



PROSIDING

Seminar Nasional

IKIP PGRI Bojonegoro

"Transformasi Pendidikan: Pilar Membangun Masyarakat Madani di Era 5.0"

PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MAHASISWA GUNAKAN E-WALLET

Rama Candra Putra Prasetya¹, Nur Rohman², Ali Mujahidin³

¹ IKIP PGRI Bojonegoro. Email: Orammm0@gmail.com

Abstract

This study investigates the factors influencing the intention of students in the Economics Education Program at IKIP PGRI Bojonegoro to use e-wallets. Amidst the rapid growth of fintech, e-wallet adoption is crucial, yet understanding the driving factors among students remains limited. This quantitative research employs a survey of 73 students, with multiple linear regression analysis to test the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and trust. The results reveal that perceived ease of use ($\beta = 0.251$, $p < 0.05$) and trust ($\beta = 0.342$, $p < 0.05$) significantly increase the intention to use e-wallets. Interestingly, perceived usefulness does not show a significant influence ($p > 0.05$). Simultaneously, these three factors are significant in predicting usage intention ($F = 18.528$, $p < 0.001$), with a coefficient of determination (R^2) of 0.446. These findings imply that e-wallet providers need to prioritize user-friendly design and build trust through security and transparency. Educational institutions also play a vital role in enhancing students' digital literacy. This research contributes to the understanding of technology adoption behavior among young generations, with practical implications for developing effective fintech strategies.

Keywords: *Ease of Use, Usefulness, Trust, Intention to Use, E-wallet*

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi faktor-faktor yang memengaruhi niat mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam menggunakan e-wallet. Di tengah pesatnya pertumbuhan fintech, adopsi e-wallet menjadi krusial, namun pemahaman terhadap faktor pendorongnya di kalangan mahasiswa masih terbatas. Penelitian kuantitatif ini menggunakan survei terhadap 73 mahasiswa, dengan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan. Hasil penelitian mengungkap bahwa kemudahan penggunaan ($\beta = 0.251$, $p < 0.05$) dan kepercayaan ($\beta = 0.342$, $p < 0.05$) secara signifikan meningkatkan niat menggunakan e-wallet. Menariknya, persepsi kemanfaatan tidak menunjukkan pengaruh signifikan ($p > 0.05$). Secara simultan, ketiga faktor ini signifikan dalam memprediksi niat penggunaan ($F = 18.528$, $p < 0.001$), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.446. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penyedia e-wallet perlu memprioritaskan desain yang mudah digunakan dan membangun kepercayaan melalui keamanan dan transparansi. Institusi pendidikan juga berperan penting dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman perilaku adopsi teknologi di kalangan generasi muda, dengan implikasi praktis bagi pengembangan strategi fintech yang efektif.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Niat Menggunakan, E-wallet

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan global, terutama melalui kemunculan teknologi finansial (fintech) yang menawarkan inovasi layanan keuangan berbasis digital. Salah satu bentuk paling populer dari fintech adalah electronic wallet (e-wallet), yang memudahkan transaksi sehari-hari (Mujahidin & Astuti, 2020). E-wallet tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam pembayaran, tetapi juga berpotensi memperluas inklusi keuangan di kalangan masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal. E-wallet kini telah menjadi alternatif utama dalam aktivitas pembayaran harian karena kepraktisannya, efisiensi waktu, serta integrasi yang luas dengan berbagai layanan ekonomi digital (Arner et al., 2016). Di Indonesia, pertumbuhan adopsi e-wallet tergolong pesat, didukung oleh tingginya penetrasi internet, masifnya penggunaan smartphone, dan pergeseran preferensi konsumen menuju transaksi non-tunai (Insight Asia, 2023). Platform e-wallet seperti GoPay, OVO, dan DANA tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga berkontribusi pada perluasan inklusi keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan oleh lembaga keuangan formal (Widyastuti et al., 2022).

