J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.5, No.1, Desember 2025

Pengaruh *Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence* Terhadap *Intention To Use E-Wallet*

Sisca Ananda[1], Unik Dwi Lestari[2]
[1]Universitas Esa Unggul
[2]Universitas Esa Unggul
E-mail : siscananda96@student.esaunggul.ac.id [1], unik.dwi@esaunggul.ac.id[2]

Article History:
Received: 12 September 2025
Revised: 01 November 2025
Accepted: 19 November 2025

Keywords: *Dompet Elektronik, Risiko yang Dirasakan, Kegunaan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, Pengaruh Sosial, Niat untuk Menggunakan*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, dan social influence terhadap intention to use e- wallet pada masyarakat DKI Jakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei daring dengan teknik purposive sampling terhadap 170 responden. Data dianalisis dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use (β = 0,431; p < 0,001) dan social influence (β = 0,207; p = 0,016) berpengaruh positif signifikan terhadap intention to use, sedangkan perceived risk (p = 0,658) dan perceived usefulness (p = 0,098) tidak berpengaruh signifikan. Model penelitian ini menjelaskan 43,5% variasi intention to use (R^2 = 0,435). Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial menjadi faktor utama dalam mendorong adopsi e- wallet, sementara manfaat dan risiko dianggap kurang menentukan. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan model Technology Acceptance Model (TAM) di konteks pengguna digital perkotaan, khususnya DKI Jakarta.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan bagi kehidupan manusia, termasuk dalam metode pembayaran yang kini banyak digunakan oleh masyarakat melalui sistem perdagangan elektronik yang dikenal dengan istilah e-wallet (Liana & Fadli, 2024). Inovasi dalam instrumen pembayaran telah menggeser penggunaan uang tunai menjadi metode nontunai yang lebih ekonomis dan efisien. Sistem pembayaran elektronik berbasis aplikasi kini marak digunakan di Indonesia. Kemudahan dalam bertransaksi digital membuat penggunaan dompet digital semakin diminati (Hasna & Trifiyanto, 2023). Kebutuhan penggunaan sistem pembayaran digital seperti e-wallet dapat bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti usia, pendidikan, dan tingkat kepercayaan terhadap teknologi (Hafidz *et al*., 2023). Menurut Septyanto *et al*. (2023), penggunaan e- wallet di Indonesia terus meningkat, sehingga mendorong berbagai penyedia layanan untuk menawarkan promosi guna menarik lebih banyak pengguna baru.

Penggunaan dompet elektronik untuk transaksi daring menjadikan persepsi risiko kegagalan sebagai faktor penting dalam adopsinya (Khan & Abideen, 2023). Risiko ini dapat menghambat penyebaran teknologi finansial, meskipun menawarkan banyak manfaat (Afrinita, 2022). *Perceived risk* juga mempunyai pengaruh negatif terhadap *intention to use*pada layanan dompet digital Janneth & Sari (2022). Menurut Nugraha *et al*. (2021), pengguna terdorong memakai e-wallet jika transaksi yang ditawarkan cepat, efisien, dan sesuai kebutuhan. Hasil penelitian Rismalia & Sugiyanto (2022), menyatakan persepsi kemudahan dalam penggunaan dapat meningkatkan keinginan masyarakat terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Di sisi lain, Wijaya *et al*. (2020) mengklaim bahwa pengaruh sosial atau norma normatif terbentuk dari kepercayaan normatif dan motivasi untuk menghormati orang-orang penting dalam hidup seseorang, seperti keluarga, teman, dan lingkungan tempat kerja. Seiring dengan semakin terjalinnya hubungan sosial, keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan digital seperti e-wallet juga meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Khan & Abideen (2023) dan Alrawad *et al*. (2023) mengklaim keberadaan dari *perceived risk* berpengaruh secara negatif terhadap penggunaan dari dompet digital. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Shamsuddin *et al*. (2023), keberadaan dari *perceived usefulness* dalam hal ini dikatakan berpengaruh positif terhadap dunia penggunaan dompet digital. Hal ini juga didukung oleh penelitian Kumar *et al*. (2024) yang menemukan hal serupa di mana *perceived sefulness* dianggap sebagai indiktor signifikan untuk niat melanjutkan penggunaan dompet digital di kemudian hari. Menurut Raninda *et al*. (2022) persepsi kemudahan dalam hal ini dianggap berpengaruh positif terhadap penggunaan dari dompet digital. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Putri *et al*. (2022) dan Saputra (2023) bahwa ketika ada persepsi kemudahan penggunaan mereka lebih ingin menggunakan dompet digital. Seperti yang diungkapkan oleh Khalida *et al*. (2024) dan Fauziah & Ashifasari (2021), bahwa pengaruh sosial secara signifikan berpengaruh terhadap niat untuk melakukan adopsi pada dompet digital. Hal ini sejalan dalam penelitian yang dilakukan oleh Limanan & Keni (2023) karena dianggap bahwa apabila lingkungan sekitar sudah mulai menggunakan sesuatu, maka pihak-pihak yang lain juga akan mulai mengikuti. Keberadaan dari dampak tidak berpengaruh dalam hal ini terjadi karena adanya perbedaan konteks masyarakat dan pandangan terkait dengan keyakinan. Sebab, walaupun sudah ada pengaruh dari orang lain namun ketika tidak ada keyakinan maka tidak akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan dompet digital.

