

# PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION TO USE* PENGGUNA *E-WALLET* DANA DI KOTA SEMARANG

Nur Abdillah Akmal<sup>1</sup>, Sari Listyorini<sup>2</sup>, Andi Wijayanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>1</sup>Email: [nurabdillah.akmal4@gmail.com](mailto:nurabdillah.akmal4@gmail.com)

**Abstract:** *The increasingly massive development of technology has brought about many changes, especially in the economy. This creates a challenge for companies in the financial sector to produce digital-based innovations. E-wallet DANA is a digital financial service innovation owned by PT Espay Debit Indonesia Koe. There has been a decrease in the number of e-wallet DANA users in the city of Semarang who choose not to continue using DANA e-wallet services. This research aims to determine the influence of perceived ease of use, perceived usefulness and perceived security on the continuance intention to use of e-wallet DANA users. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. Sampling used non-probability sampling with accidental sampling and purposive sampling methods. The sample consisted of 100 respondents who were e-wallet DANA users in Semarang City. Data processing was carried out using SPSS ver 21. This research concludes that perceived ease, perceived usefulness, perceived security, both partially and simultaneously, positively and significantly influence the continuance intention to use of e-wallet DANA users.*

**Keywords:** *technology acceptance model; perceived ease of use; perceived usefulness; perceived security; continuance intention to use.*

**Abstraksi:** Perkembangan teknologi yang semakin masif memberikan banyak perubahan terutama dalam perekonomian. Hal ini menimbulkan suatu tantangan bagi perusahaan di sektor keuangan untuk menghasilkan inovasi berbasis digital. *E-wallet* DANA merupakan inovasi layanan keuangan digital yang dimiliki PT Espay Debit Indonesia Koe. Terjadi penurunan jumlah pengguna *e-wallet* DANA di kota Semarang yang memilih untuk tidak melanjutkan menggunakan layanan *e-wallet* DANA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode aksidental *sampling* dan *purposive sampling*. Sampel berjumlah 100 responden yang merupakan pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS ver 21. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *perceived ease*, *perceived usefulness* *perceived security* baik secara parsial maupun simultan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA.

**Kata Kunci:** *technology acceptance model; perceived ease of use; perceived usefulness; perceived security; continuance intention to use.*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin masif memberikan banyak perubahan terutama dalam perekonomian dimana mengubah pola transaksi masyarakat menjadi berbasis digital. Hal ini menimbulkan suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak dibidang keuangan untuk menghasilkan inovasi yaitu *financial technology*. Salah satu dari banyaknya produk *fintech* ialah uang elektronik. Kehadiran uang elektronik sebagai bentuk pembayaran yang sah di Indonesia tidak lepas dari regulasi Bank Indonesia sehingga membentuk budaya perilaku baru "*cashless society*" dimana masyarakat secara bertahap meninggalkan pembayaran menggunakan uang tunai dan menggantikannya dengan pembayaran non-tunai.

Di Indonesia produk *fintech* yang banyak digunakan sebagai metode pembayaran adalah uang elektronik berbasis *server based* atau *e-wallet*. Salah satu *platform e-wallet* independen *non-bank* yang dikembangkan pada tahun 2018 oleh PT Espay Debit Indonesia Koe adalah *e-wallet* DANA. Hadirnya *e-wallet* DANA ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan digital seperti transfer uang, *top up e-money*, tarik saldo, bayar tagihan & asuransi, pembelian listrik & pulsa, dan transaksi *e-commerce*.

**Tabel 1 Jumlah Pengguna dan Perkembangan E-Wallet DANA di Kota Semarang**

Tahun	Pengguna	Perkembangan
2018	713.800	-
2019	692.042	-3,05%
2020	801.315	15,79%
2021	862.121	7,59%
2022	704.231	-18,31%

Sumber : PT Espay Debit Indonesia Koe (2022)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang mengalami fluktuasi dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Pada tahun 2022 terjadi penurunan pengguna yang signifikan menjadi 704.231 pengguna atau mengalami penurunan sebesar -18,31%. Penurunan ini disebabkan oleh sejumlah pengguna yang memilih untuk tidak melanjutkan menggunakan layanan *e-wallet* DANA. Penurunan ini juga menandakan adanya permasalahan dalam penggunaan *e-wallet* DANA. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *financial technology e-wallet* DANA perlu memperhatikan *continuance intention*, dimana fase penggunaan berkelanjutan menjadi kunci penentu yang menentukan keberlangsungan perusahaan karena bergantung pada sejauh mana pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Bhattacharjee, 2001).