Dalam konteks pengguna muda, mahasiswa menjadi segmen yang sangat potensial karena memiliki karakteristik digital-native dan tingkat adaptabilitas teknologi yang tinggi. Namun, kemudahan akses saja tidak menjamin tingkat adopsi yang optimal. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat fungsional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan persepsi subjektif pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Salah satu model teoritis yang paling sering digunakan untuk memahami fenomena ini adalah Technology Acceptance Model (TAM), yang mengidentifikasi tiga elemen utama yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi kepercayaan.

Persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha besar secara fisik maupun kognitif, sedangkan persepsi kemanfaatan berkaitan dengan pandangan pengguna bahwa teknologi tersebut memberikan nilai tambah atau efisiensi dalam kehidupan mereka. Sementara itu, persepsi kepercayaan menempati posisi yang semakin krusial dalam adopsi sistem digital berbasis transaksi, terutama karena isu keamanan siber dan perlindungan data pribadi kian menjadi perhatian publik. Kepercayaan terhadap keamanan dan privasi data berperan penting dalam keputusan adopsi e-wallet, khususnya di kalangan pengguna muda. Dalam konteks ini, mahasiswa yang merasa yakin terhadap aspek proteksi data pribadi dan keamanan sistem akan lebih cenderung untuk menjadikan e-wallet sebagai alat pembayaran utama, sementara persepsi negatif terhadap keamanan dapat menjadi hambatan yang substansial.

Meskipun penelitian mengenai TAM telah banyak dilakukan dalam konteks fintech, masih terdapat kekosongan dalam kajian yang berfokus pada populasi mahasiswa di daerah tertentu, seperti Bojonegoro. Konteks lokal ini penting untuk diperhatikan mengingat faktor sosial-budaya dan kondisi ekonomi wilayah dapat memengaruhi cara individu berinteraksi dan

beradaptasi dengan teknologi keuangan. Prabowo et al. (2021) mencatat bahwa karakteristik demografis pengguna dapat menjadi moderator dalam hubungan antara persepsi teknologi dan niat perilaku.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet, dengan mengambil studi kasus pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai perilaku adopsi teknologi digital di kalangan generasi muda, serta memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi layanan fintech yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap kebutuhan pengguna lokal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menilai pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap niat mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam menggunakan e-wallet.. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada 73 mahasiswa, yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan pengalaman mereka menggunakan e-wallet. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%. Kuesioner mencakup pertanyaan tentang data demografis serta persepsi responden terhadap kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan (diukur dengan skala Likert 5 poin), serta niat mereka untuk menggunakan e-wallet.

Variabel-variabel ini didefinisikan secara operasional sebagai tingkat keyakinan mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan, peningkatan kinerja, keamanan, dan kecenderungan untuk menggunakan e-wallet di masa depan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS, setelah memastikan bahwa uji prasyarat seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas terpenuhi. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F pada tingkat signifikansi 5%, dengan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Sekaran & Bougie, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis statistik yang diterapkan bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data yang telah dikumpulkan.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics				
N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation

Kemudahan	73	17	27	23.55	2.375
Kemanfaatan	73	19	29	24.45	2.115
Kepercayaan	73	20	27	23.82	1.719
Niat Menggunakan	73	21	28	24.14	1.593
Valid (listwise)	N73				

(Sumber: Hasil olah data SPSS 2025)

Dalam analisis yang dilakukan, Peneliti menganalisis data dari 73 responden untuk mengevaluasi variabel terkait Niat Menggunakan. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kemudahan memiliki nilai rata-rata 23,55, Kemanfaatan 24,45, Kepercayaan 23,82, dan Niat Menggunakan 24,14, yang semua menunjukkan persepsi positif meski ada variasi. Temuan ini memberikan wawasan penting untuk strategi pemasaran dan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna..

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* Test dengan hasil sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N				73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean			.0000000
	Std. Deviation			1.18525569
Most Extreme Differences	Absolute			.052
	Positive			.052
	Negative			-.048
Test Statistic				.052
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.			.904
	99% Confidence Interval Lower Bound			.896
	Upper Bound			.912
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				
d. This is a lower bound of the true significance.				
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.				

