

PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KEGUNAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN TERHADAP ADOPSI E-WALLET

Nabila Zalfa Faridah ¹, Rini Kuswati ²

^{1,2}universitas Muhammadiyah Surakarta

B100200285@student.ums.ac.id

DOI: [10.30606/v6.n2.2024.5](https://doi.org/10.30606/v6.n2.2024.5)

ABSTRACT. The purpose of this study was to analyze trust as a mediator of the effect of usability, security, and convenience on E-wallet adoption. Methods This research method is quantitative. The type of data used in this study is primary data. The population in this study were consumers / the general public who adopted e-wallets. The sampling technique used was purposive sampling. The number of samples in this study were 150 respondents. The data collection technique in this study used a questionnaire. The data analysis technique was carried out with the help of structural (SEM) and hypothesis testing (PLS), with SmartPLS software. The results of this study are that perceived usefulness has no significant effect on E-wallet adoption. Security, ease of use and perceived trust have a significant positive effect on E-wallet adoption. Perceived usefulness has no significant effect on trust. Perceived security and convenience have a significant positive effect on Trust. Perceived usefulness has no significant effect on E-wallet adoption mediated by Trust. Perceived Security has a significant effect on E-wallet adoption mediated by Trust. Ease of Use has a significant effect on E-wallet adoption mediated by Trust.

Keywords: E-wallet Adoption Trust, Usability, Security, Convenience

ABSTRAK Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepercayaan sebagai pemediasi pengaruh kegunaan, keamanan, kemudahan terhadap adopsi E-wallet. Metode Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen/ Masyarakat umum yang mengadopsi e-wallet. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ada 150 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan struktural (SEM) dan pengujian hipotesis (PLS), dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini ialah bahwa kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Keamanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan. Keamanan dan kemudahan yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi E-wallet yang dimediasi oleh Kepercayaan. Keamanan yang Dirasakan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi E-wallet yang dimediasi oleh Kepercayaan. Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi E-wallet yang dimediasi oleh Kepercayaan.

kata Kunci : Adopsi E-wallet Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan, Kemudahan

PENDAHULUAN

Financial technology (*FinTech*) merupakan hasil penggabungan antara layanan keuangan dan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari tradisional menjadi modern, yang awalnya dalam melakukan pembayaran harus bertemu langsung dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam sekejap (Bank Indonesia, 2018). *FinTech* adalah suatu inovasi penggunaan teknologi terkini untuk memberikan solusi dalam setiap masalah keuangan. Salah satu perantaranya adalah dengan adanya jaringan internet yang semakin berkembang pesat yang beriringan dengan jumlah pengguna di Indonesia.

FinTech dapat diartikan sebagai salah satu perangkat lunak yang dapat digunakan untuk berbisnis dan menawarkan beberapa fitur layanan keuangan (Aziz, 2020) Pembayaran digital, sering dikenal sebagai pembayaran elektronik, adalah salah satu jenis pembayaran yang sedang populer saat ini. Pembayaran digital adalah bentuk pembayaran yang tidak memerlukan mata uang fisik, namun dilakukan melalui penggunaan metode digital dan berbagai bentuk media elektronik (Nadhilah et al., 2021).

Satu dari sistem pembayaran digital yang paling diminati oleh konsumen di Indonesia saat ini adalah *E-wallet*. *E-wallet* hadir dengan teknologi terbaru yang dapat diakses oleh semua orang, serta memberikan kemudahan yang lebih besar. Di Indonesia, kebanyakan generasi milenial telah mengadopsi teknologi ini. Akses internet sudah merata di seluruh negeri. Di era industri 4.0, ini menjadi peluang besar bagi industri perbankan dan e-commerce untuk mengembangkan bisnis mereka. Menurut Aulia, (2020) data Bank Indonesia (BI), uang elektronik yang beredar telah mencapai 772,57 juta unit pada November 2022. Jumlah tersebut meningkat 34,28% dari posisi akhir 2021, sedangkan hasil dari riset insightAsia bertajuk '*Consistency That Leads: 2023* menunjukkan 74% orang yang aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka.

Menurut Darma & Devi, (2022), kemajuan dompet digital tidak terlepas dari meningkatnya jumlah pengguna perangkat cerdas seperti smartphone, yang merupakan infrastruktur utama untuk mendorong layanan dompet digital. Oleh karena itu, aplikasi dompet digital yang dapat dioperasikan melalui smartphone menjadi pilihan ideal bagi pengguna yang membutuhkan transaksi yang lebih mudah, lebih cepat, dan lebih fleksibel. *E-wallet* menjamin pengalaman pembayaran yang nyaman, aman, dan menguntungkan. Maritha & Kuswati, (2022) Terkadang, terdapat promosi atau diskon pada setiap transaksi demi menarik minat pengguna untuk beralih ke sistem pembayaran ini. Setiap tahun, semakin banyak transaksi yang dilakukan menggunakan *E-wallet*.

Di Provinsi Jawa Tengah, terutama Kota Solo, terdapat banyak usaha kecil dan menengah yang berkembang pesat. Menurut Dinas Koperasi dan UKM kota Solo pada tahun 2022 diperkirakan akan ada sekitar 11.157 UKM di kota tersebut. Kehadiran UKM di kota Solo terus menjadi pilar utama dalam perekonomian Provinsi Jawa Tengah. Penggunaan dompet elektronik di Kota Solo mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dibandingkan dengan awal

tahun 2021, Koperasi mencatat bahwa penggunaan dompet elektronik meningkat lebih dari 300 persen. Pada bulan November 2021, hampir setengah dari UKM sudah menyediakan alat pembayaran dompet elektronik khusus untuk menerima pembayaran. Ini membantu UKM meningkatkan pendapatan dan modal usaha.