Penelitian sebelumnya mengenai *perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use , dan social influence* sudah pernah diteliti sebelumnya, namun demikian, variabel *perceived risk* dan *social influence* masih jarang diteliti secara bersamaan pada pengguna e-wallet di Indonesia terutama di DKI Jakarta. *Social influence* memberikan pengaruh signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan e-wallet, khususnya di kalangan generasi muda yang cenderung lebih terhubung secara sosial dan terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya (Aji *et al*., 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use* , dan *social influence* terhadap *intention to use e-wallet*, pada Masyarakat Indonesia, khususnya di DKI Jakarta. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada tataran teori/keilmuan di bidang pemasaran. Selain itu juga memberikan implikasi manajerial yang positif pada pengelolaan e-wallet dalam bertransaksi.

LANDASAN TEORI

Perceived Risk Experience

Perceived risk merupakan persepsi individu terhadap ketidakpastian dan potensi konsekuensi negatif yang mungkin terjadi saat menggunakan suatu produk atau layanan, khususnya dalam transaksi elektronik (Wahyuni *et al*., 2019). Menurut Featherman & Pavlou (2002) risiko yang dipersepsikan mencakup risiko keuangan, privasi, dan kinerja, serta risiko transaksi tertunda, psikologis, dan sosial yang dapat memengaruhi kenyamanan dan kepercayaan pengguna dompet elektronik. Seiring meningkatnya persepsi salah satu dimensi ini, demikian pula kemauan pengguna untuk mengadopsi dompet elektronik. Persepsi ini bersifat subjektif dan mencerminkan kekhawatiran pengguna terhadap risiko yang ditimbulkan, seperti pencurian data, kehilangan uang, atau kesalahan dalam proses transaksi (Rodiah & Melati, 2020). Dalam konteks e-wallet, *perceived risk* terbukti menjadi faktor penghambat signifikan terhadap minat konsumen dalam mengadopsi teknologi ini. Berbagai risiko yang dirasakan mencakup risiko finansial (misalnya kehilangan dana), risiko privasi (kebocoran informasi pribadi), risiko psikologis (kecemasan atau ketidaknyamanan saat bertransaksi), hingga risiko operasional (kesalahan sistem atau proses transaksi tidak valid) (Afandi *et al*., 2019).

Dalam *perceived risk* tingkat risiko yang dirasakan dipengaruhi oleh faktor seperti pengetahuan pengguna, pengalaman sebelumnya, serta tingkat kepercayaan terhadap platform digital (Priyono, 2017). Pendekatan ini menekankan pada persepsi risiko yang dirasakan konsumen, khususnya dalam transaksi elektronik, yang mencakup ketidakpastian terhadap keamanan, privasi, dan konsekuensi yang mungkin timbul dari penggunaan sistem teknologi seperti e-wallet. Risiko yang dipersepsikan dapat berbentuk risiko finansial (kehilangan uang), risiko privasi (pencurian data), dan risiko psikologis (kekhawatiran dan ketidaknyamanan).

Perceived Usefulness

Ariningsih *et al*. (2022) berpendapat bahwa *perceived usefulness* adalah prasyarat inti yang membuat orang tertarik atau tidak tertarik untuk menggunakan teknologi. Orang cenderung mengadopsi teknologi apabila mereka merasa bahwa teknologi tersebut membuat hidup mereka lebih nyaman, sedangkan dalam penelitian Davis (2011) *perceived usefulness* terdiri dari beberapa dimensi, termasuk efisiensi waktu, produktivitas, kemudahan penanganan tugas, dan produktivitas terkait pekerjaan. Dimensi-dimensi ini menggambarkan bagaimana pengguna memperoleh nilai dari penggunaan teknologi dalam konteks yang relevan. Oleh karena itu, konsumen percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat memenuhi kebutuhan pembayaran mereka, atau membuat proses pembayaran lebih nyaman dan efisien, sehingga pembayaran elektronik dalam kondisi yang tidak pasti (Liu & Tai, 2016).

Yang *et al*. (2021) menyatakan bahwa *perceived usefulness* juga menunjukkan efek positif yang signifikan pada niat untuk menggunakan e-wallet dan adopsi e-wallet karena penggunaan teknologi seperti dompet digital lebih menguntungkan. Sedangkan pendekatan ini menekankan pada keyakinan individu bahwa suatu sistem teknologi dapat meningkatkan kinerja atau memudahkan aktivitas mereka. Dalam konteks penggunaan e- wallet, *perceived usefulness* berarti konsumen merasa penggunaan dompet digital benar- benar memberi manfaat dalam kehidupan sehari-hari, seperti menghemat waktu, mempercepat pembayaran, dan mempermudah akses ke berbagai layanan.

Perceived Ease of Use

Perceived ease of use adalah keyakinan bahwa sistem teknologi dapat digunakan tanpa kerja keras yang besar. Mereka menekankan bahwa kemudahan ini mencakup pemahaman sistem secara menyeluruh, proses penggunaan yang tidak rumit, serta waktu dan tenaga yang efisien saat

mempelajari sistem tersebut (Putri *et al*., 2022). Dalam konteks penelitian Nair *et al*. (2023), kemudahan belajar, kenyamanan, dan kemudahan navigasi dari aplikasi e-wallet menjadi aspek penting dalam persepsi pengguna.