*Continuance intention to use* seperti yang dijelaskan oleh Limayem et al. (2007) sebagai bentuk perilaku pasca – adopsi. Artinya, perilaku pengguna yang telah menggunakan teknologi dan akan membuat keputusan untuk terus menggunakannya. Keputusan pengguna untuk melanjutkan penggunaan suatu teknologi merujuk pada keputusan awal penerimannya (Chang & Zhu, 2012). Oleh karena itu penting untuk mengetahui faktor penerimaan teknologi melalui teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Davis (1986) penerimaan awal pengguna terhadap teknologi dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Sedangkan, menurut Purwanto et al. (2020) menjelaskan model TAM yang telah dimodifikasi dengan menambahkan faktor keamanan (*perceived security*).

Faktor pertama yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi ialah *perceived ease of use*. Kemudahan penggunaan akan terbentuk jika adanya kenyamanan dan rasa percaya diri oleh individu saat mempelajari dan menggunakan layanan *fintech* (Daragmeh et al., 2021). Jika pengguna merasa *e-wallet* mudah digunakan dan tidak mengalami kesulitan, pengalaman positif akan terbentuk sehingga meningkatkan minat untuk terus menggunakannya. *E-wallet* DANA menawarkan kemudahan dalam pendaftaran akun, isi saldo akun dan mudah untuk dioperasikan karena *user interface* yang mudah dipahami.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi ialah *perceived usefulness* Menurut Olivia & Marchyta, (2022) Apabila suatu teknologi mampu memberikan manfaat yang meningkatkan produktivitas dan efisiensi waktu, maka akan menumbuhkan niat penggunaan yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan *perceived usefulness* menjadi faktor kunci yang mempengaruhi pola pikir individu dalam keputusannya untuk tetap menggunakan layanan teknologi (Foroughi et al., 2019). Hadirnya *e-wallet* DANA menawarkan berbagai fitur – fitur seperti transfer uang dengan cepat, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa, *top up e-money* dengan mudah, tarik tunai, dan lain lain

Meskipun *e-wallet* DANA menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat, faktor keamanan tetap menjadi pertimbangan penting. Faktor keamanan dianggap sebagai faktor risiko yang dapat memengaruhi keputusan untuk membeli atau menggunakan layanan teknologi (Kahar et al., 2019). Pengguna akan memilih menggunakan *e-wallet* ketika mereka yakin bahwa sistem tersebut dilengkapi dengan mekanisme keamanan yang memadai (Iman, 2018). Fitur keamanan yang tinggi dalam sistem pembayaran dapat meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut (Singh, 2020).

Ditemukan adanya keluhan – keluhan negatif dari pengguna di Kota Semarang yang sering mengalami kendala dalam rentang waktu Januari – Februari tahun 2024. Adapun keluhan tersebut berkaitan *ease of use* mengalami masalah sistem *error*, lemot dan sistem sedang sibuk, sulit login akun, dan tidak bisa *upgrade* akun *premium*. Keluhan negatif yang berkaitan *usefulness* seperti gagal melakukan pembelian dan pembayaran tagihan (pulsa, saldo *e-money*, internet, air, dan listrik), dan tidak dapat melakukan transaksi (transfer, top up, dan tarik tunai) serta keluhan negatif yang berkaitan *security* seperti kehilangan saldo secara tiba-tiba, tidak mendapat kode verifikasi (OTP) dan akun yang mudah dibobol. Keluhan negatif yang dialami pengguna akan menciptakan pengalaman negatif, yang kemudian dapat mempengaruhi minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena – fenomena yang telah di uraikan di atas, perlu dilakukan pengujian mengenai faktor – faktor yang dapat memengaruhi *continuance intention to use* sehingga dapat dirumuskan permasalahan, sebagai berikut: (1) Apakah *perceived ease of use* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang? (2) Apakah *perceived usefulness* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang? (3) Apakah *perceived security* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang? (4) Apakah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang?.