Menurut Aisha & Kurnia, (2022), seseorang akan merasakan manfaat atau kegunaan dari layanan *e-wallet* jika sistem tersebut memberikan keuntungan yang meningkatkan kinerjanya dan memberikan keuntungan tambahan dari sebelumnya. Saat ini, aplikasi dompet digital telah hadir di Indonesia untuk memenuhi keinginan dan minat konsumen mereka, termasuk dalam melakukan pembayaran untuk transaksi online maupun di dalam toko, pembayaran tagihan, pembelian tiket transportasi dan hiburan, pengiriman uang, dan masih banyak lagi. Karena berbagai jenis pembayaran dapat dilakukan secara efisien dan efektif, konsumen tertarik untuk menggunakan dan mengembangkan penggunaan *e-wallet* untuk transaksi karena banyak keuntungan yang dirasakan (Wardana et al., 2022).

Terlepas dari risiko seperti kebocoran data pengguna dan risiko lainnya, mayoritas pengguna masih mempercayai dan terus menggunakan layanan dompet digital ini (Dewa & Safitri, 2020). Oleh karena itu, perusahaan yang mengembangkan aplikasi *e-wallet* harus meningkatkan keamanan transaksi dan data pengguna mereka untuk meyakinkan pengguna dan mendorong minat mereka untuk terus menggunakan pembayaran dengan *e-wallet*. Pengguna cenderung enggan menggunakan *e-wallet* jika mereka tidak yakin akan keamanan transaksi mereka (Sukmawati & Kowanda, 2022).

Kepercayaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya pada sistem pembayaran elektronik yang dapat dicapai melalui keyakinan individu dalam kesediaan mereka untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam transaksi keuangan mereka. Kurangnya rasa aman dan kepercayaan menjadi penyebab utama ragu-ragu untuk menggunakan *e-wallet* (Alfaris, 2023). Dipercaya bahwa semakin tinggi keamanan pada sistem pembayaran elektronik, semakin rendah risiko yang dirasakan pengguna pada sistem tersebut. Keamanan yang Dirasakan mengarah pada kepercayaan pengguna (Yuliana, 2020).

Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model ini dibangun untuk menganalisis serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi komputer (Ichwan & Ghofur, 2020). TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* (Rafique et al., 2019). TAM adalah model yang paling sering digunakan dalam penelitian sistem informasi karena menghasilkan validitas yang baik.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan TAM dengan tambahan variabelnya yaitu keamanan. Pengertian manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Pengertian kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat atau kondisi di mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem tertentu tidak memerlukan usaha apa pun (Sulfina et al., 2022). Pengertian keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna yakin bahwa pembayaran online aman (Chawla & Joshi, 2019).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jamiah et al., (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan minat mengadopsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, serta kepercayaan mampu memisahkan antara persepsi kemudahan, keamanan, dan minat mengadopsi. Selain itu hasil dari penelitian. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran kepercayaan sebagai pemediasi pengaruh kegunaan, keamanan, kemudahan terhadap adopsi *E-wallet*

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM, juga dikenal sebagai Model Penerimaan Teknologi, diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Model ini menggambarkan hubungan kausal antara keyakinan pengguna tentang manfaat dan kemudahan penggunaan suatu sistem informasi dengan perilaku, kebutuhan, dan penggunaan sistem tersebut (Rafique et al., 2019). Dalam model ini, ada dua konstruk teoritis yang diusulkan, yaitu persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, yang menjadi faktor utama yang menentukan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi.

Kegunaan (*Ease Usefulness*)

Persepsi Kegunaan, menurut (Jogiyanto, 2019:933), yaitu mengacu pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan. Pengguna akan memilih teknologi yang memberikan manfaat dan menggunakannya jika merasa teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika pengguna merasa teknologi tersebut tidak berguna, maka teknologi tersebut tidak akan digunakan.

Keamanan (*Security*)

Keamanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menghindari ancaman yang dapat menimbulkan situasi, kondisi, atau kejadian yang berpotensi menimbulkan penipuan, penyalahgunaan data, dan modifikasi data (Efendi & Rahmiati, 2020) Keamanan dalam teknologi dapat terwujud dengan terjaminnya privasi informasi dan pemahaman teknologi oleh pengguna, sehingga pengguna merasa percaya untuk menggunakan teknologi dan melakukan transaksi.

Kemudahan (*Kemudahan Penggunaan*)

Kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) merupakan tingkat di mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan membuatnya terbebas dari usaha. Dalam penggunaan e-wallet, salah satu hal yang menarik minat pengguna adalah kemudahannya (Rahmawati & Yuliana, 2020) Kemudahan juga dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan pengguna terhadap kenyamanan penggunaan pada suatu sistem (Pertiwi et al., 2021).

Kepercayaan (*Trust*)

Menurut penelitian (Kustiyah, 2019) kepercayaan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan dompet digital. Kepercayaan ini menjadi keinginan konsumen saat melakukan transaksi online sesuai dengan ekspektasi saat berbelanja di masa depan (Rodiah & Melati, 2020).

Adopsi E-wallet

Adopsi adalah keputusan sepenuhnya untuk mengambil keunggulan penuh inovasi sebagai langkah terbaik yang tersedia (William & Tjokrosaputro, 2021). Penjelasan ini sejalan dengan pengertian adopsi menurut (Kumar et al., 2020) Adopsi adalah jenis pertimbangan untuk memanfaatkan pengembangan teknis secara maksimal.