Dalam studi yang dilakukan oleh (Rismalia & Sugiyanto 2022), *perceived ease of use* diartikan sebagai keyakinan pengguna bahwa sistem dapat digunakan secara jelas, tidak menyulitkan, dan mudah dikendalikan. Senada dengan itu, (Raninda *et al*. 2022) menegaskan bahwa *perceived ease of use* mencerminkan persepsi bahwa sistem e-wallet dapat digunakan tanpa kesulitan teknis. Penelitian ini menggaris bawahi bahwa faktor kemudahan menjadi kunci untuk menarik pengguna dalam mengadopsi teknologi e-wallet, khususnya di kalangan generasi muda yang menginginkan efisiensi dan kepraktisan dalam aktivitas transaksional digital. Oleh karena itu, kemudahan menjadi salah satu indikator utama dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan berkelanjutan dalam konteks teknologi keuangan digital.

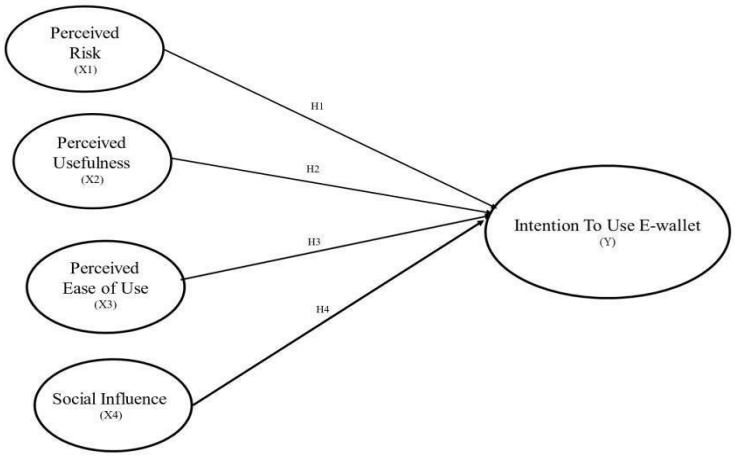
Social Influence

Perdana *et al*. (2018) mengklaim pengaruh sosial adalah persepsi penggunaan sistem yang terdiri atas norma subjektif individu yang mempunyai ikatan dengan individu tersebut untuk mengarahkan atau tidak dalam berperilaku tertentu. Faktor sosial tersebut sebagai internalisasi individual atas referensi budaya kelompok, kesepakatan interpersonal oleh individu yang dibuat orang lain. Pengaruh sosial memperlihatkan persepsi atas penggunaan sistem baru. Menurut Venkatesh *et al*. (2003) pengaruh sosial mencakup sejumlah dimensi, seperti norma yang berkaitan dengan hubungan, topik, atau hubungan yang berhubungan dengan pekerjaan; norma yang menegakkan prinsip bahwa lingkungan sosial memberikan umpan balik positif terkait penggunaan dompet elektronik; dan norma yang berkaitan dengan massa deskriptif atau kritis yang terbukti dari fakta bahwa mayoritas orang di area tersebut telah menggunakan teknologi yang disebutkan di atas. Individu menjadi semakin enggan menggunakan layanan digital karena penggunaan media sosial di area ini menjadi lebih umum. Wijayanto (2022) juga menjelaskan bahwa pengaruh sosial diartikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang mempersepsikan kepentingan yang ia percaya dari orang lain dan mempengaruhi ia untuk menggunakan sistem yang baru. *Social influence* ini adalah penentu niat (intention) diwakili konstruk subjektif dan faktor sosial. Menurut Astika (2017) pengaruh sosial ini berkaitan dengan faktor eksternal (keluarga, teman dan lingkungan kerja) dan mempengaruhi perilaku melalui sinyal atau pesan orang lain yang memfasilitasi pembentukan nilai masyarakat dari sistem teknologi.

Pengaruh sosial ini menjadi pengaruh perilaku dari individu atau kelompok untuk bertindak berdasarkan kebiasaan. Pengaruh tersebut seperti keluarga, peran, referensi dan status sosial. Dampak sosial itu akan mampu dipengaruhi oleh variabel ramah pertemuan kecil, keluarga, pekerjaan dan kesejahteraan ekonomi pembeli, dari penegasan master di atas dapat diketahui bahwa dampak dari unsur social seperti keluarga, sahabat, tetangga dapat berdampak, dengan mempertimbangkan kondisinya. Misalnya, kedudukan sosial, pekerjaan bagus di daerah setempat atau iklim (Tavid & Kurniawati, 2024). Pendekatan ini menekankan pada sejauh mana opini atau perilaku orang lain seperti keluarga, teman, atau tokoh referensi yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan suatu sistem. Dalam penggunaan e-wallet, pengaruh sosial tercermin dari dorongan lingkungan sekitar yang telah lebih dulu menggunakan teknologi tersebut, atau dari persepsi bahwa penggunaan e-wallet merupakan bagian dari tren sosial yang positif dan modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengukur lima konstruk utama, yakni *perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use* , *social influence*, dan *intention to use*, menggunakan indikator- indikator yang telah diadopsi dari penelitian sebelumnya. Untuk konstruk *perceived risk* diadopsi dari Aldammagh *et al*. (2021) yang terdiri dari tiga indikator yang mengevaluasi kekhawatiran pengguna terhadap risiko kehilangan uang, keamanan teknologi, serta potensi kesalahan dalam penggunaan dompet digital. Konstruk *perceived usefulness* diadaptasi dari Aji *et al*. (2020), dengan empat indikator yang menilai sejauh mana dompet digital dianggap dapat mempercepat, meningkatkan kualitas, produktivitas, dan efektivitas transaksi. Konstruk *perceived ease of use* diadopsi dari Teo *et al.* (2015) yang terdiri dari lima indikator yang mencerminkan kemudahan dalam menggunakan e-wallet, seperti kemudahan belajar, keterampilan, kejelasan informasi, dan pemahaman secara umum. Konstruk *social influence* diadopsi dari Shetu *et al.* (2022), dengan tiga indikator yang mengukur pengaruh orang-orang penting dalam kehidupan pengguna terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Terakhir, konstruk *intention to use*juga diadaptasi dari Aji *et al*. (2020), dengan dua indikator yang menilai niat individu untuk menggunakan dompet digital secara umum dan rutin. Model penelitian dapat diilustrasikan seperti pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode survei menggunakan kuesioner daring (online) yang disebarkan melalui Google Form. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1–4, di mana 1 menyatakan "sangat tidak setuju" dan 4 menyatakan "sangat setuju". Penelitian ini tidak menyediakan pilihan jawaban netral agar responden terdorong menunjukkan kecenderungan sikapnya secara lebih jelas. Dengan demikian, jawaban yang diberikan dapat mengurangi bias dan menghasilkan data yang lebih tegas untuk dianalisis. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna e-wallet yang berdomisili di DKI Jakarta. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada karakteristik urban yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi, khususnya dalam penggunaan dompet digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang termasuk dalam kategori non- probability sampling. Adapun kriteria sampel meliputi: (1) berdomisili di DKI Jakarta, (2) berusia antara 17–50 tahun, dan (3) merupakan pengguna aktif e-wallet dalam tiga bulan terakhir. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rekomendasi Hair *et al.* (2019), yaitu 5– 10 responden per indikator. Dengan jumlah total 17 indikator, maka jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 170 responden. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–4, dengan pilihan 1 = sangat tidak setuju hingga 4 = sangat setuju. Pemilihan skala genap tanpa opsi netral bertujuan untuk mengurangi bias kecenderungan tengah (central tendency bias) sehingga responden terdorong memberikan jawaban yang lebih