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (2025)

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada model regresi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Dan yang tersaji dalam Gambar 2.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.190	2.336		3.506	.001		
	KEMUDAHAN	.251	.073	.374	3.410	.001	.669	1.495
	KEMANFAATAN	.078	.079	.103	.989	.326	.734	1.363
	KEPERCAYAAN	.342	.090	.369	3.818	.000	.860	1.163

a. Dependent Variable: NIAT MENGGUNAKAN

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinearitas (2025)

Dalam tabel koefisien, nilai Toleransi untuk Kemudahan (0.669), Kemanfaatan (0.734), dan Kepercayaan (0.860) menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas, karena semua nilai di atas 0.1. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing variabel 1.495 untuk Kemudahan, 1.363 untuk Kemanfaatan, dan 1.163 untuk Kepercayaan juga berada di bawah 10, yang menegaskan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan. Dengan demikian, model regresi ini valid, dan setiap variabel independen dapat memberikan kontribusi yang berbeda terhadap niat menggunakan e-wallet tanpa saling memengaruhi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser bertujuan untuk mendeteksi adanya variabilitas yang tidak konstan dalam residual dari model regresi. Jika terdapat heteroskedastisitas, maka kesimpulan yang diambil dari model regresi dapat menjadi tidak valid., disajikan dalam Gambar 3.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.852	1.379		.617
	KEMUDAHAN	.032	.043	.107	.731
	KEMANFAATAN	-.048	.047	-.144	-1.035
	KEPERCAYAAN	.022	.053	.053	.416

a. Dependent Variable: Abs RES

Gambar 3. Hasil Uji heteroskedastisitas (2025)

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser pada tabel koefisien menunjukkan hasil yang penting untuk analisis regresi. Dalam uji ini, residual absolut (Abs_RES) diregresikan terhadap variabel independen, yaitu Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk Kemudahan adalah 0.467, untuk Kemanfaatan 0.304, dan untuk Kepercayaan 0.679, semuanya lebih besar dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa tidak ada koefisien yang signifikan, dan tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model ini. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, dan model regresi dianggap valid. Kesimpulannya, hasil uji Glejser menunjukkan bahwa variabilitas residual dalam model ini adalah konstan, sehingga analisis yang diperoleh dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan. Dan memastikan asumsi dasar untuk analisis statistik selanjutnya

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.190	2.336		3.506
	Kemudahan	.251	.073	.374	3.410
	Kemanfaatan	.078	.079	.103	.989
	Kepercayaan	.342	.090	.369	3.818

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan

Gambar 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (2025)

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh tiga variabel independen—Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan—terhadap variabel dependen, Niat Menggunakan. Model regresi yang diperoleh dinyatakan dengan rumus:

$$Y = 8.190 + 0.251X_1 + 0.078X_2 + 0.363X_3$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kemudahan memiliki koefisien 0.251 dengan p-value 0.001, menandakan pengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan, di mana setiap peningkatan satu unit dalam Kemudahan dapat meningkatkan Niat Menggunakan sebesar 0.251. Sebaliknya, variabel Kemanfaatan dengan koefisien 0.078 dan p-value 0.326 tidak

berpengaruh signifikan. Sementara itu, variabel Kepercayaan menunjukkan koefisien 0.342 dan p-value 0.001, juga berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan, di mana peningkatan satu unit dalam Kepercayaan dapat meningkatkan Niat Menggunakan sebesar 0.342. Secara keseluruhan, Kemudahan dan Kepercayaan merupakan faktor signifikan, sedangkan Kemanfaatan tidak berpengaruh, yang penting untuk strategi pemasaran dan pengembangan Aplikasi

UJI HIPOTESIS

Uji T

Uji t dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel independen (Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan) mempengaruhi variabel dependen (Niat Menggunakan). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% (0,05), dan perbandingan dilakukan antara nilai t-hitung yang diperoleh dari analisis regresi dengan nilai t-tabel, yang dihitung sebagai $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025; 69) = 2,000$.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.190	2.336		3.506	.001
	Kemudahan	.251	.073	.374	3.410	.001
	Kemanfaatan	.078	.079	.103	.989	.326
	Kepercayaan	.342	.090	.369	3.818	.000
a. Dependent Variable: Niat Menggunakan						