Hipotesis penelitian

Pengaruh Kegunaan Terhadap Adopsi E-wallet

Persepsi kegunaan adalah ketika seseorang meyakini sejauh mana kinerja dapat ditingkatkan dalam pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto, 2019:933). Sedangkan menurut penelitian Setiawan et al., (2020), persepsi kegunaan adalah probabilitas subjektif bagi pengguna suatu aplikasi untuk memudahkan kinerja pekerjaan mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan merupakan ukuran kebaikan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu yang dapat memberikan manfaat dalam hal peningkatan prestasi kerja dan penghematan waktu, serta terwujudnya efektivitas dan efisiensi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh William & Tjokrosaputro, (2021) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi go-pay. Penelitian William & Tjokrosaputro, (2021) juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat pembelian saldo e-wallet ovo. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1. Kegunaan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet

Keamanan Berpengaruh Terhadap Adopsi E-wallet

Persepsi keamanan adalah pemahaman mengenai risiko yang mengkhawatirkan terkait dengan transaksi online (Alwi et al., 2021). Ketika pengguna yakin bahwa aplikasi pembayaran dapat menjamin keamanan pembayaran yang dilakukan, seperti dengan menggunakan kata sandi, menjaga kerahasiaan akun, dan sebagainya. Hal ini dapat dianggap sebagai keuntungan tambahan dari transaksi yang aman, sehingga menjadi faktor positif (Pal et al., 2021). Masalah keamanan juga menjadi salah satu faktor utama dalam mendukung transaksi tunai digital menggunakan e-wallet (Yuliana, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Yuliana, (2020) menyatakan bahwa keamanan adalah indikator kunci yang menghasilkan adopsi metode pembayaran dompet seluler. Penelitian sebelumnya oleh (Ernawati, 2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi keamanan dan adopsi penggunaan e-wallet. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2. Keamanan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet.

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap adopsi e-wallet

Persepsi kemudahan dalam penggunaan sistem pembayaran elektronik dapat mempengaruhi individu untuk mengadopsinya. Dalam studi (Jogiyanto, 2019:934) persepsi kemudahan adalah ukuran sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa kesulitan yang signifikan. Kemudahan juga menjadi faktor penting karena jika sistem tersebut mudah digunakan oleh masyarakat, maka akan semakin meningkat masyarakat yang ingin mengadopsinya. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019), Pertiwi, et al. (2020), Gita & Juliarsa (2021), dan Pitura, et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif

terhadap adopsi penggunaan e-wallet.

Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3. Kemudahan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet.

Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap kepercayaan

Persepsi kegunaan menunjukkan secara langsung bahwa memiliki dampak positif terhadap kepercayaan. Dengan semakin tinggi kegunaan yang dirasakan oleh konsumen, maka tingkat kepercayaan konsumen terhadap adopsi e-wallet juga akan semakin tinggi. Dengan besarnya kegunaan yang diberikan oleh penyedia e-wallet sehingga dapat menciptakan perasaan yang positif terhadap konsumen terutama mengenai kepercayaan, karena pada dasarnya konsumen akan cenderung mengadopsi aplikasi yang memberikan manfaat. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurzanita & Marlina, 2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tentang adanya manfaat yang dirasakan oleh konsumen, akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4. Kegunaan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan.

Persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan

Keamanan merupakan hal yang harus diperhatikan saat menggunakan teknologi. Keamanan memberikan kemudahan dan meningkatkan kepercayaan pengguna, dan keamanan berperan penting dalam penggunaan (Adults, 2020) Keamanan yang dirasakan adalah keyakinan konsumen bahwa informasi pribadi mereka hanya dapat dilihat oleh mereka sendiri karena data mereka disimpan dan tidak dapat dirusak oleh pihak lain. Sehingga dapat dipastikan menggunakan teknologi dengan tingkat keamanan yang terjamin (Efendi & Rahmiati, 2020). Keamanan informasi dalam teknologi dengan privasi terjamin dan pemahaman teknologi bagi pengguna membuat pengguna mempercayai penggunaan teknologi dan hal-hal lainnya. Dalam penelitian sebelumnya, Ernawati, (2021) menemukan bahwa persepsi keselamatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Ketika konsumen merasa bahwa penyedia jasa memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi, maka ia merasa aman menggunakan jasanya. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5. Keamanan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan.

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemudahan mengadopsi suatu teknologi baru, sehingga tidak merasa keberatan jika teknologi tersebut masuk ke dalam pasar konsumen (Ernawati, 2021) Dalam keadaan seperti ini, pengguna biasanya mengadopsi teknologi dengan mudah. Semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap E-wallet. Pada penelitian sebelumnya oleh Jamiah et al., (2022) menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri. Hal ini dapat menunjukkan bahwa persepsi kemudahan konsumen terus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H6. Kemudahan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan.

Persepsi kepercayaan terhadap adopsi E-wallet

Kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan minat konsumen terhadap adopsi suatu produk. Pada kondisi terancam, diperlukan kepercayaan bagi pihak yang bersedia mengambil tindakan (Nurmanah & Nugroho, 2021). Kepercayaan adalah faktor higienis. Kurangnya kepercayaan dapat dilihat sebagai penghalang adopsi e-wallet (Meyrilliana et al., 2020). Kepercayaan membantu pengguna mengatasi kekhawatiran mereka dan mendorong mereka untuk mengadopsi produk. Rasa percaya diri yang ada mampu mengatasi persepsi yang muncul. Bahkan jika mereka yakin ada risikonya, kepercayaan yang ada mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian sebelumnya oleh (Nurzanita & Marlina, 2020) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi e-wallet Go Pay di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H7. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet.

Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap adopsi e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi

Persepsi kegunaan dapat diartikan sebagai asumsi mengenai nilai tambah yang akan diterima. Jika teknologi keuangan dapat memberikan manfaat yang dirasakan seseorang, misalnya tercapainya efisiensi dan efektivitas, maka tentu akan menimbulkan kesan positif terhadap layanan tersebut, sehingga adopsi atau penggunaan teknologi pun akan semakin meningkat. Besarnya kegunaan yang dirasakan dari suatu sistem membuat prediksi bagi mereka yang terlibat dalam teknologi informasi dan bagaimana seseorang percaya bahwa layanan pembayaran seluler akan memberikan manfaat dan meningkatkan gaya hidup mereka (William & Tjokrosaputro, 2021). Dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan merupakan ukuran seberapa yakin seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat bermanfaat dalam hal meningkatkan prestasi kerja serta menghemat waktu dan efisiensi kinerja (Asida & Kuswati, 2023). Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H8. Kegunaan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet yang di mediasi oleh Kepercayaan.