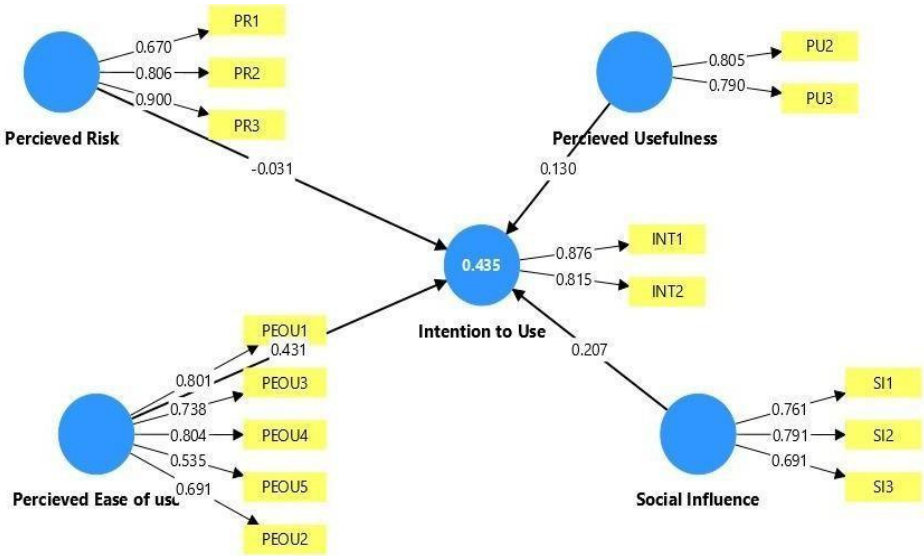
tegas. Indikator setiap konstruk diadaptasi dari penelitian sebelumnya, dengan modifikasi seperlunya agar sesuai konteks penelitian.

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. SEM-PLS dipilih karena mampu menangani model struktural kompleks, tidak menuntut distribusi data normal, serta cocok untuk ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Proses analisis dalam SEM-PLS terdiri dari dua tahap, yakni pengujian model pengukuran (outer model) dan pengujian model struktural (inner model). Pengujian outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, melalui indikator seperti Outer Loadings (> 0,7), Average Variance Extracted (AVE) (> 0,5), Composite Reliability (CR) (> 0,7), dan Cronbach's Alpha (> 0,7) sesuai standar Hair *et al*. (2019). Sementara itu, pengujian inner model dilakukan untuk menguji hubungan antar konstruk, menggunakan nilai path coefficient, nilai R^2, serta uji signifikansi melalui teknik bootstrapping (biasanya dengan 5.000 resampling). Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh konstruk *perceived risk*, *perceived usefulness, perceived ease of use* , dan *social influence* terhadap *intention to use e-wallet* di kalangan masyarakat urban DKI Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Konstruk (Outer Model)

Menampilkan hasil model pengukuran atau outer model yang menghubungkan konstruk dengan indikatornya. Tampak bahwa seluruh indikator menunjukkan kontribusi yang memadai terhadap variabel laten masing-masing. Hubungan yang digambarkan memperlihatkan kekuatan loading yang konsisten dengan hasil uji validitas konstruk. Struktur model ini juga menegaskan bahwa indikator yang dipilih benar-benar mampu mengukur konsep yang diteliti. Visualisasi ini menjadi dasar untuk memastikan bahwa instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas konvergen. Oleh karena itu, model dapat dilanjutkan ke pengujian reliabilitas dan model struktural.



Gambar 2. Outer Model

Validitas diskriminan: Fornell–Larcker

Hasil perhitungan Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50. Hal ini sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al.

