

Analisis Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Masyarakat Indonesia

Shinta Amelya Oktavyana Putri*

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Karanganyar, Karanganyar, Indonesia

Email: shintaamelya20@email.com

Abstrak— Pesatnya perkembangan pembayaran digital telah mendorong peningkatan penggunaan *electronic wallet* (*e-wallet*) di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif terhadap 123 pengguna *e-wallet* di Indonesia. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using E-wallet*. Selanjutnya, sikap pengguna terbukti meningkatkan *Intention to Use*, sedangkan niat menggunakan berperan sebagai determinan utama dalam mendorong *Adoption of E-wallet*. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berkontribusi terhadap pembentukan sikap positif yang mendukung keberlanjutan penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian juga memperkuat relevansi TAM dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi keuangan pada konteks negara berkembang.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model, *e-wallet*, perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use, adopsi teknologi.

Abstract— The rapid expansion of digital payment services has accelerated the use of electronic wallets (*e-wallets*) in Indonesia. This study aims to investigate the factors influencing *e-wallet* adoption by employing the *Technology Acceptance Model* (TAM). A quantitative approach was conducted involving 123 *e-wallet* users in Indonesia. Data were collected through a questionnaire survey and analyzed using the *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) approach. The findings indicate that *Perceived Usefulness* and *Perceived Ease of Use* positively affect *Attitude Toward Using E-wallet*. Furthermore, users' attitudes significantly enhance *Intention to Use*, while behavioral intention acts as the primary determinant of *E-wallet Adoption*. These results demonstrate that perceived benefits and ease of use contribute to the development of favorable attitudes that support the sustained use of *e-wallets*. The findings also provide additional evidence regarding the applicability of TAM in explaining financial technology adoption within emerging economies.

Keywords: Technology Acceptance Model, *e-wallet*, perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use, technology adoption.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan telah mengubah cara masyarakat dan pelaku usaha melakukan berbagai aktivitas pembayaran dan transaksi secara digital. Di Indonesia, salah satu wujud inovasi FinTech yang mengalami penetrasi paling masif adalah *Electronic Wallet* (*e-wallet*) atau dompet digital. Dompet digital menjadi alternatif pembayaran yang menawarkan kemudahan, efisiensi waktu, dan tingkat keamanan yang mendukung kebutuhan transaksi modern, sehingga secara bertahap mulai menggantikan dominasi instrumen pembayaran konvensional [1]. Integrasi antara perangkat bergerak dan sistem pembayaran digital telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat menuju layanan keuangan berbasis teknologi [2]. Kajian kontemporer menegaskan bahwa keberhasilan implementasi layanan keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam memberikan manfaat yang relevan dan pengalaman penggunaan yang bernilai bagi pengguna. Dalam konteks persaingan digital yang semakin intensif, persepsi terhadap nilai fungsional layanan menjadi faktor esensial yang membentuk proses penerimaan teknologi [3].

Penggunaan dompet digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini memiliki korelasi kuat dengan temuan empiris yang dikemukakan oleh Setiawan & Setyawati (2023), yang menyimpulkan bahwa tingginya tingkat adopsi *mobile payment* di Tanah Air sangat dikendalikan oleh persepsi kemudahan yang dirasakan serta sikap afektif penggunaannya. Kondisi tersebut memberikan indikasi nyata bahwa penerimaan masyarakat terhadap instrumen *e-wallet* tidak semata-mata dikendalikan oleh motif pemenuhan kebutuhan fungsional teknis, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh variabel psikologis penggunaannya [4]. Platform-platform terkemuka kini memfasilitasi spektrum transaksi yang teramat luas, mulai dari layanan transportasi daring, pesan-antar makanan, pembayaran tagihan utilitas, hingga pemenuhan kebutuhan konsumtif di ranah *e-commerce*. Momentum pertumbuhan ini dikatalisasi oleh angka penetrasi internet seluler yang tinggi, serta efek disrupsi pasca-pandemi COVID-19 yang secara radikal mendorong transisi masyarakat menuju kebiasaan transaksi non-tunai [5]. Inovasi pada sektor teknologi

keuangan berperan penting dalam memperluas akses terhadap layanan keuangan, terutama bagi masyarakat yang sebelumnya belum terlayani secara optimal oleh institusi keuangan formal. Kemudahan akses melalui perangkat digital mendorong peningkatan keterlibatan masyarakat dalam ekosistem ekonomi digital serta memperkuat pencapaian agenda inklusi keuangan nasional [6].

