang individu sebagai pengguna. UTAUT 3 dianggap sebagai kerangka yang tepat untuk menjelaskan perilaku penggunaan sistem informasi yang berbasis teknologi dan berguna bagi manajemen dalam menilai keberhasilan proses adopsi suatu teknologi, serta membantu para manajer memperoleh wawasan yang lebih terperinci terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi. Menurut model UTAUT 3 terdapat 8 konstruk yang menjadi faktor kunci dan berperan penting yang menjadi dasar sikap dalam menggunakan sistem informasi yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan yang terakhir adalah inovasi personal.

Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan *E-wallet*

Ekspektasi kinerja mencerminkan seberapa yakin individu bahwa penggunaan teknologi dapat mendukung mereka dalam meningkatkan kinerjanya. Keyakinan ini akan memengaruhi keinginan seseorang untuk mengadopsi teknologi tersebut. Sejalan dengan faktor dalam teori TPB yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) yang menyatakan bahwa niat individu dapat disebabkan oleh sikap percaya bahwa penggunaan sistem pembayaran elektronik dapat meningkatkan kinerja dalam kehidupan sehari-hari agar lebih efektif dan efisien dalam bertransaksi.

Gupta dan Arora (2020) menguatkan argumen dengan menyatakan bahwa penggunaan *m-payments* memberikan keuntungan dan mampu mendorong niat individu untuk terus menerus menggunakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Gupta dan Arora (2020); Jaradat dan Rababaa (2013). yang memperlihatkan bahwa niat yang dimiliki seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja pada penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna mengharapkan *e-wallet* akan membantu mereka mendapatkan kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran. Merujuk pada penjelasan di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H1: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *e-wallet*.

Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan *E-wallet*

Gupta dan Arora (2020) ekspektasi usaha memiliki implikasi yang relevan terhadap niat perilaku terkait penggunaan *m-payments*. Hal ini diekspresikan dengan sikap memilih teknologi yang sesuai dengan kebutuhannya dan nyaman digunakan. Mengacu pada hal tersebut, ditemukan keterkaitan antara faktor dalam teori TPB yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) yang menyatakan bahwa niat individu dapat disebabkan oleh sikap percaya bahwa penggunaan sistem yang sesuai dengan ekspektasi usahanya, maka sistem tersebut tidak memerlukan banyak usaha dalam mengoperasikannya sehingga menciptakan kenyamanan bagi pengguna.

Bhatnagr dan Rajesh (2023) juga menjelaskan bahwa niat perilaku dalam menggunakan *neobanking* (*digital banking*) menunjukkan bahwa *user acceptance* dan penggunaan *digital banking* dipengaruhi secara signifikan oleh ekspektasi usaha. Sejalan dengan Davis (1989) yang menyatakan bahwa niat individu untuk menerima sistem baru tidak hanya diprediksi oleh seberapa besar sistem tersebut dinilai positif tetapi juga oleh seberapa mudah penggunaan sistem ini dan memerlukan usaha yang minim. Kesimpulan ini didukung oleh Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Jaradat dan Rababaa (2013); (Meiranto *et al.*, 2024a). Merujuk pada penjelasan di atas, maka perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H2: Ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *E-wallet*.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan E-wallet

Pengaruh sosial dapat didefinisikan sebagai pengaruh lingkungan sosial sekitar yang membentuk niat pelanggan untuk mengadopsi pembayaran secara digital, misalnya, kelompok referensi, keluarga, pemimpin yang memiliki pendapat, teman, dan rekan-rekan (Zhou *et al.*, 2010). Hubungannya dengan teori TPB yang memberikan keyakinan bagi seseorang dalam berperilaku yang didasarkan pada norma sosial. Hubungannya dengan pengadopsian teknologi, individu yang mendapatkan pengaruh dari lingkungan sekitarnya akan memiliki ketakutan yang lebih kecil dalam proses adopsi penggunaan layanan sistem baru karena memiliki sebuah referensi sehingga akan muncul niat menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Jaradat dan Rababaa (2013) memperoleh hasil yang serupa yakni terbukti bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan suatu teknologi. Merujuk pada penjabaran di atas, maka perumusan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan E-wallet.

Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan E-wallet

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai suatu tingkatan keyakinan seseorang terkait dengan infrastruktur dan kemampuan teknis yang tersedia dalam rangka dukungan dalam penggunaan suatu sistem. (Venkatesh *et al.*, 2003). Hal ini sejalan dengan teori UTAUT yang menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi dapat memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi. Seseorang yang menerima sistem yang didasarkan pada norma sosial dan budaya yang berlaku di lingkungan sekitarnya akan merasa nyaman karena kondisi lingkungan yang memfasilitasinya. Apabila direpresentasikan dengan teori TPB yakni adalah norma subjektif, bahwa niat individu untuk menggunakan teknologi dapat muncul karena disebabkan adanya kondisi yang memfasilitasi,

Hasil penelitian Farah *et al.* (2018) juga menyatakan bahwa layanan pembayaran tidak dapat diadopsi jika tidak memiliki fasilitas tertentu yang membantu dalam pengoperasiannya. Penelitian ini senada dengan hasil penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Jaradat dan Rababaa (2013); (Meiranto *et al.*, 2024a) Merujuk pada rincian di atas, maka dirumuskan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H4: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan E-Wallet.

Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan E-wallet

Motivasi hedonis adalah tingkat kesenangan yang didapatkan dari penggunaan teknologi informasi dan terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Motivasi hedonis melibatkan kontrol perilaku persepsian pada teori TPB, hal ini diartikan sebagai persepsi kemudahan untuk menggunakan teknologi yang diimplementasikan dengan adanya layanan interaktif yang disediakan oleh sistem.

Lebih lanjut, pernyataan yang sejalan diungkapkan oleh Bhatnagar dan Ghose (2004) bahwa motivasi hedonis didasarkan pada kebutuhan emosional individu yang diperuntukan dalam kesenangan dan kenyamanan. Hipotesis ini didukung penelitian terdahulu yang menjelaskan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi hedonis terhadap niat perilaku dalam menggunakan *m-payments* (Alalwan *et al.*, 2017; Bhatnagr & Rajesh, 2023; Meiranto *et al.*, 2024a; Putra *et al.*, 2022). Merujuk pada uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H5: Motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan E-wallet.

Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan E-wallet

Venkatesh *et al.* (2012) mengungkapkan bahwa *price value* akan berpengaruh positif ketika manfaat penggunaan teknologi lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan dan berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Hal ini berkaitan dengan salah satu

bagian dari teori TPB yakni kontrol perilaku persepsian karena jika biaya yang dikeluarkan untuk suatu sistem terlalu tinggi, maka individu akan merasa bahwa mereka memiliki kendali yang rendah terhadap perilaku tersebut, sehingga niat untuk melakukan perilaku tersebut dapat menurun.

Hasil penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023) bahwa nilai harga digunakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam menerima atau menolak suatu teknologi. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Farooq *et al.* (2017); Meiranto *et al.* (2024a). Merujuk pada uraian di atas, maka perumusan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H6: Nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *E-wallet*.

Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan *E-wallet*

Cerminan perilaku yang ada pada masa lampau dapat mempengaruhi perilaku individu di masa depan. Kecenderungan di masa lalu ini dapat menjadi sumber informasi penting bagi individu untuk menumbuhkan niat dalam melakukan aktivitas tertentu. Dalam teori TPB, yakni kontrol perilaku persepsian dapat muncul karena adanya pengendalian perilaku individu sebagai hasil dari pengalaman masa lalu sehingga mampu membuat seorang individu berniat untuk melakukan aktivitas yang sama.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.* (2012) menyimpulkan bahwa kebiasaan pengguna dalam memanfaatkan teknologi dipengaruhi oleh lingkungan yang beragam dan terus berubah. Lebih lanjut, penelitian oleh Farah *et al.* (2018) turut menyatakan bahwa kebiasaan mempunyai suatu pengaruh yang positif terhadap pengadopsian *m-banking* di Pakistan. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Meiranto *et al.* (2024a); Putra *et al.* (2022). Merujuk pada uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H7: Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku Penggunaan *E-wallet*.

Pengaruh Inovasi Personal terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan *E-wallet*

Inovasi personal didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mencoba suatu sistem atau teknologi baru yang pada akhirnya akan memicu adanya pengembangan atau inovasi baru (Farooq *et al.*, 2017). Jika dihubungkan antara inovasi personal dengan norma subjektif dalam teori TPB, dapat dinyatakan bahwa perilaku individu juga dipengaruhi oleh persepsi tentang apa yang dianggap penting oleh orang lain.

Hasil penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017) mengungkapkan bahwa inovasi personal memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat perilaku terkait penggunaan *m-payments*. Merujuk pada uraian di atas, maka perumusan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H8: Inovasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku Penggunaan *E-wallet*.

Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan *E-wallet*

Perilaku pengguna sistem ini nantinya akan bergantung pada evaluasi penggunaan dari sistem tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003). Perilaku pengguna biasanya selalu dijadikan sebagai variabel dependen. Sehingga perilaku pengguna dapat dikatakan sebagai indikator dari kesuksesan dan penerimaan teknologi informasi tersebut. Jika dihubungkan dengan teori TPB, niat perilaku merupakan prediktor langsung dalam TPB yang dapat mempengaruhi keputusan seorang individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Hasil penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023); Çera *et al.* (2020); Farah *et al.* (2018); Tarhini *et al.* (2016) mengungkapkan bahwa niat perilaku memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku penggunaan *m-payments*. Merujuk pada uraian di atas, maka perumusan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H9: Niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-wallet*.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dua kategori variabel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen yang digunakan ialah niat perilaku pengguna *e-wallet* dan perilaku penggunaan *e-wallet* yang diukur dengan mengadopsi 3 pertanyaan dari Upadhyay *et al.* (2022) dengan jawaban responden yang ditentukan dalam Skala