Persepsi keamanan berpengaruh terhadap adopsi e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi

Kesadaran akan keamanan merupakan aspek penting dalam penggunaan suatu aplikasi atau sistem informasi online yang terhubung dengan data yang dimiliki oleh calon pengguna. Calon pengguna juga akan mempertimbangkan apakah aplikasi atau sistem informasi tersebut aman digunakan mengingat kemungkinan adanya bahaya. Calon pengguna akan berupaya meminimalkan potensi risiko kepercayaan dalam penggunaan aplikasi atau sistem informasi online. Alfaris, (2023) menyatakan bahwa sistem keamanan informasi berarti pengoperasian suatu sistem dengan menggunakan segala jenis mekanisme yang bertujuan untuk memastikan bahwa sistem tersebut terhindar dari berbagai hambatan yang berdampak negatif pada keamanan informasi, materi data, dan sistem. Oleh karena itu, aspek keamanan perlu ditingkatkan untuk meminimalisir dan mencegah pelanggaran keamanan data yang dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan (Ming & Jais, 2022). Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini

adalah:

H9. Keamanan berpengaruh positif terhadap Adopsi E-wallet yang di mediasi oleh Kepercayaan.

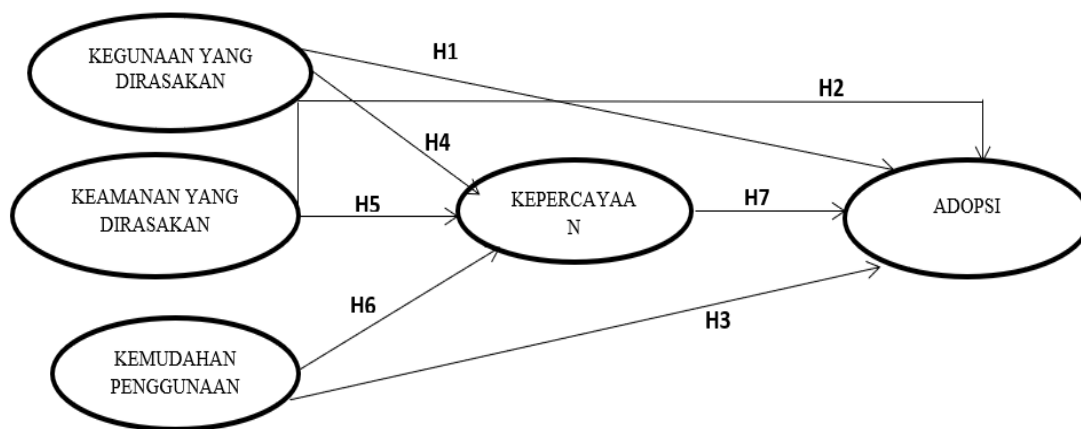
Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap adopsi e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi

Persepsi kemudahan dapat menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tersebut mudah dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan, sehingga semakin mudah dalam menggunakan teknologi tersebut maka semakin besar kemungkinan untuk mengadopsinya. Konsumen akan memiliki niat yang kuat untuk mengadopsi suatu sistem, jika mereka merasa bahwa sistem tersebut sederhana dan tidak menimbulkan kerumitan bagi mereka (Ariningsih et al., 2022). Jika suatu organisasi pengembang website berusaha membuat website lebih mudah digunakan dengan navigasi yang mudah dipahami pengguna, maka dapat diartikan juga bahwa organisasi tersebut berkomitmen untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat memperkuat kepercayaan pengguna (Dirnaeni et al., 2021).

Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H10. Kemudahan berpengaruh positif terhadap Adopsi E wallet yang di mediasi oleh Kepercayaan.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka penelitian

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu berupa kuesioner. Kuesioner akan disebarakan secara online dengan pertanyaan bersifat tertutup. Populasi merupakan segala sesuatu yang dapat ditempatkan dalam ruang lingkup generalisasi yang harus dinilai merupakan bagian dari penyelidikan yang perlu dilakukan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen/ Masyarakat umum yang mengadopsi e-wallet.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu metode dimana elemen populasi dipilih atas dasar pertimbangan peneliti bahwa responden dapat mewakili populasi. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat umum minimal berusia 17 tahun dan sudah menggunakan E-Wallet. Jumlah sampel dalam penelitian ini ada 150 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam bentuk pertanyaan yang didistribusikan secara online kepada Konsumen/ Masyarakat umum yang mengadopsi e-wallet. Kuesioner berisi item pertanyaan yang dibagikan secara langsung ditempat penelitian yang bersifat tertutup, yang artinya alternatif jawaban sudah ditentukan.

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan struktural (SEM) dan pengujian hipotesis (PLS), dengan perangkat lunak SmartPLS bertindak sebagai model penelitian fundamental studi. Kedua alat ini adalah bagian dari program Pemodelan Statistik dan Analisis Varians.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Convergent validity

Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* >0,7 (Ghozali, 2018). Berikut adalah nilai *outer loading* masing-masing indikator pada variabel penelitian :

Tabel 1. Nilai *outer loading*

Variabel	Outer Loading	Keterangan
X1.1	0.821	Valid
X1.2	0.881	Valid
X1.3	0.850	Valid
X1.4	0.810	Valid
X1.5	0.780	Valid
X2.1	0.877	Valid
X2.2	0.888	Valid
X2.3	0.795	Valid
X2.4	0.846	Valid
X2.5	0.809	Valid

Variabel	Outer Loading	Keterangan
X3.1	0.912	Valid
X3.2	0.896	Valid
X3.3	0.879	Valid
X3.4	0.883	Valid
Y1	0.863	Valid
Y2	0.843	Valid
Y3	0.881	Valid
Y4	0.831	Valid
Z1	0.847	Valid
Z2	0.895	Valid
Z3	0.819	Valid

Sumber : Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak memiliki nilai outer loading $>0,7$. Namun menurut Chin, (1998) skala pengukuran outer loading 0,5 hingga 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*. Data diatas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai outer loadingnya dibawah 0,5. Sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dana dapat digunakan analisis lebih lanjut lagi.