Merujuk pada publikasi riset survei Jakpat yang dirilis pada November 2025, platform DANA berhasil mengukuhkan posisi sebagai pemimpin pasar dompet digital di Indonesia dengan tingkat penetrasi menyentuh angka 72%. Posisi tersebut dibayangi oleh GoPay (60%), ShopeePay (46%), OVO (27%), serta LinkAja (5%). Analisis lintas generasi dari Jakpat menyingkap fakta bahwa DANA merajai preferensi di seluruh kohort usia, dengan dominasi absolut pada segmen anak muda di mana platform ini diandalkan oleh 75% dari total responden Generasi Z. Di sisi lain, GoPay menunjukkan taring popularitasnya pada kelompok pekerja yang lebih mapan, yakni kalangan Milenial dan Generasi X, dengan tingkat penetrasi masing-masing di angka 68% dan 67%. Sementara itu, ShopeePay menunjukkan daya tarik yang solid di kalangan Milenial (49%) dan Generasi Z (45%). Terkait dengan angka penetrasi OVO dan LinkAja yang jauh lebih rendah, Jakpat menegaskan bahwa hal tersebut mengindikasikan telah terjadinya konsentrasi pasar yang sangat kuat di industri ini. Sebagai landasan metodologis, survei ini diselenggarakan secara daring pada rentang 14-21 November 2025, menjangkau 1.945 partisipan aktif pengguna *e-wallet* berusia 17-55 tahun di Indonesia, dengan *margin of error* yang terkalibrasi di bawah 5% (katadata.co.id). Dinamika transformasi sektor keuangan di Indonesia menunjukkan bahwa adaptasi terhadap inovasi dan perubahan lingkungan bisnis menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing industri keuangan. Kemampuan institusi keuangan dalam merespons perkembangan teknologi dan preferensi masyarakat yang terus berubah menjadi salah satu determinan utama keberhasilan transformasi ekonomi digital di Indonesia [7].

Statistik kontemporer membuktikan bahwa penetrasi *e-wallet* di Indonesia telah sukses melampaui tingkat penggunaan instrumen perbankan konvensional di berbagai sektor ritel [8]. Namun demikian, kendati angka pendaftaran pengguna baru terlihat sangat menjanjikan, industri ini dihadapkan pada satu rintangan krusial mempertahankan tingkat adopsi dan menjaga niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*) [9][10]. Kesuksesan sebuah teknologi inovatif tidak lagi relevan apabila hanya diukur dari agregat jumlah unduhan, melainkan harus dibuktikan melalui konsistensi penggunaan dalam jangka panjang [11]. Fluktuasi minat pengguna acap kali dipicu oleh pengalaman antarmuka yang kurang memuaskan. Oleh karena itu, para pengembang teknologi diwajibkan untuk menjaga stabilitas sistem agar niat penggunaan dapat dipertahankan pada level yang tinggi di tengah gempuran kompetisi [1]. Lebih dari itu, kualitas layanan digital menempati posisi sentral dalam merajut kepercayaan (*trust*) yang pada gilirannya akan berujung pada loyalitas murni dari pengguna [12]. Tanpa pemahaman mendalam atas kebutuhan riil konsumen, aplikasi finansial berisiko tinggi ditinggalkan seketika setelah program promosi berakhir. Perspektif pemasaran kontemporer menegaskan bahwa keberlanjutan penggunaan suatu layanan digital sangat dipengaruhi oleh asosiasi positif yang terbentuk dalam benak pengguna. Persepsi yang kuat terhadap kualitas, manfaat, dan pengalaman layanan akan meningkatkan keterikatan psikologis yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas serta keberlanjutan penggunaan produk digital dalam jangka panjang [13].

Technology Acceptance Model (TAM) digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan mekanisme yang mendasari keputusan konsumen dalam menerima teknologi. Model tersebut menempatkan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* sebagai dua konstruk utama yang memengaruhi penerimaan teknologi [12][5]. *Perceived Usefulness* merepresentasikan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas, sedangkan *Perceived Ease of Use* mengacu pada persepsi bahwa teknologi dapat dioperasikan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang berlebihan [5][8]. Persepsi terhadap manfaat teknologi memberikan kontribusi positif terhadap evaluasi pengguna, yang selanjutnya meningkatkan kecenderungan individu untuk mengadopsi aplikasi secara aktual [14]. Kemampuan TAM dalam menerjemahkan aspek psikologis pengguna ke dalam konstruk yang dapat diuji secara empiris menjadikan model ini banyak digunakan dalam studi penerimaan teknologi [15]. Berbagai penelitian juga secara konsisten mengidentifikasi variabel-variabel dalam TAM sebagai determinan penting perilaku adopsi teknologi pada sektor teknologi keuangan [16].

persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan diperkirakan berperan dalam membentuk *Attitude Toward Using E-wallet* yang positif. Sikap tersebut kemudian memengaruhi *Intention to Use*, yang selanjutnya tercermin dalam perilaku adopsi aktual [3]. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan sikap pengguna, sehingga meningkatkan kecenderungan individu untuk memanfaatkan layanan *mobile payment* [4]. Dengan demikian, sikap pengguna dapat dipandang sebagai mekanisme yang menghubungkan evaluasi terhadap manfaat teknologi dengan kecenderungan perilaku yang ditunjukkan pengguna [17]. Sementara itu, *Intention to Use* mencerminkan kesiapan individu untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas sehari-hari. Tanpa adanya niat penggunaan yang kuat, keberlanjutan penggunaan teknologi cenderung sulit dipertahankan [18].