## Kajian Teori

### Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman & Kanuk (2007) perilaku konsumen merupakan studi mengenai cara individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, dan usaha untuk membeli barang yang berhubungan dengan kegiatan konsumsi. Dalam menentukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

### *Technology Acceptance Model*

Menurut Jogiyanto (2007) model penerimaan teknologi merupakan suatu model yang digunakan untuk menjelaskan pengguna dalam menerima sistem teknologi informasi. Model TAM menjelaskan elemen utama yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi informasi yang ditentukan oleh dua konstruk yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

### *Continuance Intention To Use*

Menurut Shang & Wu (2017) mendefinisikan bahwa *continuance intention* merupakan niat individu untuk tetap menggunakan layanan aplikasi tertentu secara terus menerus dan kesediaan untuk membayar. Terdapat beberapa indikator *continuance intention to use* antara lain (1) berniat untuk tetap menggunakan sistem untuk bekerja atau untuk pribadi saya, (2) Saya akan menggunakan sistem ini sesering mungkin, (3) Akan merekomendasikan sistem ini kepada orang lain.

### ***Perceived Ease of Use***

Menurut Jogiyanto (2007) *perceived ease of use* merupakan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha kesulitan. Terdapat beberapa indikator *perceived usefulness* antara lain (1) kemudahan mempelajari cara menggunakan internet, (2) Interaksi pengguna dengan internet jelas dan dapat dimengerti, (3) Mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan internet, (4) Internet mudah digunakan.

### ***Perceived Usefulness***

Menurut Jogiyanto (2007) *perceived ease of use* merupakan sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Terdapat beberapa indikator *perceived usefulness* antara lain (1) Menggunakan internet dapat memungkinkan untuk menyelesaikan banyak pekerjaan dengan lebih cepat, (2) Menggunakan internet dapat meningkatkan produktivitas, (3) Menggunakan internet dapat meningkatkan efektivitas, (4) Secara Keseluruhan, internet akan bermanfaat dalam pekerjaan sehari-hari.

### ***Perceived Security***

Menurut Sudono et al. (2020) *perceived security* merupakan persepsi konsumen tentang tingkat keamanan terhadap ancaman dalam menggunakan pembayaran seluler (misalnya penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data). Terdapat beberapa indikator *perceived security* antara lain (1) Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko pihak ketiga yang tidak sah, (2) Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko penyalahgunaan penggunaan informasi pribadi saya seperti nama, tanggal lahir, alamat, nomor telepon, (3) Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko penyalahgunaan informasi tagihan seperti nomor kartu, dan akun rekening bank.

### **Hipotesis Penelitian**

H1 : *Perceived Ease Of Use* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H2 : *Perceived Usefulness* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H3 : *Perceived Security* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H4 : *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Security* diduga secara simultan memengaruhi positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* memengaruhi terhadap *continuance intention to use*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* dengan metode *aksidental* dan *purposive sampling*. Kriteria dari sampel dalam penelitian ini adalah: (1) Berusia minimal 19 tahun, (2) Berdomisili di Kota Semarang, (3) telah melakukan transaksi minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan berganda, serta uji t dan uji F.

### **Hasil**

Pada penelitian ini dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS ver 21.0. Berikut hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 2. Koefisien Korelasi *Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention To Use***

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 <sup>a</sup>	.228	.220	2.042

a. Predictors: (Constant), PEOU

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa hubungan atau koefisien korelasi *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pengguna *e-wallet* DANA sebesar 0,477. Hasil ini menunjukkan koefisien korelasi berada pada interval **sedang**.

**Tabel 3. Koefisien Korelasi *Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention to use***

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.444	1.724

a. Predictors: (Constant), PU

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa hubungan atau koefisien korelasi *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pengguna *e-wallet* DANA sebesar 0,670. Hasil ini menunjukkan koefisien korelasi berada pada interval **kuat**.

**Tabel 4. Koefisien Korelasi *Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use***

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.564	1.527

a. Predictors: (Constant), PS

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hubungan atau koefisien korelasi *perceived security* terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA sebesar 0,754. Hasil ini menunjukkan koefisien korelasi berada pada interval **kuat**.

**Tabel 5. Koefisien Korelasi *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use***

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.638	.627	1.413

a. Predictors: (Constant), PS, PEOU, PU

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa hubungan atau koefisien korelasi *perceived ease of use, perceived usefulness dan perceived security* terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA sebesar 0,799. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi berada pada interval **kuat**.

