

## DETERMINASI NIAT E-WALLET GENERASI Z: PERSPEKTIF INTERNAL DAN EKSTERNAL

NISRINA LUTHFIA RAHMASARI\*  
ZAKI BARIDWAN

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Jalan Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia  
[nisrinalr27@gmail.com](mailto:nisrinalr27@gmail.com)

Received: April 30, 2026; Revised: May 12, 2026; Accepted: May 12, 2026

**Abstract:** *The use of e-wallets in Indonesia continues to increase alongside government support through the National Non-Cash Movement to promote economic digitalization. However, World Bank data shows that in 2024 only around 42.7% of Indonesians aged 15 and above have used digital payments. This figure remains relatively low compared to other Southeast Asian countries such as Malaysia and Thailand. Therefore, it is necessary to analyze the factors influencing individuals' intention to use e-wallets, represented by social influence, trust, self-efficacy, and financial literacy. This study employs a quantitative approach using questionnaires distributed to 326 undergraduate Accounting students at Universitas Brawijaya, with analysis conducted using SmartPLS 4.0. The results indicate that social influence and self-efficacy have a significant effect, while trust and financial literacy do not. These findings suggest that, in the context of Generation Z, the decision to use e-wallets is more influenced by social environmental pressures and individuals' confidence in their ability to use technology, rather than rational considerations such as trust or financial literacy. Practically, these results can serve as a reference for providers and regulators to encourage e-wallet adoption through social-based strategies, ease of use, and the strengthening of digital literacy.*

**Keywords:** *E-wallet, Intention to Use, Social influence, Trust, Self-efficacy, Financial literacy.*

**Abstrak:** Penggunaan *e-wallet* di Indonesia terus meningkat seiring dukungan pemerintah melalui Gerakan Nasional Non Tunai untuk mendorong digitalisasi ekonomi. Namun, data World Bank menunjukkan bahwa pada tahun 2024 hanya sekitar 42,7% penduduk Indonesia berusia 15 tahun ke atas yang telah menggunakan pembayaran digital. Angka ini masih tergolong rendah dibandingkan negara Asia Tenggara lain seperti Malaysia dan Thailand. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat individu menggunakan *e-wallet* yang direpresentasikan oleh *social influence*, *trust*, *self-efficacy*, dan *financial literacy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner kepada 326 mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Brawijaya. Analisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil menunjukkan *social influence* dan *self-efficacy* berpengaruh signifikan, sedangkan *trust* dan *financial literacy* tidak. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks Generasi Z, keputusan untuk menggunakan *e-wallet* cenderung lebih dipengaruhi oleh dorongan lingkungan sosial serta keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi, dibandingkan dengan pertimbangan rasional seperti tingkat kepercayaan atau literasi keuangan. Secara praktis, hasil ini dapat dijadikan acuan bagi penyedia dan regulator untuk mendorong penggunaan *e-wallet* melalui strategi sosial, kemudahan penggunaan, dan penguatan literasi digital.

**Kata kunci:** *E-wallet*, Niat Penggunaan, *Social influence*, *Trust*, *Self-efficacy*, *Financial literacy*.

## PENDAHULUAN

*Financial technology* merupakan istilah baru yang menggambarkan keterhubungan teknologi modern, seperti *cloud computing* dan internet seluler, dengan aktivitas bisnis yang lazim dalam industri jasa keuangan, yang salah satunya terwujud dalam bentuk dompet digital (*e-wallet*). Melalui layanan ini, pengguna dapat melakukan berbagai aktivitas, mulai dari membayar tagihan, mengisi saldo, hingga membeli barang dan jasa (Baliawan et al. 2024).

Pertumbuhan *e-wallet* di Indonesia juga semakin pesat, salah satunya ditopang oleh dukungan pemerintah melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak tahun 2014, dengan tujuan untuk mendorong digitalisasi ekonomi nasional. Perkembangan yang sebelumnya berjalan bertahap tersebut kemudian melonjak tajam ketika pandemi Covid-19 terjadi. Studi Neurosensum Indonesia dalam (Cakti 2021) mengungkapkan bahwa sebelum pandemi, penggunaan dompet digital hanya sekitar 10%, namun pada tahun 2020 melonjak hingga 44% dan diprediksi akan terus menunjukkan peningkatan. Berdasarkan *Mobile Wallets Report (2021)*, lima *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah OVO, ShopeePay, LinkAja, GoPay, dan DANA, yang masing-masing hadir dengan strategi promosi, ekosistem, serta keunggulannya sendiri dalam menarik pengguna. Basis penggunaannya pun berkembang pesat, termasuk di kalangan generasi muda yang tumbuh dalam era digital. Generasi Z, misalnya, menunjukkan kecenderungan tinggi dalam mengadopsi layanan berbasis aplikasi, termasuk *e-wallet*, hingga menjadikannya bagian dari kebiasaan sehari-hari seperti yang tercermin pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Dalam aktivitasnya, mahasiswa terbiasa menggunakan *e-wallet* sebagai sarana transaksi, baik untuk membeli makanan di kantin, membayar jasa fotokopi dan print, hingga kebutuhan lainnya.