(2019), yaitu konstruk dianggap memenuhi validitas konvergen apabila nilai AVE ≥ 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians konstruknya masing-masing sehingga validitas konvergen terpenuhi. AVE tertinggi diperoleh pada konstruk Intention to Use dengan nilai 0,715, yang menunjukkan indikator mampu menjelaskan variabel laten dengan baik. Konstruk lain seperti *perceived risk* dan *perceived usefulness* juga memenuhi kriteria validitas karena nilainya di atas 0,6. Meskipun nilai AVE untuk *perceived ease of use* (0,519) dan *Social Influence* (0,561) lebih rendah dibanding variabel lain, keduanya masih dalam batas minimal yang dapat diterima. Hal ini berarti indikator yang digunakan dapat merepresentasikan konstruk penelitian dengan baik. Dengan demikian, seluruh indikator dianggap sahih untuk melanjutkan ke tahap analisis model struktural.

Tabel 1. AVE

Variabel	**Average variance extracted (AVE)**
Intention to Use	0.715
Perceived Ease of use	0.519
Perceived Risk	0.636
Perceived Usefulness	0.636
Social influence	0.561

Hasil uji validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell–Larcker menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE (√AVE) dari setiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Misalnya, √AVE konstruk Intention to Use sebesar 0,846 lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain (0,615; 0,484; 0,509; -0,079). Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model penelitian ini memenuhi validitas diskriminan sesuai kriteria Fornell–Larcker.

Tabel 2. Hasil Fornell-Larcker

	Intention to Use	***Perceived Ease of use***	***Perceived Risk***	***Perceived Usefulness***	***Social Influence***
Intention to Use	0.846				
Perceived Ease of use	0.615	0.721			
Perceived Risk	-0.079	-0.046	0.797		
Perceived Usefulness	0.484	0.551	-0.165	0.797	
Social Influence	0.509	0.536	-0.036	0.539	0.749

Hasil Uji VIF

Hasil uji collinearity pada inner model menunjukkan bahwa nilai VIF konstruk eksogen terhadap konstruk Intention to Use berada pada rentang 1,033–1,681. Nilai tersebut jauh di bawah batas kritis 5,0 (bahkan di bawah 3,3), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji VIF

	Intention to Use	*Perceived* Ease of use	*Perceived* Risk	*Perceived* Usefulness	Social Influence
Intention to Use					
Perceived Ease of use	1.625				
Perceived Risk	1.033				
Perceived Usefulness	1.681				
Social Influence	1.598				

Hasil PLS Predict

Berdasarkan hasil analisis PLSpredict, diperoleh nilai Q^2_predict pada konstruk Intention to Use sebesar 0,329 (T1) dan 0,222 (T2). Seluruh nilai Q^2_predict bernilai positif, sehingga model memiliki relevansi prediktif. Lebih lanjut, perbandingan antara PLS-SEM dan Linear Model (LM) menunjukkan bahwa pada indikator T2, nilai RMSE (0,751) dan MAE (0,620) dari PLS-SEM lebih rendah dibanding LM (0,772 dan 0,622), yang berarti model PLS memiliki kemampuan prediktif yang lebih baik. Namun pada indikator T1, nilai error PLS sedikit lebih tinggi daripada LM. Dengan demikian, secara umum model dapat disimpulkan memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik, meskipun masih terdapat variasi antar indikator.

Tabel 4. Hasil PLS Predict

	Q^2predict	PLS-SEM_RMSE	PLS-SEM_MAE	LM_RMSE	LM_MAE	IA_RMSE	IA_MAE
IN T1	0.329	0.688	0.554	0.662	0.498	0.840	0.697
IN T2	0.222	0.751	0.620	0.772	0.622	0.852	0.669

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif memberikan gambaran umum mengenai profil jawaban responden terhadap indikator penelitian. Secara umum, rata-rata skor untuk variabel *perceived ease of use* berada di atas 3, yang menunjukkan kecenderungan responden menilai bahwa e-wallet relatif mudah dipahami dan digunakan. Indikator PEOU1 memiliki mean tertinggi yaitu 3,456, menegaskan bahwa responden merasa fitur dasar e-wallet mudah dioperasikan. Variabel *perceived risk* justru memperoleh nilai rata-rata mendekati angka tengah, dengan mean sekitar 2,7–2,9, mengindikasikan adanya persepsi risiko sedang terhadap penggunaan e-wallet. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden cukup percaya diri dalam menggunakan e-wallet, sebagian masih mempersepsikan potensi risiko tertentu.

Pada variabel *social influence*, skor rata-rata berada di kisaran 2,9–3,2, yang menunjukkan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan tergolong cukup kuat. Indikator SI1 memiliki mean tertinggi sebesar 3,228, menandakan dorongan dari lingkungan sosial seperti teman atau keluarga

cukup memengaruhi penggunaan e-wallet. Variabel *intention to use* juga menunjukkan nilai rata-rata di atas 3, yang berarti mayoritas responden cenderung memiliki niat untuk menggunakan e-wallet. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif ini memperlihatkan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan dan niat mengadopsi e-wallet, meskipun masih terdapat perhatian pada aspek risiko.