Likert 1 – 5. Sedangkan beberapa variabel seperti variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal yang diturunkan dari UTAUT 3 digunakan sebagai variabel independen pada penelitian ini. Seluruh variabel independen dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Bhatnagr dan Rajesh (2023). Selanjutnya, responden akan menentukan jawaban sesuai pandangannya dengan poin dalam Skala Likert 1-5.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2017), populasi merujuk pada arti sekumpulan orang, peristiwa, atau apa pun yang dianggap menarik untuk diteliti. Pada penelitian ini, seluruh pengguna *e-wallet* di Indonesia termasuk dalam populasi penelitian. Pada penelitian ini, sampel akan diambil dengan menggunakan metode *non probability sampling*, dalam hal ini sampel dipilih atas dasar karakteristik tertentu dari populasi (Sugiyono, 2013). Kriteria ukuran yang digunakan sebagai panduan dalam pemilihan sampel tersebut, yaitu:

1. Mahasiswa yang berdomisili dan/atau bertempat tinggal di Kota Semarang;
2. Memiliki satu atau lebih akun *e-wallet*
3. Pernah menggunakannya selama 6 bulan terakhir.

Penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus yang diusulkan oleh Hair. Hair et al. (2022) menyatakan bahwa jumlah sampel yang representatif dapat ditemukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dikali 5–10. Pada penelitian ini akan digunakan 30 indikator. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jumlah minimum responden yakni sebesar 10×30 indikator = 300 responden. Sampel yang didapat dalam pada penelitian ini diharapkan dapat bersifat representatif untuk menjelaskan populasinya.

Model Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) untuk melakukan pengolahan data yang telah terkumpul dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Penggunaan PLS dalam analisis data memiliki beberapa kelebihan karena PLS dapat diterapkan untuk keseluruhan skala data. Ini karena PLS tidak memerlukan berbagai macam jenis asumsi dan tidak memerlukan kuantiti sampel yang besar sehingga dianggap sebagai metode analisis yang sangat kuat. (Setyorini & Meiranto, 2021).

Penggunaan PLS untuk mengukur penelitian terdiri dari tiga tahap, yakni analisis deskriptif, evaluasi *outer model*, dan evaluasi *inner model*. Tahapan ini kemudian digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang terdiri dari 30 pertanyaan yang mewakili 10 variabel penelitian. Kuesioner tersebut disebarikan secara *online* dengan bantuan media sosial. Terdapat 302 mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang yang memenuhi kriteria serta bersedia menjadi subjek penelitian. Data yang terkumpul dari responden melalui kuesioner kemudian diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan beberapa karakteristik, seperti jenis kelamin, usia, jenis *e-wallet* yang digunakan, dan jangka waktu penggunaan *e-wallet*. Berikut adalah tabel yang menjelaskan lebih rinci terkait beberapa karakteristik dari para responden:

Tabel 1
Demografi Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Rasio
Jenis Kelamin	Laki-laki	69	22,8%
	Perempuan	233	77,2%
Usia	17 - 19 tahun	47	15,6%
	20 – 22 tahun	214	70,9%
	22 - 25 tahun	37	12,3%
	>25 tahun	4	1,3%
Jenis <i>E-wallet</i> yang digunakan	ShopeePay	165	54,6%

	Gopay	83	27,5%
	OVO	17	5,6%
	DANA	37	12,3%
Jangka Waktu Pengguna	< 1 tahun	15	5%
	1-3 tahun	111	36,8%
	3-5 tahun	135	44,7%
	>5 tahun	41	13,6%

Sumber: data primer diolah, 2024

Analisis Statistik Deskriptif

Angka-angka yang terdapat pada tabel 3 dibawah merupakan gambaran sebaran data yang dihasilkan dari pengisian kuesioner oleh 302 responden mahasiswa di Kota Semarang. Tabel tersebut memberikan beberapa informasi terkait statistik penelitian, antara lain, nilai minimum, maksimum, rata-rata dan deviasi standar. Dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibanding dengan nilai rata-ratanya. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel memiliki penyimpangan data yang rendah dan dinilai mampu mewakili keseluruhan data.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Deviasi Standar
PE	302	9	15	13,76	1,397
EE	302	7	15	13,93	1,341
SI	302	6	15	12,41	2,212
FC	302	6	15	12,96	1,764
HM	302	6	15	13,17	1,780
PV	302	7	15	12,78	1,855
H	302	5	15	13,26	1,992
PI	302	3	15	10,86	2,732
BI	302	4	15	11,84	2,336
UB	302	8	15	13,04	1,683

Sumber: Data primer diolah, 2024

Uji Model Pengukuran

Langkah pertama yang harus untuk dilakukan untuk melakukan pengujian pada model penelitian adalah dengan meninjau nilai *outer loadings* untuk mengetahui hubungan yang terbentuk di antara variabel laten dengan indikator yang mewakilinya. Secara umum nilai *outer loadings* harus melebihi 0,7 untuk dianggap sesuai dan membuktikan bahwa indikator ini dapat digunakan untuk mengevaluasi konstruk. Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa 30 indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat nilai *outer loadings* yang baik sehingga tidak diperlukan eliminasi.