Meskipun demikian, di tengah pertumbuhan *financial technology*, khususnya *e-wallet* yang didorong oleh kebijakan dan inisiatif pemerintah, data dari *World Bank (2024)* menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara urutan ke-4 setelah Pakistan, India, dan China dengan tingkat populasi *unbanked* tertinggi di dunia sebanyak 92,18 juta jiwa, tepatnya sebanyak 43,7% dari populasi dewasa di Indonesia. Tingginya jumlah populasi *unbanked* di Indonesia mencerminkan rendahnya tingkat inklusi keuangan, yang menunjukkan bahwa masih terdapat kelompok masyarakat berusia dewasa (15 tahun ke atas) yang belum sepenuhnya terjangkau oleh layanan keuangan formal, termasuk kelompok usia muda yang secara demografis telah memasuki usia produktif. Dalam kondisi ini, *financial technology* khususnya *e-wallet* hadir sebagai salah satu alternatif yang sangat relevan guna membuka pintu masuk awal menuju sistem keuangan formal bagi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet*, terlebih pada kalangan muda yang termasuk ke dalam kelompok Generasi Z.

Salah satu teori yang dapat melandasi pemahaman tersebut adalah teori atribusi, yang diutarakan pertama kali oleh Heider (1958) dengan gagasan bahwa perilaku individu dapat dijelaskan melalui faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yakni faktor yang berhubungan dengan karakteristik dalam diri seseorang, seperti kemampuan, keyakinan, dan pengetahuan yang dimiliki. Sementara itu, faktor eksternal mencakup pengaruh dari luar diri individu, seperti dorongan/pengaruh sosial yang secara khusus dibahas dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem.

Penelitian oleh Belmonte et al. (2024) dan Hammouri et al. (2023) menunjukkan bahwa

*social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, yang juga didukung oleh [Arora et al. \(2023\)](#) dan [Yang et al. \(2021\)](#). Di sisi lain, [Nuswantoro et al. \(2024\)](#) dan [Sultana et al. \(2023\)](#) menemukan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan, sehingga relevansinya masih perlu dikaji kembali, khususnya pada Generasi Z.

Selain itu, *trust* juga menjadi faktor eksternal penting dalam adopsi *e-wallet*. Penelitian oleh [Yang et al. \(2021\)](#), [Hammouri et al. \(2023\)](#), dan [Zhao et al. \(2024\)](#) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh [Nasri \(2021\)](#) dan [Abdul-Halim et al. \(2022\)](#) yang menunjukkan hasil tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peran *trust* masih belum konsisten.

Dari sisi internal, *self-efficacy* merupakan keyakinan individu dalam menggunakan teknologi ([Bandura 1997](#)). Penelitian oleh [Softina et al. \(2022\)](#) dan [Al-saedi et al. \(2020\)](#) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Namun, [Lew et al. \(2020\)](#) dan [Putra & Salim \(2023\)](#) menemukan hasil sebaliknya, sehingga perlu ditinjau kembali. Selain itu, *financial literacy* juga berperan dalam adopsi *fintech*. [Islam & Khan \(2024\)](#) serta [Setiawan et al. \(2021\)](#) menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap penggunaan *fintech*. Namun, [Rahman & Oktaryani \(2025\)](#) dan [Giriani & Susanti \(2021\)](#) menemukan hasil yang tidak signifikan, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang telah ditinjau oleh peneliti, terlihat bahwa penelitian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *e-wallet* telah banyak dilakukan, namun pada kenyataannya masih terdapat hasil penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut. Selain itu, sebagian besar penelitian yang telah dilakukan masih mengikuti kerangka teori tertentu dalam pemilihan variabelnya, seperti *Unified Theory of Acceptance and Use of*

*Technology* (UTAUT) atau *Technology Acceptance Model* (TAM), sehingga variabel yang digunakan cenderung terbatas dalam model tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kontribusi teoretis baru dengan mengombinasikan kedua aspek, yaitu faktor eksternal (*social influence* dan *trust*) serta faktor internal (*self-efficacy* dan *financial literacy*) dalam satu model konseptual. Integrasi variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memberikan tingkat pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana faktor luar maupun faktor dalam diri individu berperan bersama-sama dalam memengaruhi niat penggunaan *e-wallet*.

Pendekatan tersebut sekaligus memperkaya kajian adopsi teknologi keuangan digital, khususnya dalam memahami niat penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z yang memiliki karakteristik sebagai pengguna teknologi yang adaptif. Temuan penelitian ini juga memberikan gambaran bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam memahami perilaku pengguna, sehingga dapat mendukung peningkatan kualitas layanan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pihak terkait dalam merumuskan kebijakan yang relevan terhadap penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *social influence*, *trust*, *self-efficacy*, dan *financial literacy* terhadap niat penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z.

## Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### Teori Atribusi

Teori atribusi pertama kali diperkenalkan oleh [Heider \(1958\)](#) dalam karyanya *The Psychology of Interpersonal Relations*, yang menyatakan bahwa individu sebagai *naive psychologist* cenderung menafsirkan perilaku diri sendiri maupun orang lain dengan mencari penyebab yang mendasarinya. Secara umum, teori ini mengelompokkan penyebab perilaku ke dalam dua faktor utama, yaitu faktor internal dan

eksternal. Faktor internal mencakup aspek dalam diri individu, seperti pengetahuan, usaha, dan keyakinan diri, sedangkan faktor eksternal meliputi pengaruh lingkungan, dukungan sosial, serta kondisi situasional. Dalam konteks penelitian ini, teori atribusi relevan untuk menjelaskan perilaku adopsi *e-wallet*, di mana penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti *self-efficacy* dan *financial literacy*, serta faktor eksternal seperti *social influence* dan kepercayaan terhadap keamanan sistem, yang secara bersama-sama membentuk niat individu dalam menggunakan *e-wallet*.

### Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan teori yang dicetuskan oleh [Venkatesh et al. \(2003\)](#) untuk menjabarkan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengadopsi model UTAUT untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi, termasuk dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital. Dalam konteks penelitian ini, UTAUT digunakan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan mekanisme pengaruh sosial terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Menurut UTAUT, semakin besar pengaruh sosial yang dirasakan oleh individu, maka semakin kuat niat individu untuk mengadopsi dan menggunakan suatu teknologi, yang tercermin dalam hubungan antara variabel *social influence* dan niat penggunaan *e-wallet* dalam model penelitian ini.

Berdasarkan kerangka penelitian pada gambar 1, penelitian ini memposisikan variabel *social influence*, *trust*, *self-efficacy*, dan *financial literacy* sebagai variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-wallet* sebagai variabel dependen.

Dengan demikian, kerangka penelitian ini memberikan arah yang jelas mengenai hubungan antarvariabel yang akan diuji secara empiris melalui perumusan hipotesis sebagai berikut.

### Pengaruh *Social influence* terhadap Niat Penggunaan *E-wallet*

Menurut UTAUT, *social influence* merupakan faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi. *Social influence* menunjukkan sejauh mana individu merasa mendapat dorongan atau tekanan dari orang-orang penting di sekitarnya untuk menggunakan teknologi tertentu. Dalam konteks *e-wallet*, dukungan sosial dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan niat penggunaan. Berdasarkan teori atribusi, *social influence* dipandang sebagai faktor eksternal yang mendorong keputusan individu dalam menggunakan *e-wallet*. Berbagai penelitian terdahulu seperti [Hammouri et al. \(2023\)](#), [Belmonte et al. \(2024\)](#), [Arora et al. \(2023\)](#), [Prastiawan et al. \(2021\)](#), dan [Yang et al. \(2021\)](#) juga menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan keuangan digital. Berdasarkan hal tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>1</sub>: *Social influence* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-wallet*.**

### Pengaruh *Trust* terhadap Niat Penggunaan *E-wallet*

*Trust* merupakan keyakinan individu bahwa penyedia layanan akan bertindak andal, jujur, dan bermanfaat sehingga mendorong keinginan untuk menggunakan suatu teknologi ([Gefen et al. 2003](#)). Dalam konteks *e-wallet*, *trust* berkaitan dengan rasa aman dan kepercayaan pengguna terhadap sistem yang disediakan. Berdasarkan teori atribusi, ketika individu merasakan adanya faktor eksternal yang mendukung, seperti keamanan dan keandalan layanan, mereka akan lebih cenderung memutuskan untuk menggunakan *e-wallet*. Berbagai penelitian terdahulu seperti [Hammouri et al. \(2023\)](#), [Zhao et al. \(2024\)](#), [Yang et al. \(2021\)](#), [Kilani et al. \(2023\)](#), dan [Talwar et al. \(2020\)](#) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan keuangan digital.

Berdasarkan hal tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>2</sub>: Trust berpengaruh positif terhadap niat penggunaan e-wallet.**

### **Pengaruh Self-efficacy terhadap Niat Penggunaan E-wallet**

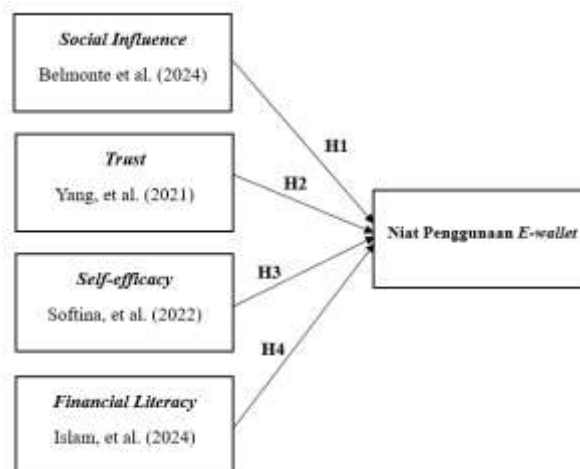
*Self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan tertentu (Bandura 1997). Dalam konteks e-wallet, *self-efficacy* menggambarkan sejauh mana seseorang merasa mampu mempelajari, mengoperasikan, dan menggunakan fitur-fitur e-wallet dengan baik. Berdasarkan teori atribusi, *self-efficacy* merupakan bentuk atribusi internal, di mana individu meyakini bahwa keberhasilan penggunaan teknologi berasal dari kemampuan dirinya sendiri. Keyakinan ini mendorong munculnya niat untuk menggunakan e-wallet. Berbagai penelitian terdahulu seperti Softina et al. (2022), C. C. & Prathap (2020), Al-saedi et al. (2020), Lisana & Handarkha (2024), dan Daragmeh et al. (2021) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan keuangan digital. Berdasarkan hal tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>3</sub>: Self-efficacy berpengaruh positif terhadap niat penggunaan e-wallet.**

### **Pengaruh Financial literacy terhadap niat penggunaan E-wallet**

*Financial literacy* merupakan kemampuan individu dalam memahami, menilai, dan mengambil keputusan yang tepat terkait pengelolaan keuangan (Noctor et al. 1992). Dalam konteks e-wallet, literasi keuangan membantu individu memahami manfaat, risiko, serta penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak. Berdasarkan teori atribusi, *financial literacy* termasuk atribusi internal karena keberhasilan penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangannya sendiri. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mudah mengadopsi teknologi keuangan digital. Berbagai penelitian terdahulu seperti Long et al. (2023), Islam & Khan (2024), Morgan & Trinh (2020), Setiawan et al. (2021), dan Maji & Laha (2023) menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan keuangan digital. Berdasarkan hal tersebut, diajukan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>4</sub>: Financial literacy berpengaruh positif terhadap niat penggunaan e-wallet.**