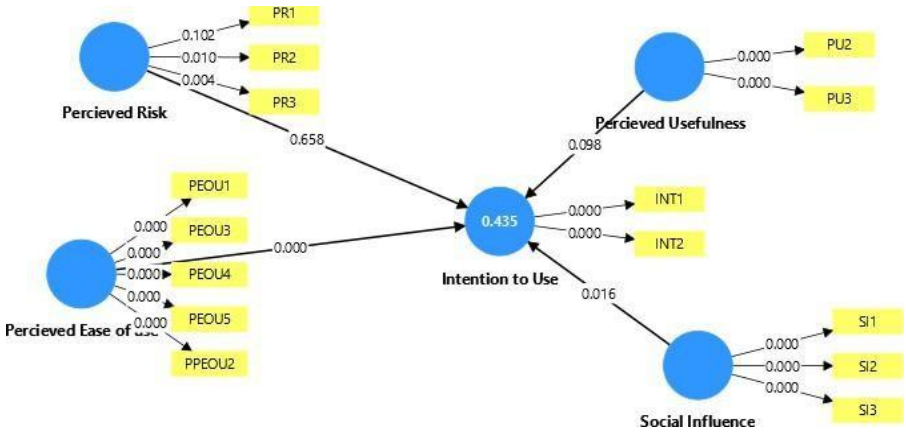
Tabel 5. Uji Statistik Deskriptif

Name	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation
PR1	2.956	3	1	4	1	4	0.965
PR2	2.728	3	1	4	1	4	0.948
PR3	2.767	3	1	4	1	4	0.961
PU2	3.211	3	1	4	1	4	0.837
PU3	3.150	3	1	4	1	4	0.840
PEOU1	3.456	3	1	4	1	4	0.748
PEOU2	3.106	3	1	4	1	4	0.898
PEOU3	3.289	3	1	4	1	4	0.827
PEOU4	3.178	3	1	4	1	4	0.944
PEOU5	3.133	3	1	4	1	4	0.763
SI1	3.228	3	1	4	1	4	0.906
SI2	2.917	3	1	4	1	4	0.868
SI3	3.167	3	1	4	1	4	0.742
INT1	3.411	3	1	4	1	4	0.835
INT2	3.133	3	1	4	1	4	0.846

Hasil Uji Hipotesis

Hasil pengujian model struktural melalui diagram jalur yang menampilkan nilai p-value pada masing-masing hubungan antar variabel. Dari hasil ini terlihat bahwa terdapat dua hubungan yang signifikan, yakni antara *perceived ease of use* terhadap *intention to use*, serta *social influence* terhadap *intention to use*. Kedua hubungan tersebut ditunjukkan dengan nilai p yang berada di bawah 0,05, sehingga hipotesis H3 dan H4 diterima. Sementara itu, hubungan antara *perceived risk* dengan *intention to use* dan antara *perceived usefulness* dengan *intention to use* tidak signifikan, karena nilai p lebih besar dari 0,05. Secara lebih rinci, *perceived ease of use* memiliki pengaruh paling kuat terhadap niat penggunaan e-wallet dengan nilai koefisien jalur 0,431 dan $p < 0,001$.

Selanjutnya, *social influence* juga berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien 0,207 dan $p = 0,016$. Sebaliknya, *perceived usefulness* dengan nilai koefisien 0,130 dan $p = 0,098$ serta *perceived risk* dengan koefisien –0,031 dan $p = 0,658$ dinyatakan tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks responden penelitian, faktor kemudahan penggunaan dan dorongan sosial lebih menentukan dalam meningkatkan niat penggunaan e-wallet dibandingkan manfaat maupun risiko yang dipersepsikan.



Gambar 3. ***Path Diagram- P Value***

Tabel 3 menyajikan ringkasan hasil pengujian hipotesis beserta nilai koefisien jalur, t- statistik, dan nilai p. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dua hipotesis, yaitu H3 dan H4, dinyatakan diterima karena terbukti signifikan. Hal ini berarti semakin mudah aplikasi digunakan dan semakin kuat pengaruh sosial, maka semakin tinggi pula niat responden untuk menggunakan e-wallet. Hasil ini sejalan dengan literatur terdahulu yang menekankan peran penting faktor kemudahan dan pengaruh sosial dalam model penerimaan teknologi.

Sebaliknya, hipotesis H1 dan H2 dinyatakan ditolak karena tidak signifikan. Temuan ini memberikan makna bahwa risiko maupun manfaat fungsional tidak lagi menjadi faktor utama dalam menentukan niat penggunaan e-wallet. Perbedaan ini menarik karena sebagian penelitian sebelumnya justru menemukan *perceived usefulness* signifikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan adanya pergeseran pola perilaku pengguna yang lebih menekankan pada aspek pengalaman penggunaan dan pengaruh lingkungan sosial.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Original sample (O)	T statistics	P values	Keterangan
H1	*Perceived risk* berpengaruh Negatif terhadap *intention to use e- wallet*	-0.031	0.443	0.658	Data Tidak Mendukung Hipotesis
H2	*Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use e- wallet*	0.130	1.653	0.098	Data Tidak Mendukung Hipotesis
H3	*Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use e- wallet*	0.431	4.799	0.000	Data Mendukung Hipotesis
H4	*Social influence* berpengaruh positif terhadap *intention to use e- wallet*	0.207	2.408	0.016	Data Mendukung Hipotesis

Analisis Reabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai Composite Reliability di atas 0,7, sehingga dapat dikatakan reliabel. Nilai tertinggi diperoleh pada konstruk *perceived ease of use* sebesar 0,841, yang berarti indikatornya konsisten dalam mengukur konstruk tersebut. Konstruk lain seperti *perceived risk*, *intention to use*, dan *perceived usefulness* juga memiliki nilai reliabilitas yang baik. Bahkan, konstruk *social influence* dengan nilai 0,793 masih berada dalam kategori reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dipercaya karena mampu menghasilkan hasil yang konsisten.