Gambar 5. Hasil Uji T (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan, dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kemudahan memiliki nilai T sebesar 3.410 dengan signifikansi 0.001, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Hal ini berarti bahwa semakin mudah suatu produk atau layanan diakses, semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakannya. Di sisi lain, Kemanfaatan memiliki nilai T sebesar 0.989 dengan signifikansi 0.326, yang menunjukkan bahwa kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Meskipun kemanfaatan penting, dalam konteks ini, ia tidak berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pengguna. Sementara itu, Kepercayaan menunjukkan nilai T sebesar 3.818 dengan signifikansi 0.000, yang mengindikasikan bahwa kepercayaan pengguna terhadap produk atau layanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Secara keseluruhan, analisis ini menyimpulkan bahwa kemudahan dan kepercayaan adalah faktor-faktor penting yang memengaruhi niat menggunakan, sedangkan kemanfaatan tidak memiliki pengaruh signifikan dalam konteks ini.

Uji F

Uji F dilakukan untuk menilai pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen Niat Menggunakan. Dalam penelitian ini, kita ingin mengetahui apakah kombinasi empat variabel independen berpengaruh signifikan, dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Untuk menentukan signifikansi tersebut, dilakukan perbandingan antara nilai F-hitung dan F-tabel, yang dihitung berdasarkan derajat kebebasan. Derajat kebebasan untuk model (df1) adalah 4, sedangkan df2 dihitung dari total responden dikurangi jumlah variabel independen dan satu. Dengan rumus $F\text{-tabel} = F(0,05; 3; 73-3-1)$, diperoleh nilai F-tabel sebesar 2,73.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.482	3	27.161	18.528	.000 ^b
	Residual	101.148	69	1.466		
	Total	182.630	72			
a. Dependent Variable: NIAT MENGGUNAKAN						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KEMANFAATAN, KEMUDAHAN						

Gambar 6. Hasil Uji F (2025)

Hasil uji F dalam tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Niat Menggunakan. Dari tabel, nilai F-hitung adalah 18.528 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi ini jauh di bawah 0.05, kita dapat menolak hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh simultan dari variabel independen (Kepercayaan, Kemanfaatan, dan Kemudahan) terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.422	1.211
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemanfaatan, Kemudahan				

Gambar 7. Hasil Koefisien Determinasi (2025)

Hasil Model Summary menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,446, artinya 44,6% variasi dalam Niat Menggunakan dijelaskan oleh variabel independen seperti Konstanta, Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Kemudahan, sementara 55,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Meskipun model ini cukup baik, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi variabel tambahan yang dapat mempengaruhi niat konsumen.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro untuk menggunakan e-wallet.. Melalui analisis regresi linear

berganda, diperoleh koefisien untuk variabel Kemudahan sebesar 0,251 dengan nilai signifikansi 0,001 ($p < 0,05$). Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kemudahan akan meningkatkan Niat Menggunakan e-wallet sebesar 0,251 satuan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi e-wallet digunakan, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk menggunakannya. Dengan kata lain, kemudahan akses dan penggunaan adalah faktor kunci yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih untuk menggunakan e-wallet.

Selanjutnya, variabel Kepercayaan menunjukkan hasil yang signifikan dengan koefisien sebesar 0,342 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kepercayaan akan meningkatkan Niat Menggunakan e-wallet sebesar 0,342 satuan. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap platform e-wallet sangat memengaruhi keputusan mahasiswa untuk mengadopsinya. Temuan ini sejalan dengan asumsi dasar dari Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa kemudahan dan kepercayaan adalah faktor penting dalam mendorong niat pengguna.

Namun, hasil yang berbeda muncul untuk variabel Kemanfaatan. Koefisien untuk Kemanfaatan tercatat sebesar 0,078 dengan nilai signifikansi 0,326 ($p > 0,05$), yang menunjukkan bahwa Kemanfaatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan e-wallet. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun manfaat yang dirasakan penting, dalam konteks penelitian ini, faktor tersebut tidak berkontribusi secara langsung terhadap niat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet. Ini bisa jadi disebabkan oleh faktor-faktor lain yang lebih dominan, seperti kemudahan dan kepercayaan.