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Sumber: Data Penelitian (2026)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu *social influence*, *trust*, *self-efficacy*, dan *financial literacy*, terhadap variabel dependen berupa niat penggunaan *e-wallet*. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan skala Likert. Penelitian dilakukan pada mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya angkatan 2022–2025 yang totalnya mencapai 1.545 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya angkatan 2022–2025 serta pernah atau sedang menggunakan *e-wallet* dalam satu bulan terakhir. Perhitungan jumlah minimal sampel diperhitungkan menggunakan rumus menggunakan rumus Krejcie & Morgan, dengan pertimbangan karena jumlah populasi telah diketahui secara pasti yang dihitung dengan cara sebagai berikut.

$$n = \frac{X^2 \cdot N \cdot P(1 - P)}{(N - 1) \cdot d^2 + X^2 \cdot P(1 - P)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

$X^2$  = nilai Chi-square (signifikansi 0,05 = 3,841)

N = jumlah populasi (1.545 mahasiswa)

P = proporsi populasi (ketetapan = 0,5)

d = margin of error (5%)

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{3,841 \times 1545 \times 0,5(1 - 0,5)}{(1545 - 1) \cdot (0,05)^2 + 3,841 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

n=307,782 (dibulatkan menjadi 308)

Selama periode 3 Desember 2025 hingga 10 Desember 2025, penulis berhasil mendapatkan 326 responden, yang mana jumlah tersebut telah melampaui batas minimal pengambilan sampel. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0, yang meliputi pengujian model pengukuran (outer model) melalui uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model struktural (inner model) melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan *path coefficient*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya angkatan 2022, 2023, 2024, dan 2025. Penentuan responden ditujukan pada mereka yang kerap aktif menggunakan *e-wallet* dalam kurun waktu satu bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner secara daring dan luring dengan memanfaatkan Google Form sebagai media pengumpulan data. Proses pengumpulan data berlangsung selama kurang lebih tujuh hari, terhitung sejak tanggal 3 Desember 2025 hingga 10 Desember 2025, dengan durasi pengumpulan data secara daring selama lima hari dan secara luring selama dua hari. Selama periode tersebut, penulis berhasil mengumpulkan sebanyak 326 responden dengan ringkasan pendistribusian kuisisioner seperti berikut.

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa dari 400 kuisisioner yang disebar, terdapat 326 kuisisioner yang kembali dan dapat digunakan. Jumlah tersebut telah melampaui target minimal sampel yang telah ditetapkan oleh penulis, yaitu sebanyak 308 responden. Selain itu, seluruh kuisisioner yang kembali telah memenuhi kriteria responden yang ditetapkan, sehingga data yang diperoleh dapat diolah untuk proses lebih lanjut.

**Tabel 2. Ringkasan Tingkat Pengembalian Kuisioner**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Jumlah kuisioner yang disebarkan	400	100%
2	Jumlah kuisioner yang kembali	326	81,5%
3	Jumlah kuisioner yang gugur	74	18,5%
4	Jumlah kuisioner yang dapat digunakan	326	81,5%

Sumber: Data Diolah

### Analisis Deskriptif

Berdasarkan tabel 3, jawaban responden cenderung berada pada tingkat persetujuan yang tinggi, yaitu di atas angka 4, sehingga menunjukkan bahwa responden umumnya setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan pada setiap variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap *Social influence*, *Trust*, *Self-efficacy*, *Financial literacy*, dan niat penggunaan *e-wallet* tergolong positif. Selain itu, nilai standar deviasi seluruh item berada di bawah satu, yang menandakan jawaban responden relatif homogen dan tidak terdapat perbedaan persepsi yang terlalu besar. Dengan demikian, data memiliki konsistensi yang baik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Uji Validitas

#### Uji Validitas Konvergen

Berdasarkan hasil pengujian *outer loadings* pada tabel 4, sebagian besar item memiliki nilai  $\geq 0,7$  sehingga mampu merepresentasikan konstruk dengan baik. Namun, terdapat 7 dari 27 item dengan nilai *outer loadings* pada rentang 0,40–0,69. Sesuai pedoman PLS-SEM (Hair et al. 2022), item pada rentang tersebut tidak langsung dieliminasi, tetapi perlu dievaluasi lebih lanjut melalui pengujian konsistensi internal dan validitas konvergen untuk menentukan kelayakannya dalam model penelitian. Selanjutnya, dari tabel 5, didapat bahwa nilai AVE pada seluruh variabel adalah di atas batas minimum 0,5. Temuan ini mengindikasikan bahwa item-item dalam setiap konstruk mampu menjelaskan

varians konstruk secara memadai, termasuk item-item yang sebelumnya berada pada rentang evaluasi, sehingga validitas konvergen dinyatakan terpenuhi.

#### Uji Validitas Diskriminan

Dari tabel 5, dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, yaitu nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai kolerasi antar konstruk. Selanjutnya, dilakukan evaluasi terhadap nilai *cross loadings* untuk menilai hasil uji validitas diskriminan.

Berdasarkan hasil uji *cross loadings* pada tabel 6, dapat diketahui bahwa seluruh item pada masing-masing konstruk menghasilkan nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item dapat mewakili konstruknya secara lebih baik dibandingkan konstruk lain dalam model penelitian.