Selain menganalisis nilai *outer loadings*, Pengujian keandalan internal perlu dilakukan. Nilai keandalan internal dapat dilihat dari nilai *composite reability (CR)* atau nilai *cronbach's alpha* pada model dan didasarkan pada *rule of thumb* yang mengharuskan nilai berada pada atas 0,7. Mengacu pada tabel 3 dibawah, secara keseluruhan variabel penelitian bernilai > 0,70 yang dapat diartikan telah memenuhi uji keandalan internal. Perlu dilakukan pula analisis validitas konvergen melalui nilai AVE dengan nilai yang memenuhi syarat sebesar > 0,5 Hair et al. (2022). Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa model penelitian telah lolos uji validitas konvergen karena keseluruhan variabel memiliki nilai AVE yang lebih besar dari 0,5.

Tabel 3
Hasil Uji Keandalan Internal dan Uji Validitas Konvergen

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>
BI	0,752	0,859	0,670
EE	0,732	0,845	0,646
FC	0,719	0,842	0,642
H	0,849	0,908	0,768
HM	0,792	0,878	0,706
PE	0,723	0,844	0,644
PI	0,784	0,876	0,702
PV	0,809	0,887	0,724
SI	0,742	0,853	0,659
UB	0,717	0,841	0,639

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian selanjutnya dalam uji model pengukuran adalah pengujian validitas diskriminan dengan metode *Fornell-Larcker Criterion* yang menghitung akar nilai rata-rata varians (AVE) dari tiap-tiap variabel dalam model. Apabila nilai akar AVE dari setiap struktur lebih besar dibanding nilai korelasi antar struktur, maka validitas diskriminan dianggap baik. Berdasarkan tabel di bawah ini diketahui bahwa uji validitas diskriminan dengan metode *Fornell-Larcker Criterion* dapat diterima karena setiap akar AVE suatu variabel lebih besar dibandingkan korelasi antar variabelnya.

Tabel 4
Fornell-Larcker Criterion

	<i>BI</i>	<i>EE</i>	<i>FC</i>	<i>H</i>	<i>HM</i>	<i>PE</i>	<i>PI</i>	<i>PV</i>	<i>SI</i>	<i>UB</i>
BI	0,818									
EE	0,222	0,804								
FC	0,262	0,316	0,801							
H	0,587	0,311	0,173	0,876						
HM	0,525	0,418	0,416	0,595	0,840					
PE	0,453	0,420	0,294	0,564	0,645	0,802				
PI	0,527	0,320	0,227	0,444	0,485	0,357	0,838			
PV	0,490	0,322	0,386	0,444	0,594	0,476	0,480	0,851		
SI	0,423	0,368	0,300	0,415	0,464	0,452	0,433	0,434	0,812	
UB	0,638	0,323	0,257	0,642	0,559	0,505	0,410	0,435	0,470	0,799

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan metode HTMT. Rasio HTMT yang diterima adalah nilai yang lebih kecil dari pada 0,90, dengan demikian dapat dikatakan telah memenuhi penilaian validitas diskriminan. Hasil pengujian di bawah ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi sehingga setiap variabel dalam model secara keseluruhan telah menunjukkan keberagaman.

Tabel 5
Heteroit-Monotrait Ratio

	<i>BI</i>	<i>EE</i>	<i>FC</i>	<i>H</i>	<i>HM</i>	<i>PE</i>	<i>PI</i>	<i>PV</i>	<i>SI</i>	<i>UB</i>
BI										
EE	0,295									
FC	0,358	0,445								
H	0,730	0,387	0,223							
HM	0,685	0,542	0,551	0,730						
PE	0,617	0,562	0,408	0,722	0,852					
PI	0,686	0,424	0,301	0,542	0,613	0,476				

PV	0,626	0,416	0,508	0,535	0,737	0,614	0,599
SI	0,564	0,476	0,413	0,523	0,600	0,609	0,560 0,560
UB	0,864	0,439	0,365	0,818	0,747	0,704	0,543 0,569 0,633

Sumber: data primer diolah, 2024

Uji Model Struktural

Uji model struktural adalah pengujian yang menampilkan informasi mengenai koneksi yang terbentuk antara variabel independen dengan variabel dependen pada suatu penelitian. Pengujian ini terdiri dari tiga tahap pengujian, yaitu uji kolinearitas, uji nilai kekuatan penjelas (R^2), dan uji nilai kekuatan prediktif (Q^2). Pada penelitian ini, hasil uji kolinearitas memperlihatkan bahwa seluruh nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 5. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah kolinearitas antar variabel sehingga pengujian model struktural berikutnya dapat dilakukan.