Data deskriptif juga memberikan gambaran mengenai persepsi responden. Rata-rata skor untuk Kemudahan adalah 23,55, sedangkan untuk Kepercayaan adalah 24,45. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa umumnya merasa platform e-wallet yang diteliti mudah digunakan dan memberikan tingkat kepercayaan yang baik. Meskipun skor untuk Kemanfaatan mencapai 23,82, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ini masih kurang berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya yang menegaskan pentingnya Kemudahan dan Kepercayaan dalam mendorong niat menggunakan teknologi. Penelitian oleh Naufal Armanditya dan Filda Rahmiati (2020) serta Venkatesh et al. (2016) menekankan peran penting dari kedua variabel ini. Di sisi lain, penelitian oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen, namun tidak selalu berpengaruh signifikan dalam setiap konteks. Ini menekankan bahwa dalam beberapa situasi, variabel lain seperti kemudahan dan kepercayaan mungkin lebih berpengaruh.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa Kemudahan dan Kepercayaan adalah faktor psikologis utama yang memengaruhi perilaku penggunaan e-wallet mahasiswa. Temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi penyedia layanan e-

wallet, yang dapat menggunakan hasil ini sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan dan kepercayaan konsumen. Selain itu, institusi pendidikan juga dapat memanfaatkan temuan ini untuk memberikan literasi digital kepada mahasiswa, agar mereka dapat menjadi konsumen yang lebih bijak dan kritis, serta mampu memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam menggunakan e-wallet. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan e-wallet jika mereka merasa mudah untuk digunakan dan percaya pada keamanan serta privasi data yang ditawarkan.

Menariknya, persepsi kemanfaatan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Meskipun demikian, secara simultan, ketiga faktor (kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan) secara signifikan memprediksi niat penggunaan e-wallet. Penelitian ini juga menemukan bahwa 44,6% variasi dalam niat menggunakan e-wallet dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Temuan ini menggarisbawahi pentingnya desain antarmuka yang ramah pengguna dan upaya membangun kepercayaan melalui keamanan dan transparansi oleh penyedia e-wallet. Selain itu, institusi pendidikan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman perilaku adopsi teknologi di kalangan generasi muda dan implikasinya terhadap pengembangan strategi fintech yang efektif.

DAFTAR RUJUKAN

- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). The evolution of fintech: A new post-crisis paradigm? *Georgetown Journal of International Law*, 47(4), 1271-1319.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). The impact of user experience on the adoption of digital wallets in India. *International Journal of Bank Marketing*, 37(4), 881-898.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Hussain, M., & Awan, U. (2022). User experience and its impact on the adoption of mobile applications: A case study of e-wallets. *International Journal of Information Management*, 58, 102-115.
- Ismail, A. (2023). Technology acceptance model (TAM) in the digital age: A review. *Journal of Technology and Innovation*, 12(1), 45-67.

- Kauffman, R. J., & Walden, E. A. (2001). Economics and electronic commerce: Survey and research directions. *International Journal of Electronic Commerce*, 5(4), 5-34.
- Kiasati, A., & Labibah, L. (2023). Understanding the dynamics of technology adoption in the digital era. *Journal of Digital Technology*, 10(2), 78-92.
- Kim, D. J., & Prabhakar, B. (2004). Initial trust and the adoption of mobile banking. *Journal of the Association for Information Systems*, 5(4), 1-15.
- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150.
- Prabowo, H., & Yuniarti, N. (2021). Adoption of fintech among students: A case study on e-wallets. *Journal of Economic Education*, 15(3), 213-226.
- Rachmawati, D., & Setiawan, A. (2021). The benefits of e-wallets for students: A survey study. *Journal of Financial Technology*, 9(2), 99-110.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Widyastuti, A., & Kurniawan, B. (2022). The role of e-wallets in financial inclusion in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(1), 34-49.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 54(2), 1085-1091.