Setelah melihat kriteria *Fornell-Larcker* dan *cross loadings* dilakukan pengujian terhadap HTMT yang dapat dilihat di tabel 7. Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah batas 0,9. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan pada model penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 3. Analisis Deskriptif

Item Variabel	Rata-rata	Standar Deviasi
<b>Social influence</b>		
SI1	4.270	0.883
SI2	4.512	0.673
SI3	4.178	0.889
SI4	4.202	0.877
SI5	4.748	0.512
SI6	4.758	0.489
<b>Trust</b>		
TR1	4.494	0.605
TR2	4.362	0.742
TR3	4.433	0.665
TR4	4.344	0.721
TR5	4.387	0.672
<b>Self-efficacy</b>		
SE1	4.632	0.542
SE2	4.644	0.561
SE3	4.160	0.896
SE4	4.288	0.816
SE5	4.675	0.564
SE6	4.549	0.638
<b>Financial literacy</b>		
FL1	4.656	0.590
FL2	4.359	0.781
FL3	4.417	0.746
FL4	4.494	0.654
FL5	4.129	0.963
FL6	4.350	0.756
<b>Niat Penggunaan e-wallet</b>		
IN1	4.509	0.754
IN2	4.291	0.892
IN3	4.350	0.807
IN4	4.491	0.802

Sumber: Data Diolah

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Konvergen – Outer Loadings

Item Variabel	Outer Loadings
<b>Social Influence</b>	
SI1	0,744
SI2	0,800
SI3	0,816
SI4	0,812
SI5	0,589
SI6	0,430

Item Variabel	Outer Loadings
<b>Trust</b>	
TR1	0,816
TR2	0,780
TR3	0,835
TR4	0,767
TR5	0,628
<b>Self-efficacy</b>	
SE1	0,785
SE2	0,637
SE3	0,570
SE4	0,755
SE5	0,816
SE6	0,798
<b>Financial Literacy</b>	
FL1	0,624
FL2	0,771
FL3	0,700
FL4	0,728
FL5	0,669
FL6	0,750
<b>Niat Penggunaan e-wallet</b>	
IN1	0,814
IN2	0,773
IN3	0,795
IN4	0,799

Sumber: Data Diolah

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Konvergen – AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Social influence</i>	0,508
<i>Trust</i>	0,591
<i>Self-efficacy</i>	0,537
<i>Financial literacy</i>	0,502
<i>Niat Penggunaan e-wallet</i>	0,633

Sumber: Data Diolah

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Diskriminan - Fornell-Larcker

	SI	TR	SE	FL	IN
<b>SI</b>	0,713				
<b>TR</b>	0,432	0,769			
<b>SE</b>	0,422	0,525	0,733		
<b>FL</b>	0,307	0,412	0,421	0,709	
<b>IN</b>	0,475	0,407	0,57	0,264	0,795

Sumber: Data Diolah

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan – Cross loadings

	SI	TR	SE	FL	IN
<b>Social influence</b>					
SI1	<b>0.744</b>	0.235	0.204	0.186	0.301
SI2	<b>0.800</b>	0.391	0.357	0.240	0.369
SI3	<b>0.816</b>	0.319	0.299	0.214	0.386
SI4	<b>0.812</b>	0.297	0.246	0.199	0.376
SI5	<b>0.589</b>	0.287	0.377	0.212	0.307
SI6	<b>0.430</b>	0.307	0.333	0.278	0.265
<b>Trust</b>					
TR1	0.377	<b>0.816</b>	0.459	0.390	0.360
TR2	0.340	<b>0.780</b>	0.402	0.360	0.298
TR3	0.331	<b>0.835</b>	0.373	0.331	0.312
TR4	0.345	<b>0.767</b>	0.387	0.265	0.316
TR5	0.251	<b>0.628</b>	0.394	0.219	0.266
<b>Self-efficacy</b>					
SE1	0.369	0.506	<b>0.785</b>	0.345	0.422
SE2	0.351	0.397	<b>0.637</b>	0.358	0.363
SE3	0.174	0.294	<b>0.570</b>	0.265	0.291
SE4	0.232	0.301	<b>0.755</b>	0.270	0.395
SE5	0.359	0.372	<b>0.816</b>	0.293	0.543
SE6	0.337	0.437	<b>0.798</b>	0.337	0.438
<b>Financial literacy</b>					
FL1	0.300	0.292	0.359	<b>0.624</b>	0.206
FL2	0.225	0.383	0.356	<b>0.771</b>	0.271
FL3	0.175	0.237	0.274	<b>0.700</b>	0.150
FL4	0.148	0.240	0.263	<b>0.728</b>	0.148
FL5	0.168	0.254	0.220	<b>0.669</b>	0.135
FL6	0.257	0.267	0.230	<b>0.750</b>	0.123
<b>Niat Penggunaan e-wallet</b>					
IN1	0.476	0.380	0.526	0.208	<b>0.814</b>
IN2	0.271	0.278	0.370	0.163	<b>0.773</b>
IN3	0.433	0.382	0.438	0.264	<b>0.795</b>
IN4	0.281	0.224	0.452	0.195	<b>0.799</b>

Sumber: Data Diolah

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Diskriminan - HTMT

	SI	TR	SE	FL	IN
<b>SI</b>					
<b>TR</b>	0,538				
<b>SE</b>	0,527	0,641			
<b>FL</b>	0,383	0,474	0,494		
<b>IN</b>	0,574	0,483	0,674	0,293	