Studi di ranah nasional menegaskan bahwa tingginya determinasi niat memiliki pengaruh dominan dan signifikan terhadap pengambilan keputusan penggunaan aktual di lapangan, khususnya apabila dilandasi persepsi kemudahan dan kegunaan sistem yang stabil [20]. Literatur kontemporer juga memberikan afirmasi bahwa bangunan konstruk TAM terbukti tetap kokoh dalam menjelaskan dinamika penggunaan *e-wallet* di Indonesia [21]. Niat untuk berperilaku menjadi cerminan dari ekspektasi publik terhadap tingkat efisiensi yang ditawarkan oleh mesin sistem [2]. Intervensi faktor sosial serta kemudahan infrastruktur *top-up* saldo terbukti memperkuat niat individu [8]. Korelasi positif dari arah niat menuju tindakan penggunaan menegaskan bahwa masyarakat Indonesia telah memiliki tingkat literasi dan kesadaran digital yang mapan [16].

Penelitian ini menganalisis determinan adopsi *e-wallet* di Indonesia serta memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi keuangan pada negara berkembang. [11]. Pemahaman ini diharapkan sanggup menjawab celah empiris mengenai kontradiksi antara persepsi kemudahan teoretis dengan fakta hambatan adopsi di lapangan [1]. Dengan proporsi responden yang mencerminkan diversitas nasional, riset ini menanamkan jaminan relevansi data dengan konfigurasi sosiokultural lokal [8]. Keseluruhan analisis dalam studi ini diproyeksikan menjadi rujukan fundamental bagi pemangku kepentingan strategis dalam mengakselerasi roda transformasi digitalisasi ekonomi di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Fondasi Paradigma dan Desain Eksplanatori

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel yang telah dirumuskan dalam model penelitian. Pendekatan ini difokuskan pada pengujian teori terstruktur lewat kalkulasi numerik, yang memungkinkan peneliti untuk memotret realitas adopsi teknologi secara presisi dan terhindar dari distorsi bias subjektivitas [6][22]. Secara spesifik, riset ini mengimplementasikan desain eksplanatori atau kausalitas. Desain ini secara khusus dirancang untuk mendiagnosis relasi sebab-akibat antarvariabel di dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yakni mengukur efek independen dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Sikap terhadap variabel dependen berupa Niat dan Adopsi aktual dompet digital [13].

2.2 Segmentasi Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Tahapan krusial selanjutnya adalah menetapkan koridor demografis. Populasi penelitian membidik seluruh lapisan masyarakat di teritori Indonesia yang memiliki rekam jejak sebagai pengguna *e-wallet*. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden disaring secara selektif menggunakan kualifikasi ketat: berdomisili di Indonesia, berusia dewasa (minimal 18 tahun), serta terbukti secara aktif mengoperasikan dompet digital dalam kurun waktu satu tahun ke belakang. Segmentasi ini sengaja dikonstruksi agar data bersumber dari pengadopsi awal (*early adopters*) yang memiliki validitas pengalaman empiris untuk mengevaluasi arsitektur sistem keuangan virtual [12].

2.3 Arsitektur Pengumpulan Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner secara daring [23]. Rangkaian pengumpulan informasi direkayasa sepenuhnya secara daring menggunakan *Google Forms*, menyesuaikan dengan karakter responden yang merupakan masyarakat melek literasi digital. Skala Likert 5 tingkat disematkan sebagai metrik untuk mengonversi persepsi kualitatif ke dalam skor kuantitatif [10][24]. Prosedur ini direalisasikan dalam empat etape: perumusan indikator, eksekusi *pilot test* guna mengikis ambiguitas tata bahasa kuesioner, penyebaran tautan secara masif via ekosistem media sosial, dan diakhiri dengan proses penyaringan ketat (*data cleaning*).

2.4 Justifikasi Pendekatan Komputasi Multivariat

Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Metode komputasi tingkat lanjut ini diamanatkan karena ketangguhan dan fleksibilitasnya dalam mengeksekusi model teoretis yang sarat akan kompleksitas variabel laten. Di samping itu, algoritma PLS tidak memberikan prasyarat yang kaku terkait distribusi data normal, menjadikannya instrumen yang sangat elok untuk mengembangkan studi perilaku adopsi teknologi [25].

2.5 Kalibrasi Kualitas Instrumen (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan sebelum pengujian hipotesis untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Penilaian tersebut mencakup validitas konvergen yang diukur melalui nilai *outer*

loading dan Average Variance Extracted (AVE), validitas diskriminan yang diperiksa menggunakan kriteria Fornell-Larcker, cross loadings, dan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT), serta reliabilitas konstruk yang dievaluasi berdasarkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Seluruh parameter dinyatakan memenuhi persyaratan apabila melampaui nilai ambang yang direkomendasikan dalam analisis PLS-SEM.