Tabel 7. Analisis Reabilitis

Konstruk	Composite Reliability
Perceived ease of use	0,841
Perceived Risk	0,838
Intention to Use	0,834
Social influence	0,793
Perceived Usefulness	0,777

Hasil Uji R Square

Nilai R-square untuk variabel Intention to Use sebesar 0,435, yang menunjukkan bahwa kombinasi variabel *perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use*, dan *social influence* mampu menjelaskan 43,5% variasi dalam niat penggunaan e-wallet. Menurut kriteria Hair et al. (2019), nilai ini berada pada kategori sedang. Hal ini berarti model penelitian cukup kuat dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan e-wallet, meskipun masih terdapat variabel lain di luar model yang berpotensi memberikan kontribusi tambahan. Dengan demikian, hasil ini memberikan dasar yang cukup untuk menarik kesimpulan tentang determinan niat penggunaan e-wallet di kalangan responden.

Tabel 8. Uji R Square

Konstruk	R-square
Intention to Use	*0,435*

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use, dan social influence terhadap *intention to use e-wallet* pada masyarakat di DKI Jakarta. Dengan menggunakan metode survei terhadap 170 responden dan dianalisis melalui SEM-PLS, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mendorong atau menghambat niat penggunaan e-wallet di kalangan pengguna digital perkotaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dua variabel, yaitu perceived ease of use (PEOU) dan social influence (SI), terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan e-wallet. Hal ini menegaskan bahwa aspek kemudahan dalam memahami, mengoperasikan, dan mengakses aplikasi menjadi faktor utama yang mendorong adopsi teknologi keuangan digital. Selain itu, pengaruh sosial dari keluarga, teman, maupun tren masyarakat juga memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku penggunaan e-wallet, yang sejalan dengan karakteristik masyarakat urban yang cenderung mengikuti perkembangan sosial dan teknologi.

Sebaliknya, dua variabel lain, yaitu perceived usefulness (PU) dan perceived risk (PR), tidak terbukti berpengaruh signifikan. Tidak signifikannya PU dapat diinterpretasikan bahwa manfaat fungsional e-wallet, seperti kecepatan dan efisiensi transaksi, sudah dianggap sebagai sesuatu yang melekat dan tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam menentukan niat

penggunaan. Sementara itu, tidak signifikannya PR menunjukkan bahwa masyarakat perkotaan, khususnya di DKI Jakarta yang relatif digital-savvy, sudah cukup terbiasa dengan layanan keuangan digital sehingga persepsi risiko bukan lagi faktor penghambat dominan. Model penelitian ini mampu menjelaskan 43,5% variasi dalam niat penggunaan e-wallet (R^2 = 0,435), yang dapat dikategorikan sebagai tingkat penjelasan sedang. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan model Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks lokal Indonesia, dengan menunjukkan kombinasi unik bahwa kemudahan dan pengaruh sosial lebih dominan dibandingkan manfaat dan risiko. Hal ini berbeda dengan banyak penelitian terdahulu yang cenderung menemukan PU sebagai faktor signifikan.

DAFTAR REFERENSI

Afandi, M. R., Setyowati, T., & Saidah, N. (2019). Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember. Jurnal Penelitian IPTEKS, 4(1), 79–91.

Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and E-Wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis Between Indonesia and Malaysia. Cogent Business and Management, 7(1).

Aldammagh, Z., Abdeljawad, R., & Obaid, T. (2021). Predicting Mobile Banking Adoption: an Integration of Tam and Tpb With Trust And Perceived Risk. Financial Internet Quarterly, 17(3), 35–46.

Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., & Elshaer, I. A. (2023). Examining the Influence of Trust and Perceived Risk on Customers Intention to Use NFC Mobile Payment System. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 9(2).

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. In Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (Vol. 12, Issue 7).

Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the Consumer's Intention to use the E-Wallet Services. Spanish Journal of Marketing - ESIC, 25(3), 446–461.

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 Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 11(2), 227.

Astika, F. W. (2017). Pengaruh Faktor Intenal dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motorku di PT. Wom Finance Jombang (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

Dwi Rahmadhani, S., Darmawan Buchdadi, A., Fawaiq, M., & Prasetya, B. A. (2022). Determinants of Intention to use e-wallet in Generation Z. Bisnis Dan Manajemen, 15, 60–77.

Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use , And Social Influence: Intention to use e-wallet.

Fauziah, S., & Ashifasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-Efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System pada Pengguna E-Wallet. EMBISS), 1(4), 307.

Featherman, M., & Pavlou, P. (2002). Predicting E-Services Adoption: A Perceived risk Facets

Perspective. AMCIS 2002 Proceedings, 145.

Haedar, S., & Marsasi, E. G. (2025). How Perceived Usefulness, Ease of Use, and Quality Affect E-Wallet Intention in Gen Y and Z: A TAM Perspective. Sentralisasi, 14(2), 70–98.

Hafidz, G., Sandriana Ulfa Prodi Manajemen, V., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Identifikasi model UTAUT 2 pada Niat Penggunaan Layanan Digital ALLO BANK. In Jurnal Bisnis dan Manajemen (Vol. 3, Issue 4).

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the results of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2–24.

Hasna, F. N., & Trifiyanto, K. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Security, dan Confirmation Terhadap Kepuasan Pengguna Fintech E-Wallet DANA. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 5(5), 565–576.

Janneth, Z., & Sari, D. (2022). Pengaruh Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use Pada Layanan Gopay di Kota Bandung. YUME : Journal of Management, 5(2), 274.