Sumber: Data Diolah

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<i>Social influence</i>	0,856	0,792
<i>Trust</i>	0,877	0,824
<i>Self-efficacy</i>	0,872	0,824
<i>Financial literacy</i>	0,858	0,807
Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,873	0,809

Sumber: Data Diolah

Tabel 10. Hasil Uji Path coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
<i>Social influence</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,270	4,315	0,000	Diterima (H1)
<i>Trust</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,078	1,206	0,114	Ditolak (H2)
<i>Self-efficacy</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,428	5,558	0,000	Diterima (H3)
<i>Financial literacy</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	-0,031	0,625	0,266	Ditolak (H4)

Sumber : Data Diolah

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha telah melampaui batas minimal yaitu 0,7.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria uji reliabilitas dan dapat melalui proses uji selanjutnya.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai R-square pada penelitian ini yaitu sebesar 0,396. Menurut (Chin 1998), nilai R-square dalam interval > 0,33 hingga < 0,67 dikategorikan sebagai sedang/moderate. Kategori moderat ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup memadai, di mana variabel *Social influence*, *Trust*, *Self-efficacy*, dan *Financial literacy* secara simultan mampu menjelaskan 39,6% variasi pada variabel Niat Penggunaan *e-wallet*. Sementara itu, sisanya

yang sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Path coefficient

#### H<sub>1</sub>: Pengaruh Social influence terhadap Niat Penggunaan E-wallet

Berdasarkan perhitungan *path coefficient*, nilai *path coefficient* sebesar 0,270 menjelaskan bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Selain itu, nilai *T-statistics* pada variabel *social influence* yakni sebesar 4,315. Adapun nilai dari *p-value* variabel tersebut adalah sebesar 0,000. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa besarnya nilai *T-statistics* lebih besar daripada nilai *T-table*, dan nilai *p-value* berada di bawah 0,001 sehingga dalam penelitian ini variabel *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap penggunaan *e-wallet*, yang berarti hipotesis 1 dinyatakan diterima.

Temuan ini sejalan dengan teori atribusi oleh [Heider \(1958\)](#) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor eksternal, serta teori UTAUT yang menempatkan *social influence* sebagai determinan utama dalam adopsi teknologi. Dalam konteks *e-wallet*, dorongan dari teman, keluarga, dan lingkungan sekitar dapat meningkatkan niat individu untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu seperti [Hammouri et al. \(2023\)](#), [Belmonte et al. \(2024\)](#), [Arora et al. \(2023\)](#), [Prastiawan et al. \(2021\)](#), dan [Yang et al. \(2021\)](#) yang menunjukkan temuan serupa.

## H<sub>2</sub>: Pengaruh Trust terhadap Niat Penggunaan E-wallet

Mengacu pada hasil pengujian *path coefficient*, nilai *path coefficient* menunjukkan arah yang sejalan dengan hipotesis, yakni sebesar 0,078. Nilai *T-statistics* pada variabel *trust* menunjukkan angka sebesar 1,206, dengan nilai *p-value* yaitu sebesar 0,114. Angka tersebut memaparkan bahwa nilai *T-statistics* lebih kecil daripada nilai *T-table*, yakni 1,64, dan nilai *p-value* berada di atas tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa variabel *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* dan hipotesis 2 dinyatakan ditolak.

Temuan ini tidak sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, termasuk *trust*, serta berbeda dengan penelitian [Hammouri et al. \(2023\)](#), [Zhao et al. \(2024\)](#), [Yang et al. \(2021\)](#), [Kilani et al. \(2023\)](#), [Talwar et al. \(2020\)](#) yang menemukan pengaruh positif signifikan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden sebagai digital native

yang menganggap keamanan dan keandalan *e-wallet* sebagai prasyarat dasar, bukan faktor pembeda niat penggunaan. Namun, hasil ini sejalan dengan penelitian [Tang et al. \(2022\)](#), [Nasri \(2021\)](#), [To & Trinh \(2021\)](#), [Abdul-Halim et al. \(2022\)](#), [Bahaj \(2025\)](#) yang juga menemukan bahwa *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi keuangan.

## H<sub>3</sub>: Pengaruh Self-efficacy terhadap Niat Penggunaan E-wallet

Pada pengujian *path coefficient* untuk variabel *self-efficacy*, didapat nilai *path coefficient* sebesar 0,428 yang menjabarkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Di samping itu, nilai *T-statistics* sebesar 5,558 dan *p-value* sebesar 0,000 menandakan bahwa *T-statistics* telah melampaui nilai *T-table* dan *p-value* berada di bawah tingkat signifikansi yang ditetapkan. Dengan demikian, dalam penelitian ini faktor *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* dan hipotesis 3 yang diajukan dinyatakan diterima.

Temuan ini sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor internal, seperti keyakinan terhadap kemampuan diri. Dalam konteks *e-wallet*, *self-efficacy* mencerminkan kemampuan individu dalam memanfaatkan fitur, menyelesaikan transaksi, dan mengatasi kendala teknis. Individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dan siap menggunakan teknologi baru. Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu seperti [C. C. & Prathap \(2020\)](#), [Al-saedi et al. \(2020\)](#), [Daragmeh et al. \(2021\)](#), [Softina et al. \(2022\)](#), [Lisana & Handarkha \(2024\)](#) yang menunjukkan temuan serupa.