Discriminant validity

Menilai validitas diskriminan yaitu dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) $> 0,5$. Sehingga dapat dikatakan valid secara validitas diskriminan (Ghozali, 2018). Berikut nilai AVE dari masing-masing variabel penelitian :

Tabel 2. Nilai average variance extracted

Construct Validity and Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Kegunaan yang Dirasakan	0.971	Valid
Keamanan yang Dirasakan	0.712	Valid
Kemudahan	0.797	Valid

Construct Validity and Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Penggunaan		
Adopsi <i>E-wallet</i>	0.730	Valid
Kepercayaan	0.730	Valid

Sumber : Analisis data primer, 2024

Berdasarkan Tabel 2, setiap variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai AVE yaitu > 0,5. Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai masing -masing untuk Kegunaan yang Dirasakan sebesar 0.971, nilai Keamanan yang Dirasakan sebesar 0.712, nilai Kemudahan Penggunaan sebesar 0.797, nilai Adopsi *E-wallet* sebesar 0.730, dan nilai Kepercayaan sebesar 0.730. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan *valid* secara validitas diskriminan.

Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk (Ghozali, 2018). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

Composite reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0.7 (Ghozali, 2018). Tabel 3, merupakan nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini:

Tabel 3. Composite reliability

Construct Validity and Reliability	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kegunaan yang Dirasakan	0.887	0.917	Reliable
Keamanan yang Dirasakan	0.899	0.925	Reliable
Kemudahan Penggunaan	0.915	0.940	Reliable
Adopsi <i>E-wallet</i>	0.877	0.915	Reliable
Kepercayaan	0.815	0.890	Reliable

Sumber: Data analisis primer, 2024

Dari tabel 3, setiap variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0.7. *Cronbach's alpha* dengan nilai variabel Kegunaan yang Dirasakan sebesar 0.887, nilai variabel Keamanan yang Dirasakan sebesar 0.899, nilai variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0.915, nilai Adopsi E-wallet sebesar 0.877, dan nilai variabel Kepercayaan sebesar 0.815. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel sudah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. *Composite reliability* dengan nilai variabel Kegunaan yang Dirasakan sebesar 0.917, nilai variabel Keamanan yang Dirasakan sebesar 0.925, nilai variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0.940, nilai Adopsi E-wallet sebesar 0.915, dan nilai variabel Kepercayaan sebesar 0.890. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel

Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai cut off yang menunjukkan nilai tolerance > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 5 (Ghozali, 2018). Tabel 5, adalah nilai VIF yang ada dalam penelitian ini.

Tabel 4. Collinearity statistic (VIF)

Inner VIF Values	VIF	Keterangan
Kegunaan yang Dirasakan → Adopsi E-wallet	2.824	Non multicollinearity
Keamanan yang Dirasakan → Adopsi E-wallet	1.801	Non multicollinearity
Kemudahan Penggunaan → Adopsi E-wallet	3.808	Non multicollinearity
Kepercayaan → Adopsi E-wallet	2.620	Non multicollinearity
Kegunaan yang Dirasakan → Kepercayaan	2.804	Non multicollinearity
Keamanan yang Dirasakan	1.643	Non multicollinearity
Kemudahan Penggunaan → Kepercayaan	3.052	Non multicollinearity

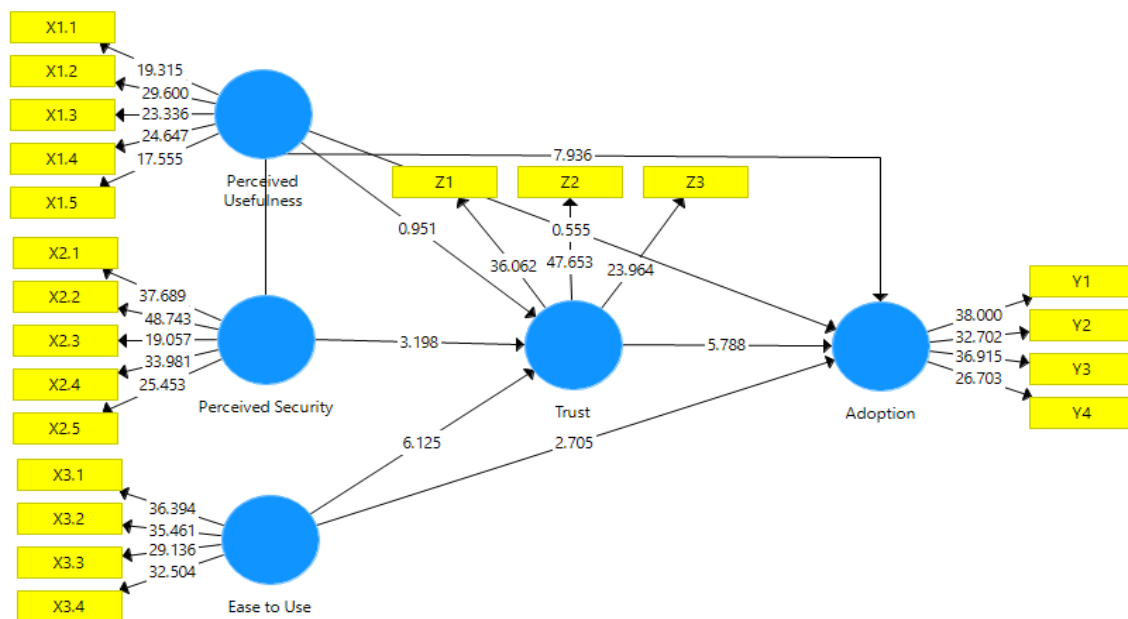
Sumber: Data analisis primer, 2024

Dari tabel 4, hasil dari *Collinearity Statistic* menunjukkan setiap nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 nilai variabel Kegunaan yang Dirasakan terhadap variabel Adopsi E-wallet sebesar 2.824, nilai variabel Keamanan yang Dirasakan terhadap variabel Adopsi E-wallet sebesar 1.7801, nilai variabel Kemudahan Penggunaan

terhadap variabel Adopsi *E-wallet* sebesar 3.808, nilai variabel Kepercayaan terhadap variabel Adopsi *E-wallet* sebesar 2.620, nilai variabel Kegunaan yang Dirasakan terhadap variabel Kepercayaan sebesar 2.804, nilai variabel Keamanan yang Dirasakan terhadap variabel Kepercayaan sebesar 1.643, dan nilai variabel Kemudahan Penggunaan terhadap variabel Kepercayaan sebesar 3.052. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi penelitian ini dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas atau *non multicollinearity*.