2.6 Eksplorasi Kapabilitas Prediktif (Inner Model)

Selesai dengan urusan validasi instrumen, fokus penelitian bergeser pada evaluasi *inner model* untuk mendeteksi seberapa piawai variabel-variabel penentu sanggup memprediksi fenomena adopsi dompet elektronik. Pengukuran fundamentalnya bertumpu pada indikator koefisien determinasi atau *R-Square* (R^2) untuk melihat daya jelaskan varians pada variabel endogen. Melengkapi R^2 , pengujian ini turut menghadirkan parameter *Adjusted R-Square* untuk mengoreksi bias kompleksitas, *Effect Size* (f^2) untuk menakar bobot kontribusi setiap variabel independen, serta perhitungan *Predictive Relevance* (Q^2) guna mengesahkan keakuratan hasil prediksi model struktural di mata dunia nyata.

2.7 Keputusan Akhir dan Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Fase pamungkas dalam metodologi penelitian ini adalah pembuktian klaim teori (uji hipotesis). Investigasi kausalitas ini dijalankan dengan mengeksplorasi fitur *bootstrapping* demi menerbitkan level signifikansi statistik dari setiap koefisien jalur (*path coefficient*) antarvariabel penelitian [23]. Sebuah hipotesis baru diizinkan untuk diklaim sebagai asumsi yang sah, diterima, dan representatif apabila nilai evaluasi *T-Statistic* bertengger tegak di atas angka kritis 1,96. Keberhasilan ini juga wajib diselaraskan dengan parameter *P-Values* yang harus tertekan ke bawah ambang batas toleransi probabilitas kesalahan 5% (atau bernilai $< 0,05$). Keseluruhan rangkaian pengujian mutakhir inilah yang memberikan kedalaman analisis mengenai peranan esensial dari variabel mediasi dalam memuluskan laju adopsi teknologi [12][11]. Berdasarkan hubungan antarkonstruk yang dikembangkan dalam model penelitian, sepuluh hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1. **H1:** *Perceived Usefulness* berkontribusi positif terhadap *Adoption of E-wallet*.
2. **H2:** *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh positif terhadap *Adoption of E-wallet*.
3. **H3:** *Perceived Usefulness* meningkatkan *Attitude Toward Using E-wallet*.
4. **H4:** *Perceived Ease of Use* memperkuat *Attitude Toward Using E-wallet*.
5. **H5:** *Attitude Toward Using E-wallet* mendorong peningkatan *Intention to Use E-wallet*.
6. **H6:** *Intention to Use E-wallet* berkontribusi terhadap *Adoption of E-wallet*.
7. **H7:** *Perceived Usefulness* meningkatkan *Intention to Use E-wallet*.
8. **H8:** *Perceived Ease of Use* memperkuat *Intention to Use E-wallet*.
9. **H9:** Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Adoption of E-wallet* dimediasi oleh *Attitude Toward Using E-wallet* dan *Intention to Use E-wallet*.
10. **H10:** Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Adoption of E-wallet* dimediasi oleh *Attitude Toward Using E-wallet* dan *Intention to Use E-wallet*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data Penelitian

3.1.1 Karakteristik Responden

Profil responden memberikan gambaran mengenai karakteristik pengguna *e-wallet* yang menjadi objek penelitian. Distribusi responden berdasarkan aspek demografis dan pengalaman penggunaan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (f)	%
Jenis Kelamin	Perempuan	86	69.92%
	Laki-Laki	37	30.08%
Usia	18-25 Tahun	68	55.28%
	26-35 Tahun	46	37.40%
	36-45 Tahun	8	6.50%
	> 45 Tahun	1	0.81%

Pendidikan Terakhir	SMA/SMK Sederajat	58	47.15%
	Diploma	11	8.94%
	Sarjana	49	39.84%
	Pascasarjana	5	4.07%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	39	31.71%
	Wiraswasta	10	8.13%
	Karyawan	10	8.13%
	Swasta/BUMN	2	1.63%
	ASN/TNI/Polri		
	Lainnya	62	50.41%
Lama Menggunakan E-Wallet	< 1 Tahun	18	14.63%
	1-3 Tahun	48	39.02%
	4-6 Tahun	30	24.39%
	> 6 Tahun	27	21.95%
E-Wallet Utama	DANA	62	50.41%
	ShopeePay	36	29.27%
	GoPay	9	7.32%
	OVO	2	1.63%
	Lainnya	14	11.37%
Total		123	100%

Hasil survei terhadap 123 partisipan menunjukkan dominasi gender perempuan yang cukup signifikan, yakni mencapai 69,92% dari total populasi sampel. Jika ditinjau dari aspek usia, kelompok dewasa muda atau Generasi Z, di mana rentang usia 18 hingga 25 tahun memberikan kontribusi terbesar sebesar 55,28%. Latar belakang pendidikan responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK sederajat (47,15%) dan jenjang Sarjana (39,84%). Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna dompet digital dalam studi ini adalah individu dalam usia produktif yang memiliki literasi pendidikan yang memadai untuk memahami sekaligus mengoperasikan inovasi teknologi keuangan secara mandiri dan adaptif.