Tabel 11. Hasil Uji *Path coefficient*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
<i>Social influence</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,270	4,315	0,000	Diterima (H1)
<i>Trust</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,078	1,206	0,114	Ditolak (H2)
<i>Self-efficacy</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	0,428	5,558	0,000	Diterima (H3)
<i>Financial literacy</i> -> Niat Penggunaan <i>e-wallet</i>	-0,031	0,625	0,266	Ditolak (H4)

Sumber : Data Diolah

#### H<sub>4</sub> : Pengaruh *Financial literacy* terhadap Niat Penggunaan *E-wallet*

Hasil pengujian *path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *path coefficient* pada variabel *financial literacy* yakni sebesar -0,031 yang menampilkan bahwa arah hubungan *financial literacy* dan niat penggunaan *e-wallet* bersifat negatif. Selain itu, dalam hasil tersebut ditunjukkan pula bahwa nilai *T-statistics* sebesar 0,625 dan *p-value* sebesar 0,266 belum melampaui nilai *T-table* yang ditetapkan dan melebihi tingkat signifikansi yang sesuai aturan. Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-wallet* dinyatakan tidak didukung.

Hasil ini tidak sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kemampuan dan pemahaman dalam menilai manfaat serta risiko penggunaan teknologi. Dalam konteks ini, *financial literacy* seharusnya membantu individu mengambil keputusan yang lebih rasional sehingga meningkatkan niat penggunaan *e-wallet*. Temuan ini juga berbeda dengan penelitian [Long et al. \(2023\)](#), [Islam & Khan \(2024\)](#), [Morgan & Trinh \(2020\)](#), [Setiawan et al. \(2021\)](#), [Maji & Laha \(2023\)](#) yang menunjukkan pengaruh positif signifikan. Namun, pada penelitian ini *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-wallet* karena responden cenderung memandang *e-wallet* sebagai alat

pembayaran praktis, bukan produk keuangan kompleks yang membutuhkan pemahaman mendalam. Hasil ini sejalan dengan penelitian [Rahman & Oktaryani \(2025\)](#), [Giriani & Susanti, \(2021\)](#), [Kurahman et al. \(2023\)](#), [Widiyati & Erliana \(2024\)](#), [Sibuea et al. \(2023\)](#) yang juga menemukan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi keuangan.

#### KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence* dan *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, khususnya pada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Brawijaya, yang mengindikasikan bahwa faktor sosial dan keyakinan diri menjadi pendorong utama dalam penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z. Sebaliknya, *trust* dan *financial literacy* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga keduanya bukan determinan utama dalam konteks penelitian ini. Secara teoretis, temuan ini memperkuat peran *social influence* dan *self-efficacy* serta menunjukkan bahwa *trust* dan *financial literacy* bersifat kontekstual, sekaligus mendukung relevansi teori atribusi dan UTAUT.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam memaksimalkan pengaruh sosial melalui strategi pemasaran berbasis rekomendasi serta mempertahankan kemudahan penggunaan untuk meningkatkan keyakinan pengguna,

sementara regulator dapat mendorong digitalisasi melalui integrasi layanan dan peningkatan literasi digital. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada distribusi kuesioner yang kurang merata,

terutama dominasi responden dari angkatan tertentu, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden melalui metode pengumpulan data yang lebih beragam dan menjangkau.