Analisis inner model

Model struktural (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten atau menguji hipotesis. Berikut gambar diagram alir dari model struktural dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Inner model

Evaluasi model ini dilakukan menggunakan *Coefficient Determination* (R^2), uji kebaikan (*Goodness of Fit*), dan uji hipotesis (*Uji t*, *Direct Effect*, dan *Indirect Effect*).

Uji Kebaikan Model (*Goodness of fit*)

Coefficient of Determination (R^2) Uji R Square dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut nilai koefisien determinasi (R^2) dari penelitian ini:

Tabel 5. Nilai R-square

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan (Z)	0.618	0.611
Adopsi E-wallet (Y)	0.763	0.757

Sumber: Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 5, R-Square digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Kegunaan yang Dirasakan, Keamanan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan yaitu 0.618 atau 61,8% maka hubungan ini adalah hubungan yang sedang, R-Square juga digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Kegunaan yang Dirasakan, Keamanan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi E-wallet yaitu 0.763 atau 76,3%, maka hubungan ini adalah hubungan yang kuat.

Uji selanjutnya adalah uji *Effect Size*. Uji *Effect Size* dilakukan untuk menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan kriteria nilai *f square* 0.02 dinyatakan kecil, 0.15 dinyatakan sedang, dan $f > 0.35$ dinyatakan besar. Berikut nilai *effect size* dari penelitian ini:.

Tabel 6. F Square

	F Square
Kegunaan yang Dirasakan → Adopsi E-wallet	0.001
Keamanan yang Dirasakan → Adopsi E-wallet	0.380
Kemudahan Penggunaan → Adopsi E-wallet	0.052
Kepercayaan → Adopsi E- wallet	0.254
Kegunaan yang Dirasakan → Kepercayaan	0.007
Keamanan yang Dirasakan → Kepercayaan	0.096
Kemudahan Penggunaan → Kepercayaan	0.248

Sumber: Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 6, nilai *f square* digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel. Nilai pengaruh variabel Kegunaan yang Dirasakan terhadap variabel Adopsi E-wallet memiliki nilai sebesar 0.001 dan dinyatakan kecil, nilai

pengaruh variabel Keamanan yang Dirasakan terhadap variabel Adopsi *E-wallet* memiliki nilai sebesar 0.380 dan dinyatakan besar, nilai pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan terhadap variabel Adopsi *E-wallet* memiliki nilai sebesar 0.052 dan dinyatakan kecil, nilai pengaruh variabel Kepercayaan terhadap variabel Adopsi *E-wallet* memiliki nilai sebesar 0.254 dan dinyatakan sedang, nilai pengaruh variabel Kegunaan yang Dirasakan terhadap variabel Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0.007 dan dinyatakan kecil, nilai pengaruh variabel Keamanan yang Dirasakan terhadap variabel Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0.096 dan dinyatakan kecil, dan nilai pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan terhadap variabel Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0.248 dan dinyatakan sedang. Uji selanjutnya adalah Normed Fit Model (NFI). Normed Fit Model (NFI) menghasilkan nilai antara 0 dan 1. Jika nilai $NFI > 0.1$ maka model akan didapat baik atau diterima (Accepted). Semakin nilai NFI dekat ke 1, maka semakin baik kecocokannya dan diterima. Berikut nilai NFI penelitian ini.

Tabel 7. Normed Fit Model (NFI)

Model Fit	Model Saturated
NFI	0.811

Sumber: Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 7, nilai NFI menunjukkan nilai antara 0 dan 1 dengan $NFI > 0.1$ pada *saturated model* dan *estimated model* dengan besar 0.811 dan 0.811. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki nilai yang baik atau diterima (Accepted).

Uji hipotesis

Untuk pengujian hipotesis di penelitian ini dapat menggunakan tabel nilai *path coefficient* untuk pengaruh langsung dan *specific indirect effect* untuk pengaruh tidak langsung (mediasi).

Uji path coefficient

Nilai *p value* < 0.05 menunjukkan ada pengaruh langsung antar variabel sedangkan nilai *p value* > 0.05 menunjukkan tidak ada pengaruh langsung antar variabel. Pada penelitian ini nilai signifikansi yang digunakan adalah *t-statistic* 1.96 (significant level = 5%). Jika nilai *t-statistic* > 1.96 maka terdapat pengaruh signifikan (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan software SmartPLS (Partial Least Square) 3.0. Tabel 8, merupakan nilai *path coefficient* hasil pengujian.