**Tabel 6. Analisis Regresi Linear Sederhana *Perceived Ease Of Use Terhadap Continuance Intention To Use***

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.604	2.061		2.720	.008
	PEOU	.422	.078	.477	5.378	.000

a. Dependent Variable: CI

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai konstanta sebesar 2,505 artinya apabila tidak ada pengaruh dari variabel *perceived ease of use* maka besar nilai variabel *continuance intention to use* adalah sebesar 5,605. Nilai koefisien regresi *perceived ease of use* sebesar 0,422 ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *continuance intention to use*. Berdasarkan uji koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa Apabila nilai variabel *perceived ease of use* terjadi peningkatan, maka nilai variabel *continuance intention to use* akan meningkat pula.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai t hitung (5.378) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan *perceived ease of use* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna *e-wallet* DANA atau **hipotesis 1 diterima**.

**Tabel 7. Analisis Regresi Linear Sederhana Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention To Use**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.585	1.358		3.377	.001
	PU	.480	.054	.670	8.943	.000

a. Dependent Variable: CI

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai konstanta sebesar 4,585 artinya apabila tidak ada pengaruh dari variabel *perceived usefulness* maka besar nilai variabel *continuance intention to use* adalah sebesar 4,585. Nilai koefisien regresi *perceived usefulness* sebesar 0,480 ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *continuance intention to use*. Berdasarkan uji koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa apabila nilai variabel *perceived usefulness* terjadi peningkatan, maka nilai variabel *continuance intention to use* akan meningkat pula.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui nilai t hitung (8,943) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan *perceived usefulness* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna *e-wallet* DANA atau **hipotesis 2 diterima**.

**Tabel 8. Analisis Regresi Linear Sederhana Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.711	1.060		4.445	.000
	PS	.478	.042	.754	11.363	.000

a. Dependent Variable: CI

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 8 diketahui nilai konstanta sebesar 4,711 artinya apabila tidak ada pengaruh dari variabel *perceived security* maka besar nilai variabel *continuance intention to use* adalah sebesar 4,711. Nilai koefisien regresi *perceived security* sebesar 0,478 ini menunjukkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *continuance intention to use*. Berdasarkan uji koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa apabila nilai variabel *perceived security* terjadi peningkatan, maka nilai variabel *continuance intention to use* akan meningkat pula.

Berdasarkan Tabel 8 diketahui nilai t hitung (11,363) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan *perceived security* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna *e-wallet* DANA atau **hipotesis 3 diterima**.

**Tabel 9. Analisis Regresi Linear Berganda *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness* dan *Perceived Security* Terhadap *Continuance Intention To Use***

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.191	1.526		.125	.901
	PEOU	.143	.062	.162	2.328	.022
	PU	.172	.062	.241	2.783	.006
	PS	.336	.053	.530	6.346	.000

a. Dependent Variable: CI

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 9 diketahui nilai konstanta sebesar 0,191 artinya apabila tidak ada pengaruh dari variabel *perceived ease of use, perceived usefulness* dan *perceived security* maka besar nilai variabel *continuance intention to use* adalah sebesar 0,191. Nilai koefisien regresi *perceived ease of use* sebesar 0,143, *perceived usefulness* sebesar 0,172 dan *perceived security* sebesar 0,336 ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use, perceived usefulness* dan *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *continuance intention to use*. Berdasarkan uji koefisien regresi dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel *perceived ease of use, perceived usefulness* dan *perceived security* maka penilaian responden terhadap *continuance intention to use* juga akan mengalami peningkatan.

**Tabel 10. Uji F *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness* dan *Perceived Security* Terhadap *Continuance Intention To Use***

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.731	3	112.577	56.412	.000 <sup>b</sup>
	Residual	191.579	96	1.996		
	Total	529.310	99			

a. Dependent Variable: CI

b. Predictors: (Constant), PS, PEOU, PU

Sumber: Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 10 diketahui nilai F hitung (56,412) > F tabel (2,699) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan memengaruhi positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA atau **hipotesis 4 diterima**.

## Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H1) menyimpulkan bahwa bahwa *perceived ease of use* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Melalui hasil analisis SPSS ver 21.0 diketahui bahwa korelasi *perceived ease of use* terhadap *continuance intention to use* memiliki hubungan yang sedang dan arah pengaruhnya adalah positif. Dapat disimpulkan apabila *ease of use* atau kemudahan yang dirasakan oleh pengguna semakin baik, maka akan meningkatkan niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Chaveesuk et al. (2021) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use* digital payments. Hasil penelitian oleh Purnama & Sari (2021) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use*. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa apabila kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna dompet digital DANA semakin tinggi, maka semakin tinggi juga *continuance intention to use* dompet digital DANA untuk alat transaksi pembayaran. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Oktavendi & Arisanti (2021) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention to use* Jenius App.

Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H2) menyimpulkan bahwa bahwa *perceived usefulness* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Melalui hasil analisis SPSS ver 21.0 diketahui bahwa korelasi *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* memiliki hubungan yang kuat dan arah pengaruhnya adalah positif. Dapat disimpulkan apabila *usefulness* atau manfaat yang dirasakan oleh pengguna semakin baik, maka akan meningkatkan niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Purnama & Sari (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use* pengguna dompet digital DANA. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktavendi & Arisanti (2021) juga menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use* pengguna *Jenius App*. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa persepsi individu mengenai kegunaan teknologi, ketika pengguna merasakan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan manfaat atau kegunaannya sebagai aplikasi *mobile banking*, maka akan menimbulkan niat pengguna untuk terus menggunakannya. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Chaveesuk et al. (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak mempengaruhi secara positif terhadap *continuance intention to use digital payments*

Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H3) menyimpulkan bahwa bahwa *perceived security* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Melalui hasil analisis SPSS ver 21.0 diketahui bahwa korelasi *perceived security* terhadap *continuance intention to use* memiliki hubungan yang kuat dan arah pengaruhnya adalah positif. Dapat disimpulkan apabila *security* atau keamanan yang dirasakan oleh pengguna semakin baik, maka akan meningkatkan niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Bayu & Kismiatun (2022) menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* ShopeePay. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Garrouch (2021) juga menyatakan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention mobile wallet application*. Pada penelitian tersebut dijelaskan apabila pengguna menganggap sistem keamanan yang diterapkan dapat menjamin informasi data keuangan dan data pribadinya maka dapat menciptakan pengalaman pengguna yang baik dan akhirnya memengaruhi keputusannya untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* tersebut. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Budirahardjo & Laksmidewi (2022) menyatakan bahwa *perceived security* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan dompet digital di Pulau Jawa.

*Continuance intention to use* menjadi peran penting dalam kesuksesan teknologi. Suatu teknologi dapat dikatakan berhasil apabila banyak pengguna yang tetap menggunakannya. *Continuance intention to use* merupakan langkah melanjutkan penggunaan setelah keputusan penerimaan awal untuk menggunakan (Chang & Zhu, 2012). Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H4) menyimpulkan bahwa bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan memengaruhi positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Melalui hasil analisis SPSS ver 21.0 diketahui bahwa korelasi antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* terhadap *continuance intention to use* memiliki hubungan yang kuat dan arah pengaruhnya adalah positif sehingga dapat disimpulkan apabila pengguna merasa bahwa *e-wallet* DANA memberikan *ease of use* atau mudah digunakan, *usefulness* atau kegunaan dan *security* atau keamanan semakin baik, maka akan meningkatkan niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

1. *Perceived ease of use* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna *e-wallet* DANA sebagai alat pembayaran transaksi digital mudah untuk dipelajari atau tidak diperlukan usaha dalam menggunakannya maka niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital semakin tinggi.
2. *Perceived usefulness* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna *e-wallet* DANA sebagai alat transaksi pembayaran digital dapat membantu dalam meningkatkan kinerja keuangannya maka niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital semakin tinggi.
3. *Perceived security* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna *e-wallet* DANA bahwa tingkat keamanan pada *e-wallet* DANA aman dan terhindar dari potensi ancaman penyalahgunaan data informasi atau pencurian data oleh pihak ketiga maka niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat pembayaran transaksi digital semakin tinggi.
4. *Perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan memengaruhi positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna *e-wallet* DANA sebagai alat transaksi pembayaran digital mudah dipelajari, tidak diperlukan usaha dalam menggunakannya, dapat meningkatkan kinerja keuangannya serta aman dan terhindar dari potensi ancaman penyalahgunaan data informasi atau pencurian data oleh pihak ketiga

maka niat individu untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat pembayaran transaksi digital semakin tinggi.