## REFERENSI

- Abdul-Halim, N., Vafaei-Zadeh, A., & Hanifah, H. 2022. Understanding the determinants of e - wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality & Quantity*, 56(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Al-saedi, K., Al-emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. 2020. Developing a General Extended UTAUT Model for M-payment Adoption. *Technology in Society*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Arora, S., Kaur, M., & Jain, E. 2023. E-wallet Adoption amidst COVID Era: An Empirical Intervention with Extended UTAUT2. *Asian Journal of Business Research*, 13(1), 121–142. <https://doi.org/10.14707/ajbr.230145>
- Bahaj, S. A. 2025. *Student's Perception of Mobile Payment Application using TAM Model: An Empirical Study in Saudi Arabia*. 9, 87–96. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.9.020>
- Baliawan, Prastara R. D., Putranti, Latifah., Herdiany, H. D. 2024. Analysis of the Influence of Self-efficacy, Perceived Ease to Use, Perceived Benefits, and Perceived Risk on Intention to Use Digital Payment Applications in Yogyakarta. *Business Management Analysis Journal*, 07(01), 64–82.
- Bandura, Albert. 1997. Albert Bandura Self-Efficacy: The Exercise of Control. In *W.H Freeman and Company New York* (Vol. 43, Issue 9).
- Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. 2024. Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250(July), 104526. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>
- C. C., S., & Prathap, S. K. 2020. Continuance Adoption of Mobile- based Payments in Covid-19 Context : An Integrated Framework of Health Belief Model and Expectation Confirmation Model. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(4), 351–369. <https://doi.org/10.1108/IJPCC-06-2020-0069>
- Cakti, A. 2021. Studi: Pengguna dompet digital meningkat drastis di masa Covid-19. *ANTARA*. <https://www.antaraneews.com/berita/2022936/studi-pengguna-dompet-digital-meningkat-drastis-di-masa-covid-19>
- Chin, W. W. 1998. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336).
- Daragmeh, A., Judit, S., & Zéman, Z. 2021. Continuous Intention to Use E-Wallet in the Context of the COVID-19 Pandemic : Integrating the Health Belief Model ( HBM ) and Technology Continuous Theory ( TCT ). *Journal of Open Innovation: Technology Market and Complexity*, 7, 132. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. 2003. Inexperience and experience with online stores: The importance of TAM and trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 50(3), 307–321. <https://doi.org/10.1109/TEM.2003.817277>
- Giriani, A. P., & Susanti, S. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan e-money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2022. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hammouri, Q., Aloqool, A., Saleh, B. A., Aldossary, H., Al Frejat, S. Y., Halim, M., Almajali, D. A., Al-Gasawneh, J. A., & Darawsheh, S. D. R. 2023. An empirical investigation on acceptance of e-wallets in the fintech era in Jordan: Extending UTAUT2 model with perceived trust. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1249–1258. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.4.013>
- Heider, F. 1958. *The Psychology of Interpersonal Relations*. John Wiley & Sons Inc.
- Islam, K. M. A., & Khan, M. S. 2024. The role of financial literacy , digital literacy , and financial self-efficacy in FinTech adoption. *Investment Management and Financial Innovation*, 21(2), 370–380. [https://doi.org/10.21511/imfi.21\(2\).2024.30](https://doi.org/10.21511/imfi.21(2).2024.30)
- Kilani, A. A. Z., Kakeesh, D. F., Al-weshah, G. A., & Al-debei, M. M. 2023. Consumer post-adoption of e-wallet : An extended UTAUT2 perspective with trust. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100113>
- Kurahman, T., Wathan, H., & Marpaung, M. 2023. Pengaruh Literasi, Persepsi, dan Minat Masyarakat Kabupaten Tapanuli Tengah terhadap Penggunaan Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Jual Beli dalam Tinjauan Ekonomi Islam. *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2023*, 1–12.
- Lew, S., Tan, G. W., Loh, X., Hew, J., & Ooi, K. 2020. Technology in Society The disruptive mobile wallet in the hospitality industry : An extended mobile technology acceptance model. *Technology in Society*, 63(October), 101430. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101430>
- Lisana, L., & Handarkha, Y. D. 2024. The effects of environmental factors on user's personal traits related to mobile payment adoption: a case study of Indonesia. *Global Knowledge Memory and Communication*, April. <https://doi.org/10.1108/GKMC-02-2023-0046>
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. 2023. Financial literacy, behavioral traits , and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9, 101. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Maji, S. K., & Laha, A. 2023. Role of financial and digital literacy in determining digital transaction behaviour: evidence from student level survey in West Bengal (India). *International Journal of Business Environment*, 14(2), 183. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2023.129917>
- Mobile Wallets Report*. 2021.
- Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. 2020. Fintech and Financial Literacy in Vietnam. *ADB Working Paper*.
- Nasri, W. 2021. *Acceptance of Internet Banking in Tunisian Banks: Evidence From Modified UTAUT Model*. 17(3), 22–42. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2021070102>
- Noctor, M., Stoney, S., & Stradling, R. 1992. *Financial literacy: A discussion of concepts and competences of financial literacy and opportunities for its introduction into young people's learning*.
- Nuswantoro, S. A., Ulfi, M., Miftahurizqi, M., & Rafli, M. 2024. Identification of Factors Influencing the Use of QRIS Using TAM and UTAUT 2 Methods. *Scientific Journal of Informatics*, 11(2), 451–466. <https://doi.org/10.15294/sji.v11i2.3562>
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. 2021. *The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence on The Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Towards Use*. 9(3), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Putra, E. Y., & Salim, F. F. 2023. Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention in Using Mobile Wallets in Batam City. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 329–345.
- Rahman, A., & Oktaryani, G. A. S. 2025. Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Reward Terhadap Niat Menggunakan Dompot Digital. *Journal of Economics, Business & Entrepreneurship*, 6(2), 240–246.

- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., & Nathan, R. J. 2021. User Innovativeness and Fintech Adoption in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity Technology Market and Complexity*, 7(188), 1–18.
- Sibuea, C. A., Simorangkir, H. H. S., Nababan, C., Nadapdap, T. I., Siallagan, H., & Sipayung, R. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 696–701.
- Softina, R. A., Amin, F. M., & Wahyudi, N. 2022. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Innovation Resistance dan Intention to Use Terhadap Penerapan Pembayaran Non Tunai. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 12(1), 26–35. <https://doi.org/10.21456/vol12iss1pp26-35>
- Sultana, N., Chowdhury, R. S., & Haque, A. 2023. Gravitating towards Fintech: A study on Undergraduates using extended UTAUT model. *Heliyon*, 9(10), e20731. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20731>
- Talwar, S., Dhir, A., Khalil, A., Mohan, G., & Islam, A. K. M. N. 2020. Point of adoption and beyond. Initial trust and mobile-payment continuation intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102086>
- Tang, M. B., Dieo, B. A., Suhaimi, M. K. A., & Andam, J. L. A. 2022. The Emergence of E-wallet in Sarawak: Factors Influencing the Adoption of Sarawak Pay. *International Journal of Business and Society*, 23(3), 1423–1442. <https://doi.org/https://doi.org/10.33736/ijbs.5172.2022>
- To, A. T., & Trinh, T. H. M. 2021. Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam : Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business & Management*, 8, 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Widiyati, D., & Erliana, E. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Perlindungan Data, dan Cybersecurity terhadap Penggunaan Financial Technology. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 9(1), 130–141. <https://doi.org/10.29407/jae.v9i1.21945>
- World Bank. 2024. *Global and Regional Data - Inclusive Digital Financial Services*. <https://digitalfinance.worldbank.org/country>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. 2021. Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Zhao, H., Khaliq, N., Li, C., Rehman, F. U., & Popp, J. 2024. Exploring trust determinants influencing the intention to use fintech via SEM approach: Evidence from Pakistan. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29716>