Tabel 6
Uji Nilai R^2

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
BI	0,480	0,466
UB	0,406	0,404

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan table 6 diatas, variabel independen penelitian dapat memberikan pengaruh secara simultan terhadap niat perilaku penggunaan (BI) dalam kategori moderat dengan persentase 46,6%, sementara 53,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor -faktor yang berada diluar model penelitian. Sedangkan variabel niat perilaku penggunaan (BI) memberikan pengaruh secara simultan terhadap perilaku penggunaan (UB) dalam kategori yang moderat dengan besaran persentase 40,4% dan 59,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor -faktor yang berada diluar model penelitian.

Selanjutnya, nilai *Q-square* perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa baik nilai yang dihasilkan model. Model telah mempunyai *predictive relevance* yang baik pada saat Q^2 memperlihatkan nilai yang lebih dari 0. Pada penelitian ini, nilai Q^2 didapati berada di angka 44,2% untuk variabel niat berperilaku dan angka tersebut merepresentasikan yakni model penelitian yang digunakan mempunyai tingkat *predictive relevance* yang baik. Sementara itu, variabel perilaku penggunaan juga berada pada tingkat *predictive relevance* yang baik dengan besaran angka 38%.

Tabel 7
Uji Nilai Q^2

	Q^2
BI	0,442
UB	0,380

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian Hipotesis

Tabel 8
Uji Hipotesis (T-Statistik)

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Ket.
BI -> UB	0.638	0.640	0.035	18.091	0.000	Diterima
EE -> BI	-0.106	-0.103	0.047	2.268	0.012	Diterima
FC -> BI	0.060	0.062	0.048	1.252	0.105	Ditolak
H -> BI	0.331	0.329	0.059	5.591	0.000	Diterima

HM -> BI	0.078	0.078	0.069	1.144	0.126	Ditolak
PE -> BI	0.058	0.054	0.059	0.982	0.163	Ditolak
PI -> BI	0.246	0.250	0.054	4.572	0.000	Diterima
PV -> BI	0.126	0.126	0.070	1.799	0.036	Diterima
SI -> BI	0.083	0.086	0.060	1.379	0.084	Ditolak

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis penelitian yang membuktikan bahwa terdapat lima variabel yaitu ekspektasi usaha, kebiasaan, inovasi personal, dan nilai harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet* dan niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan karena menunjukkan nilai t-statistik yang memiliki nilai lebih dari 1,64 dan nilai *p-value* yang kurang dari 0,05. Sedangkan empat variabel lainnya terbukti tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Semarang.

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis, ditemukan kesimpulan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ditolak yaitu variabel ekspektasi kinerja berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan data nilai t-statistik < 1,64 yaitu sebesar 0,982 dengan nilai *p-value* hipotesis sebesar 0,163 (> 0,05).

Temuan ini senada dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Alalwan *et al.* (2017); Fatahudin (2020); Meiranto *et al.* (2024a); Putra *et al.* (2022); Wang *et al.* (2017) yang mengungkapkan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh yang terjadi di antara ekspektasi kinerja dengan niat perilaku pengguna suatu teknologi. Diketahui pula bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini pada kenyataannya merasa bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari tidak memengaruhi produktivitas yang signifikan bagi mereka.

Berdasarkan data penelitian, mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* di Kota Semarang merasa bahwa ekeftivitas dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan *e-wallet* adalah sebanding atau bahkan lebih rendah daripada menggunakan uang tunai. Di sisi lain, masyarakat akan berniat untuk menggunakan teknologi yang dianggap bermanfaat dan dapat membantu mereka meningkatkan produktivitasnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa di Kota Semarang tidak menempatkan efisiensi transaksi dengan *e-wallet* sebagai prioritas untuk meningkatkan produktivitas mereka.

Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Pengujian yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima, yang berarti ekspektasi usaha memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *e-wallet*. Hal ini didukung dengan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas 1,64 yaitu sebesar 2,268 dan diikuti dengan nilai *p-value* yang berada di angka 0,012 (<0,05). Namun, pada uji hipotesis kedua ini ditemukan juga bahwa ekspektasi usaha memberikan pengaruh negatif terhadap niat perilaku dengan nilai *path coefficient* yang kurang dari 0 (-0,106). Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan, seperti penelitian Alalwan *et al.* (2017); Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Jaradat dan Rababaa (2013); Meiranto *et al.* (2024a).