Tabel 8. Path coefficient

Path Coefficients	Original Sample	T-statistic	P-values	Keterangan
Kegunaan yang Dirasakan → Adopsi <i>E-wallet</i>	-0.030	0.555	0.289	Tidak Signifikan

Path Coefficients	Original Sample	T-statistic	P-values	Keterangan
Keamanan yang Dirasakan → Adopsi <i>E-wallet</i>	0.403	7.936	0.000	Signifikan
Kemudahan Penggunaan → Adopsi <i>E-wallet</i>	0.216	2.705	0.004	Signifikan
Kepercayaan → Adopsi <i>E-wallet</i>	0.397	5.788	0.000	Signifikan
Kegunaan yang Dirasakan → Kepercayaan	0.089	0.951	0.171	Tidak Signifikan
Keamanan yang Dirasakan → Kepercayaan	0.245	3.198	0.001	Signifikan
Kemudahan Penggunaan → Kepercayaan	0.537	6.125	0.000	Signifikan

Sumber: Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 8, interpretasinya sebagai berikut:

1. Hasil analisis direct effect menunjukkan nilai original sample sebesar -0.030 dan P-values 0.289 > 0.05 yang dinyatakan tidak signifikan, maka H1 : Kegunaan yang Dirasakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* ditolak.
2. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.403 dan P-values 0.000 < 0.05 yang dinyatakan positif signifikan, maka H2 : Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* diterima.
3. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.216 dan P-values 0.004 < 0.05 yang dinyatakan tidak signifikan, maka H3 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* diterima.
4. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.397 dan P-values 0.000 < 0.05 yang dinyatakan positif signifikan, maka H4 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* diterima.
5. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.089 dan P-values 0.171 > 0.05 yang dinyatakan tidak signifikan, maka H5 : Kegunaan yang Dirasakan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepercayaan ditolak.
6. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.245 dan P-values 0.001 < 0.05 yang dinyatakan positif signifikan, maka H6 : Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan diterima.

7. Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.537 dan P-values 0.000 < 0.05 yang dinyatakan positif signifikan, maka H7 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan diterima.

Uji Indirect Effect

Kriteria analisis *indirect effect* adalah dengan melihat nilai specific indirect effect yang menunjukkan nilai positif atau negative. Jika nilai probabilitas (P-values) < 0.5, maka signifikan dan memiliki pengaruh tidak langsung atau berhasil memediasi pengaruh langsung atau tidak langsung berhasil memediasi. Berikut analisis indirect effect penelitian ini:

Tabel 8. Indirect Effect

Specific Indirect Effect	Original Sample	T-statistic	P-values	Keterangan
Kegunaan > Kepercayaan -> Adopsi	0,035	0.906	0.183	Negative Tidak Signifikan
Keamanan -> Kepercayaan -> Adopsi	0,097	2.980	0.002	Positive Signifikan
Kemudahan > Kepercayaan -> Adopsi	0,213	4.367	0.000	Positive Signifikan

Sumber: Data analisis primer, 2024

Berdasarkan tabel 9, interpretasinya sebagai berikut:

- Kepercayaan memediasi hubungan antara kegunaan terhadap Adopsi. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 0.906 yang artinya < 1.96 dengan nilai p value sebesar 0.183 yang artinya > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kegunaan terhadap Adopsi tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial.
- Kepercayaan memediasi hubungan antara Keamanan terhadap Adopsi. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 2.980 yang artinya > 1.96 dengan nilai p value sebesar 0.002 yang artinya < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa Keamanan terhadap Adopsi dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial.
- Kepercayaan memediasi hubungan antara Kemudahan terhadap Adopsi. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 4.367 yang artinya > 1.96 dengan nilai p value sebesar 0.000 yang artinya < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan terhadap Adopsi dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial.
- Selanjutnya menunjukkan nilai original sample sebesar 0.089 dan P-values 0.171 > 0.05 yang dinyatakan tidak signifikan, maka H5 : Kegunaan yang Dirasakan

berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepercayaan ditolak.

PEMBAHASAN

Kegunaan yang Dirasakan dengan Adopsi E-wallet

Hasil analisis menunjukkan Kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 0.555 dengan besar pengaruh sebesar -0.030 dan nilai p-value sebesar 0.289. Dengan nilai t-statistic < 1.96 dan nilai p values > 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa tidak baik Kegunaan yang Dirasakan maka akan semakin tidak baik pula Adopsi E-wallet. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmiati & Yuannita, 2019) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi E-Wallet.

Keamanan yang Dirasakan dengan Adopsi E-wallet

Hasil analisis menunjukkan Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 7.936 dengan besar pengaruh sebesar 0.403 dan nilai p-value sebesar 0.000. Dengan nilai t-statistic > 1.96 dan nilai p values < 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa lebih baik Keamanan yang Dirasakan maka akan semakin baik pula Adopsi E-wallet. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati, 2021) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi keamanan dan adopsi penggunaan e-wallet.

Kemudahan Penggunaan dengan Adopsi E-wallet

Hasil analisis menunjukkan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 2.705 dengan besar pengaruh sebesar 0.216 dan nilai p-value sebesar 0.004. Dengan nilai t-statistic > 1.96 dan nilai p values < 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa lebih baik Kemudahan Penggunaan maka akan semakin baik pula Adopsi E-wallet. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019), Pertiwi, et al. (2020), Gita & Juliarsa (2021), dan Pitura, et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi penggunaan e-wallet.

Kepercayaan dengan Adopsi E-wallet

Hasil analisis menunjukkan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi E-wallet. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 5.788 dengan besar pengaruh sebesar 0.397 dan nilai p-value sebesar 0.000. Dengan nilai t-statistic > 1.96 dan nilai p values < 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa lebih baik Kepercayaan maka akan semakin baik pula Adopsi E-wallet. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurzanita & Marlina, 2020) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi e-wallet Go Pay di Surabaya.

Kegunaan yang Dirasakan dengan Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 0.951 dengan besar pengaruh sebesar 0.089 dan nilai p-value sebesar 0.171. Dengan nilai t-statistic < 1.96 dan nilai p values > 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa tidak baik Kegunaan yang Dirasakan maka akan semakin tidak baik pula Kepercayaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Himawati & Firdaus, 2021) menemukan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penggunaan e-wallet.