Khalida, F., Budiarti, L., Arninda, A., & Madepo, M. (2024, June 28). Impact of Digital Financial Literacy, Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness, Perceived Security and Social Influenceon Intention to Use E-Wallet For Students In Pontianak City.

Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of Behavioural Intention on Usage Behaviour of Digital Wallet: The Mediating Role Of Perceived Risk and Moderating Role of Perceived Service Quality and Perceived Trust. Future Business Journal, 9(1).

Kumar, A., Haldar, P., & Chaturvedi, S. (2024). Factors Influencing Intention to Continue Use of E-Wallet: Mediating Role Of Perceived Usefulness. Vilakshan - XIMB Journal of Management. https://doi.org/10.1108/xjm-12-2023-0243

Liana, E., & Fadli, J. A. (2024). Effect of Ease of Use Of Application, E-Service Quality and Benefit Perception of E-Wallet Application on Customer Satisfaction. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(3).

Limanan, C. C., & Keni, K. (2023). Behavioral Intention to use Digital Wallets in Indonesia. International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB), 1(2), 2987–1972.

Liu, G.-S., & Tai, P. T. (2016). A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. Economics World, 4(6), 249–273. https://doi.org/10.17265/2328-7144/2016.06.001

Mulyadi, M. C., & Saragih, M. H. (2024). Paraplu Journal Influence of Perceived Usefulness, Trust, Perceived Ease of Use And Social Influence on E-Wallet Adoption in Generation

Z. Paraplu JournalL |, 2(1). Nag, A. K., & Gilitwala, Dr. B. (2019). E-wallet- Factors Affecting its Intention to Use. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE), 8(4), 3411–3415.

Nair, S., Jayabalan, N., & Perumal, I. (2023). E-Wallet Usage Intention in Selangor, Malaysia. Journal of Hunan University Natural Sciences, 50(4).

Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanna, dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Penggunaan Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). Diponegoro JournalL Of Management, 10(6).

Perdana, A. A., Hasan, A., & Rasuli, D. M. (2018). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku dan Etika Terhadap Whistleblowing Intention dan Perilaku Whistleblowing (Studi Empiris di BPKP Perwakilan Riau dan Sumatera Barat). In Jurnal

Akuntansi Keuangan dan Bisnis (Vol. 11, Issue 1).

Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh Trust dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompet Elektronik Go-Pay. Jurnal Siasat Bisnis, 21(1), 88–106.

Putri, D. E., Sinaga, O. S., Sudirman, A., Augustinah, F., & Dharma, E. (2022). Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness, Trust, and Cashback Promotion on Intention to Use E-Wallet. International Journal of Economics, Business and Management Research, 06(11), 63–75.

Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022). Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use , Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 10(1), 63–72.

Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana di Universitas Esa Unggul. SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(3), 561–588.

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. Journal of Economic Education and Entrepreneurship, 1(2), 66.

Saputra, R., & Ridhaningsih, F. (2025). The Influence of Perceived Ease of Use nd Perceived Security Regarding Continuance Intention to Use E-Wallet Dana With Hedonic Value As A Mediating Variable (case study on students of Padang State University). International Journal of Economics and Management Research, 4(1), 317–328.

Septyanto, D., Astutik, D., Rojuaniah, R., Larasati, I., Havidz, H., & Fajarwati, D. (2023). Analysis of e-wallet using satisfaction through intention to continuous use: Empirical Study in Tangerang District. Dihin Septyanto, et.al Analysis of E-wallet Using Satisfaction Through Intention to Continuous Use: Empirical Study in Tangerang District under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). Jurnal Ekonomi, 12, 2023.

Shamsuddin, N. E., Nyandang, J., Abd Malik, A. N., Syed Annuar, S. N., Yacob, Y., Pakasa, U. I., Ali, J. K., Gregory, M., & Enchas, C. A. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use , Perceived Risk and Reward Towards E-Wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(9).

Shetu, S. N., Islam, M. M., & Promi, S. I. (2022). An empirical Investigation Of The Continued Usage Intention of Digital Wallets: The Moderating Role of Perceived Technological Innovativeness. Future Business Journal, 8(1), 1–17.

Tavid, K. A., & Kurniawati. (2024). Adoption Intention of Mobile QR code Payment System Among Marginalized Street Vendors: an Empirical Investigation From an Emerging Economy. Journal of Science and Technology Policy Management.

Teo, A. C., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Hew, T. S., & Yew, K. T. (2015). The Effects of Convenience and Speed in M-Payment. Industrial Management and Data Systems, 115(2), 311–331.

Tri Wahyuni, E., Soepriyanto, G., Avianti, I., & Pratama Naulibasa, W. (2019). Why Companies Choose the Cost Model Over Fair Value for Investment Property? Exploratory Study On Indonesian Listed Companies. In International Journal of Business and Society (Vol. 20, Issue 1).

Tuan Pham, V., Van Dung, D., Vu Ngoc Mai, P., Ngoc Anh, T., & Dieu Anh, H. (2021). Effect

of Perceived Risk, Perceived Value to Intention to Use Momo E-Wallet. 4, 2582–0095.

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.

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, 218(Icoebs), 386–395.

Wijaya, O. A., Andajani, E., & Rahayu, S. (2020). Menguji Determinan Individual Intention to Use Pada Aplikasi Traveloka. Journal of Business and Banking, 10(1), 71.

Wijayanto, K. (2022). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Dan Facilitating Condition Terhadap Intensi Penggunaan (Studi pada penggunaan Aplikasi Sentuh Tanahku).

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.