Berdasarkan data penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini merasa bahwa penggunaan *e-wallet* cukup mudah untuk diadopsi dalam kegiatan sehari-hari seperti bertransaksi, yakni menggunakan dan mengeksplorasi seluruh layanan ataupun fitur-fitur *e-wallet*, seperti cara menggunakan koin yang didapatkan dari *cashback* transaksi sebelumnya, melakukan *top-up*, menggunakan pin, mentransfer dana ataupun memasang *voucher* pada aplikasi *e-wallet* untuk mendapatkan promo. Hal ini menunjukkan sudah terpenuhinya unsur *easy of use*.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak, artinya pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Hal ini terbukti dengan nilai t-statistik yang lebih 1,64 yaitu sebesar 1,936. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik yang berada di bawah ambang batas syarat 1,64 yaitu sebesar 1,379 diikuti dengan nilai *p-value* yang berada di angka 0,084 ($>0,05$). Ditemukan juga bahwa pengaruh sosial memberikan pengaruh yang positif terhadap niat perilaku dengan nilai *path coefficient* 0,083. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti di masa lalu, seperti Fatahudin (2020); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Jaradat dan Rababaa (2013); Putra *et al.* (2022).

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *e-wallet* bukan karena tren di lingkungan sosialnya. Meskipun responden mengetahui bahwa teman atau keluarga mereka menggunakan *e-wallet*, jika pengaruh sosial tersebut tidak cukup kuat, maka individu tidak merasa terdorong untuk mengikuti jejak mereka. Hal ini sekaligus menjelaskan bahwa responden lebih terdorong menggunakan *e-wallet* bukan karena dipengaruhi oleh lingkungannya akan tetapi karena manfaat dan keuntungan yang diberikan sehari-hari.

Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi tidak mempunyai dampak terhadap niat perilaku mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* di Kota Semarang. Hasil ini dibuktikan dari pengujian t-statistik yang menunjukkan nilai sebesar 1,252 yang berarti berada di bawah nilai 1,64 dan didapatkan nilai *p-value* sebesar 0,105 yang menunjukkan nilai di atas 0,05. Temuan ini senada dengan penelitian Auliya dan Arransyah (2023); Farah *et al.* (2018); Putra *et al.* (2022).

Fasilitas fisik berupa QRIS yang dapat *discan* oleh pengguna *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran sudah banyak tersebar dan tersedia di berbagai *merchant* di Kota Semarang. Namun, data yang terkumpul dari responden mengatakan bahwa sistem teknologi yang dikeluarkan *e-wallet* belum sepenuhnya mendukung untuk melakukan transaksi secara penuh. Salah satu penyebabnya adalah layanan *e-wallet* yang tidak tersedia setiap waktu karena adanya pembatasan waktu operasional di malam hari yang sering kali terjadi dan menyulitkan pengguna yang ingin melakukan transaksi.

Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Berdasarkan pada uji hipotesis yang telah dilakukan menjelaskan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* di kalangan mahasiswa di Kota Semarang. Hal ini diperjelas dari hasil perhitungan t-statistik senilai 1,144 dan tidak memenuhi syarat ambang batas $>1,64$. Lebih lanjut lagi, hubungan positif antara variabel motivasi hedonis dengan variabel niat perilaku dibuktikan dengan nilai *path coefficient* yang menunjukkan angka positif senilai 0,078. Sementara itu, tidak signifikannya hubungan antar kedua variabel dijelaskan dengan menggunakan nilai *p-value* sebesar 0,126 (tidak memenuhi syarat $<0,05$). Hasil ini senada dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, seperti Fatahudin (2020); Gupta dan Arora (2020); Wang *et al.* (2017).

Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari responden, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini merasa tidak mendapatkan motivasi hedonis dalam pengadopsian *e-wallet* berupa *user interface* yang kurang diminati sehingga terkesan membosankan dalam melakukan transaksi. Karena dalam hal ini responden lebih mengutamakan unsur fungsional dan manfaat alih-alih tampilan *interface* sistem *e-wallet* yang digunakan. Dengan berlandaskan alasan tersebut, banyak pengguna terutama mahasiswa di Kota Semarang yang bersedia menerima keberadaan *e-wallet* namun motivasi hedonis bukanlah faktor yang mempengaruhi niat perilaku mereka dalam menggunakan *e-wallet*.

Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Berdasarkan pada nilai hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan, ditemukan kesimpulan bahwa hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima, yang berarti nilai harga memiliki pengaruh

secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet*. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan t-statistik yaitu sebesar 1,799 ($> 1,64$). Selanjutnya, hubungan antara kedua variabel diperjelas dengan nilai *path coefficient* yang menunjukkan angka positif yaitu sebesar 0,126 dimana terdapat signifikansi hubungan yang didasarkan pada nilai *p-value* yaitu sebesar 0,036 ($< 0,05$). Temuan ini senada dengan hasil penelitian Alalwan *et al.* (2017); Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017); Meiranto *et al.* (2024a); Oliveira *et al.* (2016).

Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat memerhatikan biaya yang terkait dalam penggunaan *e-wallet*. Dalam hal ini mahasiswa di Kota Semarang lebih memilih menggunakan *e-wallet* karena mereka merasa bahwa biaya transaksi yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* seperti diskon untuk pembelian tertentu ataupun transfer gratis ke sesama pengguna *e-wallet* tertentu. Pengaruh nilai harga juga menunjukkan bahwa individu suka membandingkan biaya *e-wallet* dengan metode pembayaran alternatif lainnya. Apabila biaya transaksi *e-wallet* lebih rendah atau jika *e-wallet* menawarkan keuntungan finansial seperti *cashback* ataupun *reward* poin, maka individu merasa lebih termotivasi dalam menggunakan *e-wallet* sehingga akan mempengaruhi niat perilaku mereka juga.

Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet* sehingga hipotesis ketujuh ini dinyatakan diterima. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan uji t-statistik yang menampilkan nilai sebesar 5,591 yang berarti berada diatas syarat $> 1,64$. Lebih lanjut lagi, hubungan positif antara kedua variabel dapat dilihat dari perolehan nilai *path coefficient* yang positif yaitu sebesar 0,331 dan signifikansi hubungan yang diperjelas dengan nilai *p-value* yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya Bhatnagr dan Rajesh (2023); Gunasinghe *et al.* (2020); Gupta dan Arora (2020); Megadewardanu *et al.* (2016); Meiranto *et al.* (2024a); Putra *et al.* (2022).

Secara umum, mahasiswa di Kota Semarang telah lazim dan terbiasa dengan penggunaan teknologi pada *smartphone* mereka, hal ini mendorong mereka untuk semakin mahir dalam penggunaan berbagai teknologi dan aplikasi, seperti penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kebiasaan bertransaksi menggunakan *e-wallet* secara berulang pada akhirnya turut andil dalam mempengaruhi peningkatan niat perilaku menggunakan *e-wallet* bagi mahasiswa di Kota Semarang.

Pengaruh Inovasi Personal terhadap Niat Perilaku Menggunakan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Berdasarkan pada nilai hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa inovasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet*. Pernyataan ini didukung dengan nilai t-statistik dan p-value hipotesis yang masih berada di batas aman syarat hasil penelitian. Nilai t-statistik dalam hipotesis ini ditemukan hasil sebesar 4,572 dan masih berada dibatas aman kriteria hipotesis untuk diterima yakni $> 1,64$. Selanjutnya, nilai *p-value* sebesar 0,000 juga mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan dan adanya hubungan yang positif sebesar 0,246 antara kedua variabel. Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya Bhatnagr dan Rajesh (2023); Farooq *et al.* (2017).

Dalam penelitian ini, ditemukan juga bahwa mahasiswa di Kota Semarang merasa inovasi personal mempengaruhi mereka dalam meningkatkan pengalaman penggunaannya. Dengan berbagai tawaran kemudahan, kecepatan dan juga fitur-fitur tambahan yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka, tentu ini adalah hal cukup mendorong mahasiswa di Kota Semarang untuk menggunakan *e-wallet*. Hal ini terbukti dengan banyaknya mahasiswa yang lebih peduli dengan program ataupun fitur baru pada aplikasi *e-wallet* dan perkembangannya.

Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Semarang

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan *e-wallet*. Pernyataan ini diperjelas dengan nilai *path coefficient* yang memberikan angka positif sebesar 0,638. Hubungan antar variabel dari niat perilaku terhadap perilaku penggunaan dapat dilihat dari nilai t-statistik yang berada di angka 18,091

dan signifikansi hubungan yang dijelaskan dengan nilai p-value sebesar 0,000. Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya Bhatnagr dan Rajesh (2023); Çera *et al.* (2020); Farah *et al.* (2018); Fatahudin (2020); Jaradat dan Rababaa (2013); Putra *et al.* (2022); Tarhini *et al.* (2016).

Dalam hal ini, mahasiswa di Kota Semarang yang digunakan sebagai responden membuktikan bahwa mereka berniat menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran karena mereka percaya bahwa *e-wallet* akan mempermudah mereka untuk melakukan transaksi dan memberikan banyak manfaat tambahan seperti *cashback*, diskon ataupun efisiensi waktu. Lebih lanjut, niat yang kuat untuk menggunakan *e-wallet* tentu akan berdampak pada penggunaan yang aktif dan berkelanjutan. Seorang individu yang berniat menggunakan *e-wallet* cenderung akan menjadi lebih proaktif dalam mengunduh aplikasi *e-wallet*, mendaftarkan akun dan melakukan transaksi. Niat berperilaku yang signifikan terhadap perilaku menggunakan *e-wallet* menunjukkan bahwa ada konsistensi antara apa yang seseorang niatkan untuk dilakukan dan apa yang mereka lakukan. Sehingga dapat disimpulkan jika seseorang berniat untuk mengadopsi *e-wallet* sebagai metode pembayaran dan niat ini dinilai kuat, maka mereka akan terdorong dan lebih konsisten dalam menggunakannya daripada hanya berniat tanpa adanya tindakan nyata.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti nilai harga, kebiasaan, dan inovasi personal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *e-wallet*. Sementara lain, variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis terkonfirmasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *e-wallet*. Hal ini mencerminkan bahwa pengguna *e-wallet* dalam penelitian ini sebagian besar lebih berfokus menggunakan *e-wallet* karena unsur *value of money* dari biaya transaksi yang dikeluarkan, rasa kenyamanan dan terbiasa menggunakan *e-wallet*, dan ide-ide serta inovasi terbaru dari *e-wallet* jika dibandingkan dengan unsur peningkatan kinerja dalam transaksi keuangan, pengaruh lingkungan, unsur fasilitas yang memadai dan rasa euphoria dari *e-wallet* itu sendiri. Ditemukan juga bahwa kebiasaan, inovasi personal dan niat perilaku terbukti menjadi penentu paling signifikan diantara faktor-faktor lainnya dengan nilai p-value 0,000.