Keamanan yang Dirasakan dengan Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 3.198 dengan besar pengaruh sebesar 0.245 dan nilai p-value sebesar 0.001. Dengan nilai t-statistic > 1.96 dan nilai p values < 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa lebih baik Keamanan yang Dirasakan maka akan semakin baik pula Kepercayaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ernawati, (2021) menemukan bahwa persepsi keselamatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Kemudahan Penggunaan dengan Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 6.125 dengan besar pengaruh sebesar 0.537 dan nilai p-value sebesar 0.000. Dengan nilai t-statistic > 1.96 dan nilai p values < 0.05 dan hasil analisis pengaruh langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa lebih baik Kemudahan Penggunaan maka akan semakin baik pula Kepercayaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Jamiah et al., (2022) menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Perceived Usefulness terhadap Adopsi dimediasi Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Kegunaan yang Dirasakan tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan. sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 0.906 dengan besar pengaruh sebesar 0.035 dan nilai p-value sebesar 0.183. dengan nilai t-statistic < 1.96 dan nilai p values > 0.05 sehingga hasil analisis pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa Kegunaan yang Dirasakan terhadap adopsi tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Asida & Kuswati, 2023) menyatakan bahwa kepercayaan dapat memediasi pengaruh manfaat terhadap kepercayaan.

Keamanan yang Dirasakan terhadap Adopsi dimediasi Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Keamanan yang Dirasakan dapat dimediasi oleh kepercayaan. sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 2.980 dengan besar pengaruh sebesar 0.097 dan nilai p-value sebesar

0.002. dengan nilai t-statistic >1.96 dan nilai p values < 0.05 sehingga hasil analisis pengaruh tidak langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa Keamanan yang Dirasakan terhadap adopsi dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ming & Jais, 2022) menyatakan bahwa kepercayaan dapat memediasi pengaruh keamanan terhadap kepercayaan.

Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi di mediasi Kepercayaan

Hasil analisis menunjukkan Kemudahan Penggunaan dapat dimediasi oleh kepercayaan. sesuai dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai hasil t-statistic sebesar 4.367 dengan besar pengaruh sebesar 0.213 dan nilai p-value sebesar 0.000. dengan nilai t-statistic >1.96 dan nilai p values < 0.05 sehingga hasil analisis pengaruh tidak langsung dinyatakan memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa Kemudahan Penggunaan terhadap adopsi dapat dimediasi oleh kepercayaan secara parsial. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dirnaeni et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan dapat memediasi pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan diperoleh bahwa Kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *E-wallet*. Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet*. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet*. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-wallet*. Kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan. Keamanan yang Dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Kegunaan yang Dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* yang dimediasi oleh Kepercayaan. Keamanan yang Dirasakan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* yang dimediasi oleh Kepercayaan. Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Adopsi *E-wallet* yang dimediasi oleh Kepercayaan.

Saran yang diberikan pada penelitian ini adalah Diharapkan penelitian berikutnya menggunakan skala responden lebih besar dalam memperoleh data penelitian, agar data yang dikumpulkan bisa lebih akurat dan nyata. Selain itu Penelitian ini memiliki variabel yang diteliti hanya Kegunaan yang Dirasakan, Keamanan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan adopsi *e-wallet*. Sehingga disarankan untuk melakukan penelitian menggunakan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adults, M. Y. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan

- Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital "OVO." *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 153–163. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/view/131><https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/download/131/88>
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>
- Alwi, S., Nadia, M., Salleh, M., Alpandi, R. M., Farazh Ya'acob, F., Mariam, S., & Abdullah, M. (2021). Fintech As Financial Inclusion: Factors Affecting Behavioral Intention To Accept Mobile E-Wallet During Covid-19 Outbreak. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(7), 2130–2141.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksi Preneur : Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Asida, A. Y. N., & Kuswati, R. (2023). E-wallet Adoption in The Covid-19 Period: The Roles Of Perceived Benefits As Mediating Variable . *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(1), 23–34. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3604>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3567>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Darma, G. P. G. W. W., & Devi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet di Kota Denpasar). *Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(04), 1422–1433. <https://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/9868><https://repo.undiksha.ac.id/9868/9/1617051012-LAMPIRAN.pdf>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada Masa Physical Distancing. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2652>
- Dinamani, D., Handrijaningsih, L., T.R, S. M., & Anisah, A. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 287–303.
- Efendi, A., & Rahmiati, R. (2020). Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 26–38. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890000>
- Ernawati, L. N. N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen*

- Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i3.194>
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Jamiah, N., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet Gopay Di Kota Madiun). *SIMBA*, 10(2), 1–19.
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.Kasiram.
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6020040>
- Kustiyah, I. K. dan S. H. dan E. (2019). KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO DI SURAKARTA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Maritha, R. F., & Kuswati, R. (2022). Analisis Pengaruh E-Wom Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Adopsi E-Wallet. *Eprints UMS*. <http://eprints.ums.ac.id/98275/>
- Meyrilliana, P., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Ming, K. L. Y., & Jais, M. (2022). Factors Affecting the Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.64708>
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 277–288.
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Raghav Rao, H. (2021). Why do people use mobile payment technologies and why would they continue? An examination and implications from India. *Research Policy*, 50(6), 104228. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104228>
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2021). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Rafique, H., Omran, A. O., Shamim, A., & Anwar, F. (2019). Investigating the acceptance of mobile library applications with an extended technology acceptance model (TAM). *Computers and Education*, 25(2), 1–21.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi

- Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Ecobank* , 2(2), 157–168.
- Rahmiati, R., & Yuannita, I. I. (2019). The influence of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude on purchase intention. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(1), 27–34. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10884800>
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. *Economic Education and Entrepreneurship Http://E-Journal.Ivet.Ac.Id/Index.Php/Jeee Pengaruh*, 1(2), 66–80.
- Setiawan, A., Roofing Atun , S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Go Pay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66–72. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Sulfina, S., Yulinar , Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopipay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105–116. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>
- Wardana, A. A., Saputro, E. P., Wahyuddin, M., & Abas, N. I. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 21(8), 386–395.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997>
- Yuliana, R. &. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Ecobank* , 2(2), 157–168. <https://www.liputan6.com>