## Saran

1. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terkait *perceived ease of use* terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah skor mean dengan alasan yang telah diuraikan. Perusahaan dapat melakukan evaluasi dan perbaikan seperti melakukan pembaharuan tampilan antarmuka agar terus menyesuaikan keinginan pengguna dan lebih *user friendly*, memberikan panduan dan petunjuk pengguna dengan video tutorial yang dapat memudahkan pengguna dalam memahami fitur – fitur yang tersedia.
2. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terkait *perceived usefulness* terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah skor mean dengan alasan yang telah diuraikan. Perusahaan dapat melakukan evaluasi dan perbaikan seperti melakukan pembaharuan aplikasi untuk mengoptimalkan fitur – fitur agar berfungsi normal dan melakukan *maintance* sistem secara berkala pada dini hari untuk menghindari aplikasi yang *error* dan *bug*.
3. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terkait *perceived security* terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah skor mean dengan alasan yang telah diuraikan. Perusahaan perlu melakukan *update* secara berkala mengenai informasi data pribadi, melakukan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran pengguna akan pentingnya keamanan akun *e-wallet*, melakukan penambahan fitur keamanan berbasis *biometrics* wajah atau sidik jari untuk menghindari risiko terjadinya kejahatan *cyber*.
4. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan kembali variabel penelitian ini untuk dilakukan penelitian dengan objek penelitian yang berbeda. Selain itu, dapat dilakukan penambahan variabel bebas lainnya yang dapat memberikan pengaruh seperti variabel *perceived risk*, *perceived enjoyment*, *trust*, *satisfaction*, dan lain – lain.

## Daftar Refrensi

- Bayu, B. H., & Kismiatun. (2022). *The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePAY Through E-Satisfaction*. *Management Analysis Journal*, 11(4), 395–405. <https://doi.org/10.15294/MAJ.V11I4.63725>
- Bhattacharjee, A. (2001). *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D. (2022). Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompert Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 8(2), 444–444. <https://doi.org/10.17358/JABM.8.2.444>
- Chang, Y. P., & Zhu, D. H. (2012). *The role of perceived social capital and flow experience in building users' continuance intention to social networking sites in China*. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 995–1001. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.01.001>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2021). *Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus*. 6(2022), 527–536. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.001>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). *FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment*. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/J.JBEF.2021.100574>
- 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>
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., & Hyun, S. S. (2019). *Understanding the determinants of mobile banking continuance usage intention*. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(6), 1015–1033. <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2018-0237/FULL/PDF>
- Garrouch, K. (2021). *Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet applications applications*. *Journal of Decision Systems*, 00(00), 1–22. <https://doi.org/10.1080/12460125.2020.1870261>
- Iman, N. (2018). *Electronic Commerce Research and Applications Is mobile payment still relevant in the fi ntech era? No fi e Iman*. 30(May), 72–82. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.009>
- Jogiyanto., (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978- 979-29-0029-3
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). *The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*. <https://doi.org/10.2991/PICEEBA2-18.2019.20>
- Oktavendi, T. W., & Arisanti, I. (2021). *How To Build Continuance Intention On Jenius App Users*. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 5(2), 155–165. <https://doi.org/10.20473/tijab.v5.i2.2021.29776>
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). *The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention : Intervening Role of Customer Satisfaction*. 24(1). <https://doi.org/10.9744/jti.24.1>.
- Purnama, M. P., & Sari, D. (2021). *The Influence of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung*. 20305–20319.
- Purwanto, Edi, M., Sofia Senastri Dahlan, K., Bachtiar, D., Mayori Septiani, K., Ridhwan, N., Augusta Susanto, D., Ramadhani Elyosha Marey, D., Deviny, J., & Yayasan Pendidikan, M. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. [www.philpublishing.com](http://www.philpublishing.com)
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Shang, D., & Wu, W. (2017). *Understanding mobile shopping consumers' continuance intention*. *Industrial Management and Data Systems*, 117(1), 213–227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052/FULL/PDF>
- Singh, S. (2020). *post-adoption behaviour towards mobile payment systems An integrated model combining the ECM and the UTAUT to explain users ' post-adoption behaviour towards mobile payment systems*. *October*, 0–27. <https://doi.org/10.3127/ajis.v24i0.2695>
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). *The Influence of Perceived Security and Perceived Enjoyment on Intention To Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya*. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.37-46>