Ditinjau dari pola konsumsi teknologi, mayoritas responden mengandalkan platform DANA sebagai instrumen transaksi utama mereka dengan persentase sebesar 50,41%. Dari sisi durasi penggunaan, kelompok pengguna yang telah aktif selama satu hingga tiga tahun menjadi segmen terbesar (39,02%), disusul oleh pengguna lama dengan pengalaman lebih dari enam tahun. Profil pekerjaan responden yang mencakup pelajar, mahasiswa, dan sektor informal lainnya, mempertegas bahwa *e-wallet* telah bertransformasi menjadi gaya hidup digital yang integral. Pengalaman penggunaan yang cukup matang ini memberikan validitas kuat pada data penelitian, karena responden memberikan penilaian berdasarkan kebiasaan transaksi rutin yang telah stabil dalam ekosistem pembayaran elektronik di Indonesia.

3.1.2 Evaluasi Outer Model

Kelayakan instrumen penelitian dievaluasi melalui pengujian validitas dan reliabilitas setiap konstruk. Hasil pengujian *outer model* disajikan pada Tabel 2.

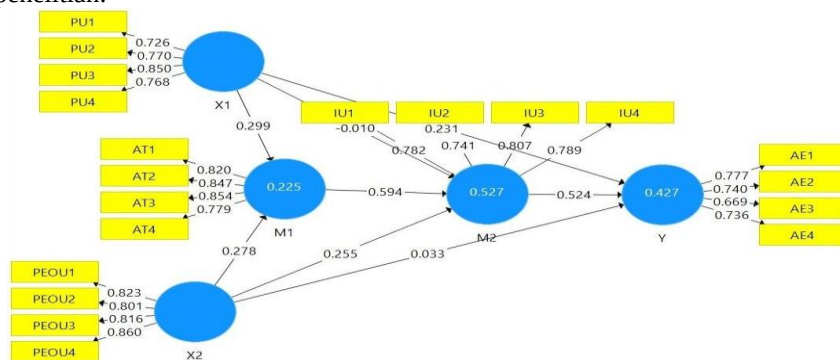
Tabel 2. Evaluasi Outer Model

Variabel	Item	Loading Factor	Cronbach Alpha	CR	AVE	Keterangan
Perceived Usefulness (PU)	PU1	0.726	0.845	0.895	0.681	Valid & Reliabel
	PU2	0.770				
	PU3	0.850				
	PU4	0.768				
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	0.823	0.797	0.861	0.608	Valid & Reliabel
	PEOU2	0.801				
	PEOU3	0.816				
	PEOU4	0.860				
Attitude Toward Using E-wallet (AT)	AT1	0.820	0.844	0.895	0.681	Valid & Reliabel
	AT2	0.847				
	AT3	0.854				
	AT4	0.779				
Intention To Use E-wallet (IU)	IU1	0.782	0.786	0.861	0.609	Valid & Reliabel
	IU2	0.741				
	IU3	0.807				
	IU4	0.789				

Adoption of E-wallet (AE)	AE1	0.777	0.710	0.821	0.535	Valid & Reliabel
	AE2	0.740				
	AE3	0.669				
	AE4	0.736				

Hasil evaluasi model pengukuran (*outer model*) menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian telah memenuhi persyaratan validitas konvergen. Sebagian besar nilai *outer loading* berada di atas ambang batas 0,70, sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk secara konsisten melampaui 0,50. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa konstruk adopsi, sikap, niat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan mampu menjelaskan proporsi varians indikator secara memadai, sehingga instrumen yang digunakan dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk penelitian.

Konsistensi internal konstruk juga memperoleh dukungan empiris yang kuat melalui pengujian reliabilitas. Seluruh variabel mencatatkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang melebihi batas minimum yang direkomendasikan, dengan konstruk *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using E-wallet* menunjukkan tingkat reliabilitas yang relatif lebih tinggi dibandingkan konstruk lainnya. Hasil tersebut mengonfirmasi bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang memadai dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, model pengukuran telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan sehingga pengujian terhadap model struktural dapat dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel yang diajukan dalam penelitian.



Gambar 2. Gambar Hasil Uji Outer Model

3.1.3 Evaluasi Inner Model

Kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen dianalisis melalui evaluasi *inner model*. Hasil pengujian ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Evaluasi Inner Model

Variabel	R-Square Adjusted	Q ²
<i>Attitude Toward Using E-wallet</i>	0.212 (Moderat)	0.144 (Sedang)
<i>Intention To Use E-wallet</i>	0.515 (Moderat)	0.303 (Sedang)
<i>Adoption of E-wallet</i>	0.412 (Moderat)	0.200 (Sedang)

Evaluasi model struktural (*inner model*) menunjukkan bahwa kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan memiliki kemampuan eksplanasi yang memadai dalam menjelaskan perilaku penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Nilai *adjusted R-square* sebesar 0,212 pada konstruk *Attitude Toward Using E-wallet* menunjukkan bahwa 21,2% variasi sikap pengguna dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model. Sementara itu, konstruk *Intention to Use E-wallet* dan *Adoption of E-wallet* masing-masing memperoleh nilai *adjusted R-square* sebesar 0,515 dan 0,412, yang mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan 51,5% variasi niat penggunaan dan 41,2% variasi perilaku penggunaan aktual. Temuan tersebut menunjukkan bahwa model memiliki tingkat daya jelaskan yang berada pada kategori moderat.