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan, seperti adanya Ada beberapa variabel independen lain yang dapat secara simultan mempengaruhi niat perilaku dan juga perilaku penggunaan *e-wallet* tetapi belum digunakan dalam model penelitian ini. Hal ini sesuai dengan hasil *adjusted R*² = 46,6% dimana masih terdapat 53,4% variabel lain yang dapat mempengaruhi niat penggunaan *e-wallet* di Kota Semarang akan tetapi tidak termasuk dalam model penelitian kali ini. Hal yang sama juga terjadi pada variabel perilaku penggunaan dengan nilai *adjusted R*² = 40,4% dan 59,6% sisanya merupakan variabel lain yang dapat digunakan dalam model penelitian selanjutnya.

Selanjutnya, penelitian di masa depan dapat memperluas penggunaan variabel dalam model penelitian, baik penggunaan variabel independen ataupun variabel dependen. Hal ini didasari dengan alasan bahwa sesuai pada hasil penelitian ini, masih terdapat beberapa variabel yang belum teridentifikasi akan tetapi diyakini dapat memberikan pengaruh positif terhadap adopsi pembayaran digital *e-wallet*.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behaviour*: McGraw-hill education (UK).
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International journal of information management*, 37(3), 99-110.
- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885-892.

- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of research in personality*, 25(3), 285-301.
- Bhatnagar, A., & Ghose, S. (2004). Segmenting consumers based on the benefits and risks of Internet shopping. *Journal of Business Research*, 57(12), 1352-1360.
- Bhatnagar, P., & Rajesh, A. (2023). Neobanking adoption—An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model. *South Asian Journal of Marketing*.
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS quarterly*, 399-426.
- Çera, G., Pagria, I., Khan, K. A., & Muaremi, L. (2020). Mobile banking usage and gamification: the moderating effect of generational cohorts. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(3), 243-263. doi:10.1108/JSIT-01-2020-0005
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386-1413. doi:10.1108/IJBM-10-2017-0215
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329-348.
- Fatahudin, F. (2020). *Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Indonesia Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Jawa Barat)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. F. (2020). The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academicians' adoption to e-Learning in higher education environments. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(1), 86-106.
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88-114.
- Jaradat, M.-I., & Rababaa, M. (2013). Assessing Key Factor that Influence on the Acceptance of Mobile Commerce Based on Modified UTAUT. *Int. J. Bus. Manage.*, 8, 7-11. doi:10.5539/ijbm.v8n23p102
- Johan, A. P., Lukviarman, N., & Putra, R. E. (2022). Continuous intention to use *e-wallets* in Indonesia: The impact of *e-wallets* features. *Innovative Marketing*, 18(4), 74-85.
- Megadewandanu, S., Suyoto, S., & Pranowo, P. (2016). *Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective*.
- Meiranto, W., Faisal, F., & Yuyetta, E. (2024a). The mediating role of effort expectation on digital banking behavior intention in the Indonesian bank industry: An integration of UGT-UTAUT2. *International Journal of Data and Network Science*. doi:DOI: 10.5267/j.ijdns.2024.5.003
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the

- determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414. doi:10.1016/j.chb.2016.03.030
- Putra, D. R., Supelti, D., & Yusuf, A. (2022). Analisis penerapan aplikasi OVO menggunakan model utaut 3 pada pengguna. *Journal of Technology, Mathematics and Social Science*, 1(2), 13-22.
- Suba'i, S. i., & Irma Yunita, R. (2017). Pengembangan Sistem E-payment untuk Membantu Pengambilan Keputusan Studi Kasus: Universitas Banten Jaya. *Innovative Creative and Information Technology*, 3(2), 219-240.
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon: A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29, 830-849. doi:10.1108/ITP-02-2014-0034
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960-991.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Wang, M., Cho, S., & Denton, T. (2017). The impact of personalization and compatibility with past experience on e-banking usage. *International Journal of Bank Marketing*, 35, 45-55. doi:10.1108/IJBM-04-2015-0046
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760-767. doi:10.1016/j.chb.2010.01.013