Kapabilitas prediktif model selanjutnya dievaluasi melalui nilai *predictive relevance* (Q²) yang diperoleh dari prosedur *blindfolding*. Nilai Q² sebesar 0,144 pada *Attitude Toward Using E-wallet*, 0,303 pada *Intention to*

Use *E-wallet*, dan 0,200 pada *Adoption of E-wallet* menunjukkan bahwa seluruh konstruk endogen memiliki relevansi prediktif karena masing-masing bernilai lebih besar dari nol. Secara keseluruhan, hasil tersebut mengindikasikan bahwa model yang dikembangkan tidak hanya memiliki daya eksplanasi yang memadai, tetapi juga menunjukkan kemampuan prediktif yang cukup baik dalam menjelaskan perilaku penggunaan *e-wallet* pada masyarakat Indonesia.

3.1.4 Hasil Uji Hipotesis

Hubungan antarvariabel dalam model penelitian diuji melalui analisis hipotesis menggunakan metode *bootstrapping*. Ringkasan hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	B	T Stat	P Values	Keterangan
H1	PU -> AE	0.033	0.400	0.690	Ditolak
H2	PEOU -> AE	0.231	2.214	0.027	Diterima
H3	PU -> AT	0.278	3.221	0.001	Diterima
H4	PEOU -> AT	0.299	1.964	0.050	Diterima
H5	AT -> IU	0.594	7.771	0.000	Diterima
H6	IU -> AE	0.524	6.757	0.000	Diterima
H7	PU -> IU	0.255	3.427	0.001	Diterima
H8	PEOU -> IU	-0.010	0.092	0.927	Ditolak
H9	PU->AT->IU->AE	0.086	2.758	0.006	Diterima
H10	PEOU->AT->IU->AE	0.093	1.932	0.054	Ditolak

Temuan empiris menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berperan dalam membentuk *Attitude Toward Using E-wallet*, yang kemudian menjadi determinan utama *Intention to Use*. Meskipun *Perceived Usefulness* turut memengaruhi niat penggunaan secara langsung, pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Adoption of E-wallet* serta *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* tidak terbukti signifikan. Analisis mediasi mengungkap bahwa pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap adopsi aktual berlangsung melalui pembentukan sikap dan niat penggunaan. Secara umum, keberhasilan adopsi *e-wallet* di Indonesia lebih ditentukan oleh kemampuan layanan dalam menciptakan nilai yang dirasakan pengguna daripada oleh aspek kemudahan penggunaan semata.

3.2 Pembahasan

Proses adopsi *e-wallet* pada masyarakat Indonesia berlangsung melalui mekanisme yang melibatkan persepsi pengguna, pembentukan sikap, dan niat perilaku. Pengaruh positif *Perceived Usefulness* ($\beta = 0,278$; $p = 0,001$) dan *Perceived Ease of Use* ($\beta = 0,299$; $p = 0,050$) terhadap *Attitude Toward Using E-wallet* mengindikasikan bahwa manfaat dan kemudahan yang dirasakan menjadi dasar terbentuknya evaluasi yang positif terhadap layanan pembayaran digital. Hubungan dengan kekuatan terbesar dalam model ditemukan pada pengaruh *Attitude Toward Using E-wallet* terhadap *Intention to Use* ($\beta = 0,594$; $p < 0,001$), yang mengisyaratkan bahwa niat penggunaan terutama berkembang dari sikap positif yang terbentuk selama interaksi dengan teknologi. Di samping itu, *Perceived Usefulness* juga terbukti meningkatkan *Intention to Use* secara langsung ($\beta = 0,255$; $p = 0,001$), menegaskan bahwa manfaat yang dirasakan tetap menjadi pertimbangan utama dalam mendorong penggunaan *e-wallet*. Pada tahap berikutnya, *Intention to Use* muncul sebagai prediktor paling dominan terhadap *Adoption of E-wallet* ($\beta = 0,524$; $p < 0,001$), sementara *Perceived Ease of Use* turut memberikan kontribusi langsung terhadap perilaku penggunaan aktual ($\beta = 0,231$; $p = 0,027$). Pola tersebut menggarisbawahi peran sentral niat perilaku dalam menjembatani evaluasi pengguna dengan realisasi penggunaan teknologi.

Sejumlah hubungan yang diajukan dalam model tidak memperoleh dukungan statistik yang memadai. Pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Adoption of E-wallet* tidak signifikan ($\beta = 0,033$; $p = 0,690$), yang mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan belum secara otomatis diterjemahkan menjadi penggunaan aktual tanpa melalui proses pembentukan sikap dan niat. Kondisi serupa terlihat pada hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* ($\beta = -0,010$; $p = 0,927$), yang mengisyaratkan bahwa kemudahan penggunaan telah berkembang menjadi atribut dasar yang melekat pada layanan pembayaran digital sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam membentuk niat penggunaan. Analisis *specific indirect effects* memperlihatkan bahwa jalur mediasi berantai *Perceived Usefulness* → *Attitude Toward Using* → *Intention to Use* → *Adoption of*

E-wallet signifikan secara statistik ($\beta = 0,086$; $p = 0,006$). Sebaliknya, mekanisme mediasi yang melibatkan *Perceived Ease of Use* tidak menunjukkan signifikansi ($\beta = 0,093$; $p = 0,054$). Secara keseluruhan, keberlanjutan adopsi *e-wallet* di Indonesia lebih banyak ditentukan oleh kemampuan teknologi dalam menghasilkan manfaat yang relevan dan membangun evaluasi positif pengguna dibandingkan oleh persepsi kemudahan penggunaan semata.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* di Indonesia dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dan metode PLS-SEM. Hasil pengujian model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dengan nilai AVE di atas 0,50 serta *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang konsisten melampaui 0,70. Berdasarkan data demografi, survei terhadap 123 responden didominasi oleh gender perempuan (69,92%) dan Generasi Z berusia 18-25 tahun (55,28%), dengan platform DANA sebagai pilihan utama (50,41%). Melalui analisis SmartPLS, model ini terbukti solid dan mampu menjelaskan varians variabel niat menggunakan sebesar 52,7% serta adopsi nyata sebesar 42,7%, dengan nilai *Goodness of Fit* (GoF) mencapai 0,495 yang masuk dalam kriteria besar.

Hasil uji struktural menunjukkan bahwa dari sembilan hipotesis yang diajukan, delapan di antaranya diterima secara empiris. Sikap pengguna ditemukan sebagai pendorong afektif terkuat yang memicu niat menggunakan (0,594), sementara niat menjadi prediktor langsung paling dominan terhadap perilaku adopsi nyata (0,524). Menariknya, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap niat (-0,010) sehingga hipotesis tersebut ditolak hal ini menandakan bahwa simplisitas sistem kini hanya dianggap sebagai prasyarat standar kelayakan dasar aplikasi, bukan lagi sebagai elemen diferensiasi. Kendati demikian, efek tidak langsung mengonfirmasi adanya mekanisme mediasi berantai yang sistematis, di mana persepsi kegunaan (0,086) dan kemudahan penggunaan (0,093) memengaruhi adopsi secara optimal melalui peran krusial sikap dan niat. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan sikap pengguna memiliki peranan penting dalam mendorong penggunaan *e-wallet* secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini dapat diselesaikan.

REFERENCES

- [1] W. A. Khan and Z. U. Abideen, "Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust," *Futur. Bus. J.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–15, 2023, doi: 10.1186/s43093-023-00242-z.
- [2] Z. J. A. Belmonte, Y. T. Prasetyo, M. M. L. Cahigas, R. Nadlifatin, and M. J. J. Gumasing, "Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach," *Acta Psychol. (Amst.)*, vol. 250, no. July, p. 104526, 2024, doi: 10.1016/j.actpsy.2024.104526.
- [3] I. Novitaningtyas, S. Saefudin, D. Deliana, and G. F. A. Susilo, "Examining the Factors That Influence Tourist Repurchase Intention on the Virtual Hotel Operator Website: Integrating Technology Acceptance Model (TAM) and Trust-Commitment Theory (TCS)," *Proceeding Int. Conf. Digit. Soc. Sci.*, vol. 2, no. 01, pp. 1445–1457, 2025, doi: 10.62201/4bv41f11.
- [4] M. Setiawan and C. Y. Setyawati, "The Influence of Perceived Ease of Use on the Intention to Use Mobile Payment," *J. Account. Strateg. Financ.*, vol. 3, no. 1, pp. 18–32, 2020, doi: 10.33005/jasf.v3i1.67.
- [5] A. Wulan Suri and M. Ramadhan Slamet, "The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Use of 'ShopeePay' E-Wallet Application," no. Icaess 2021, pp. 388–398, 2022, doi: 10.5220/0010934800003255.
- [6] Kumala Imtihan Widhah, Saefudin Saefudin, and Adibatunabillah Suko Rina, "Pemodelan Loyalitas Pengguna Aplikasi Ovo Di Kota Malang :," *J. Manaj. Dakwah*, vol. 9, no. 1, 2023.
- [7] A. Pujiastuti, S. Saefudin, R. D. S. Yunita, and Y. Astuti, "Capital Structure Adjustment Speed in Indonesia: Does Sharia Compliance Matter?," *Shirkah J. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 3, pp. 239–252, 2022, doi: 10.22515/shirkah.v7i3.483.
- [8] F. Khalida, L. Budiarti, A. Arninda, and M. Madepo, "Impact of Digital Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Social Influence on Intention to Use E-

- Wallet for Students in Pontianak City,” 2024, doi: 10.4108/eai.2-8-2023.2341489.
- [9] S. N. Shetu, M. M. Islam, and S. I. Promi, “An Empirical Investigation of the Continued Usage Intention of Digital Wallets: The Moderating Role of Perceived Technological Innovativeness,” *Futur. Bus. J.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–17, 2022, doi: 10.1186/s43093-022-00158-0.
- [10] I. A. Pradipta and M. Tresia, “Analysis of factors affecting the acceptance or use of e-wallet in Jakarta,” *J. Econ. Bus. Lett.*, vol. 1, no. 4, pp. 27–32, 2021, doi: 10.55942/jebli.v1i4.129.
- [11] D. Vidyanata, “Re-Examining Millennials’ Intention To Continuously Use E-Wallet Applications : the Role of Technology Acceptance Model,” *Primanomics J. Ekon. Bisnis*, vol. 20, no. 3, pp. 217–236, 2022, doi: 10.31253/pe.v20i3.1284.
- [12] S. Haedar, E. G. Marsasi, and U. I. Indonesia, “² 1, 2,” pp. 70–98, 2025.
- [13] S. Saefudin, M. Y. Ariyadi, I. Augtiah, H. D. Kurniawati, E. S. Anafih, and M. A. Anshori, “Jurnal Teknologi Dan Inovasi Digital Analysis of Visitor Behavior in Booking Hotels Through Websites in Indonesia With the Theory Acceptance Model (Tam) Approach,” vol. 01, no. 01, pp. 1–9, 2024.
- [14] M. Rashid, M. A. Shamsi, I. Anwar, I. Saleem, and A. T. Yahya, “Consumer intention to adopt e-wallets in rural India: an investigation by extending the technology acceptance model,” *Cogent Bus. Manag.*, vol. 12, no. 1, p., 2025, doi: 10.1080/23311975.2024.2428776.
- [15] R. L. Sari, A. B. Habibi, and E. P. Hayuningputri, “Impact of Attitude, Perceived Ease of Use, Convenience, and Social Benefit on Intention to Use Mobile Payment,” *Asia Pacific Manag. Bus. Appl.*, vol. 011, no. 02, pp. 143–156, 2022, doi: 10.21776/ub.apmba.2022.011.02.2.
- [16] A. S. Kustono, A. Y. A. Nanggala, and I. Masâ€™ud, “Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students,” *J. Econ. Business, Account. Ventur.*, vol. 23, no. 1, pp. 85–95, 2020, doi: 10.14414/jebav.v23i1.2245.
- [17] Della Fertiwi, Jasman J., and Sorayanti Utami, “Intention to Use Digital Wallets Mediated by Attitude Toward Use with Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security and Privacy as Predictors in Aceh Province,” *Int. J. Econ. Commer. Manag.*, vol. 2, no. 4, pp. 85–91, 2025, doi: 10.62951/ijecm.v2i4.975.
- [18] W. Q. Lee and A. C. Thoo, “Extended Technology Acceptance Model for Digital Wallet Usage,” *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 12, no. 8, pp. 1416–1429, 2022, doi: 10.6007/ijarbss/v12-i8/14416.
- [19] R. Jonathan and Y. Soelasih, “PEMBENTUK INTENTION TO USE DOMPET DIGITAL MELALUI CONSUMER ATTITUDE Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya , Indonesia,” *J. Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 39–52, 2022.
- [20] Argy Wahyu Prabowo, Umi Widyastuti, and Diena Noviarini, “Model Kausalitas Intention to Continue Using E-Wallet Dana: Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan User Satisfaction,” *PENG J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 463–477, 2025, doi: 10.62710/yac4dw27.
- [21] M. A. Andas, T. Yulita, and Y. Lisna, “Model Penerimaan Teknologi (TAM) dalam Adopsi Pembayaran Digital : Kajian Sistematis dan Sintesis Konseptual,” vol. 10, no. 11, 2025.
- [22] L. F. Banuwa, B. Satria, and R. Roslina, “E-Wallet Usage Intention through Technology Acceptance Model and Technology Readiness in Indonesia,” *J. Econ. Financ. Manag. Stud.*, vol. 06, no. 07, pp. 3484–3494, 2023, doi: 10.47191/jefms/v6-i7-55.
- [23] S. W. Saputera, “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intention to Adopt Pada E-Wallet Di Indonesia,” *Syntax Lit. ; J. Ilm. Indones.*, vol. 7, no. 1, p. 396, 2022, doi: 10.36418/syntax-literate.v7i1.5651.
- [24] E. M. Sinurat and L. B. Sugiyanto, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta),” *Bus. Manag. J.*, vol. 18, no. 1, p. 17, 2022, doi: 10.30813/bmj.v18i1.2820.
- [25] N. Handayani and L. I. Prahartiwi, “Analisis Penerimaan Teknologi E-Wallet GoPay dengan TAM,” *IJIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 9, no. 1, pp. 47–55, 2024.