

## Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* di moderasi Fitur Layanan

Nurul Hutami Ningsih

Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia  
Email: [nurulfebump@gmail.com](mailto:nurulfebump@gmail.com)

Muhammad Fahmi

Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia  
Email: [fahmsulai@yahoo.com](mailto:fahmsulai@yahoo.com)

Fenty Asterina

Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia  
Email: [fentyasterina1@gmail.com](mailto:fentyasterina1@gmail.com)

Anita Novita Sari

Email: [anitanovita.2608@gmail.com](mailto:anitanovita.2608@gmail.com)

### Abstract

*The formulation of the problem in this research is the influence of perceived usefulness, perceived convenience, and perceived risk on interest in using e-wallets with service features as moderating variables in an empirical study of accounting students in the class of 2020 at private universities in the city of Palembang. The respondents in this research were 169 accounting students from the 2020 class. Data collection techniques include interviews and questionnaires, and data analysis techniques use multiple regression analysis with moderate regression analysis (MRA). The research results show that Perceived Benefits, Perceived Convenience, and Perceived Risk significantly affect Interest in Using E-wallet. In moderation, service features are moderator homologues of the influence of perceived benefits on interest in using e-wallets. In contrast, service features are moderator predictors of the influence of perceived convenience and perceived risk on interest in using e-wallets. From these results, service features are only an addition to an application that considers users' perceived benefits, perceived convenience, perceived risks, and interests.*

**Keywords:** Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Risk, Interest in Using E-wallet, Service Feature

### Abstrak

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* dengan fitur layanan sebagai variabel moderasi dalam studi empiris mahasiswa akuntansi angkatan 2020 di perguruan tinggi swasta di kota Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi angkatan 2020 sebanyak 169 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan angket dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan *moderate regression analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kenyamanan, dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-wallet*. Secara moderasi, fitur layanan merupakan homologizer moderator pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet*, sedangkan fitur layanan merupakan prediktor moderator pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dari hasil ini fitur layanan hanya merupakan tambahan dari sebuah aplikasi untuk ikut mempertimbangkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan minat dari pengguna.

**Kata kunci:** Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Minat Menggunakan *E-wallet*, Fitur Layanan

## 1. Pendahuluan

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang dapat mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data guna menghasilkan informasi untuk para pembuat Keputusan (Romney & Steinbart, 2015). Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran sudah mengambil alih peran uang tunai yang dikenal sebagai alat pembayaran pada umumnya kedalam wujud pembayaran non tunai yang lebih

efektif dan efisien. Penafsiran uang elektronik menurut Peraturan bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 merupakan perlengkapan pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan transfer *e-wallet*. *E-wallet* adalah sebuah aplikasi yang menyimpan uang secara digital yang digunakan sebagai alat pembayaran yang sah (Desita et al., 2022).

Riset terbaru yang dilakukan *InsightAsia* bertajuk *Consistency That Leads: 2023 E-wallet Industry Outlook* (Krismanjanti et al., 2024) menunjukkan dompet digital semakin menjadi metode pembayaran yang paling dipilih Masyarakat dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi mereka. Penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya, seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%). Riset ini melibatkan 1.300 responden dan dilaksanakan di tujuh kota besar di Indonesia meliputi Jabodetabek, Bandung, Medan, Makasar, Semarang, Palembang dan Pekanbaru sepanjang 19 September hingga 30 September 2022. Hasil ini menunjukkan perubahan peta. Riset ini menyebutkan di tahun 2022, Gopay sebagai *platform* dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Posisi kedua diduduki oleh OVO dengan 70% responden pernah menggunakan dan 53% menggunakan dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan jumlah peningkatan penggunaan *e-wallet* menjadi dorongan peneliti untuk melakukan penelitian dikalangan mahasiswa dikarenakan mahasiswa saat ini menjadi bagian dari generasi milenial yang akrab dengan teknologi, sehingga muncul berbagai manfaat dan risiko serta kemampuan finansial yang dirasakan dalam pemenuhan kebutuhan.

*Theory of Planned Behavior* merupakan suatu teori yang digunakan untuk memperkirakan niat individu untuk melakukan suatu perilaku (seperti penggunaan teknologi), yang mana teori ini mempunyai tiga asumsi utama untuk menilai niat seseorang dalam berperilaku, yaitu *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif) dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku) (Wicaksono, 2022). Dalam penelitian ini *E-wallet* memberikan kemudahan, kecepatan, fleksibilitas dan manfaat dalam melakukan transaksi keuangan. Persepsi manfaat merupakan keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Rodiah & Melati, 2020).

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*) (Widjana, 2010), sedangkan persepsi resiko merupakan ekspektasi atau kemungkinan terjadinya kerugian yang ditentukan secara subjektif dari pengguna internet dalam melakukan transaksi internet (Ong & MN, 2022). Persepsi resiko sangat erat kaitannya dengan minat menggunakan aplikasi dari dompet digital dikarenakan dalam melakukan transaksi di internet pastinya ada beberapa resiko yang mungkin terjadi, seperti resiko finansial, resiko kenyamanan dan lain-lain. Minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik (Seetharaman, 2017).

Fitur Layanan Fitur layanan merupakan salah satu sarana pendukung dari suatu aplikasi *e-wallet*. Fitur layanan adalah suatu sarana untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya (Kotler, 2008). Adanya fitur layanan ini dapat mempengaruhi minat dari seluruh persepsi yang digunakan oleh pengguna. Tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko, yang dimoderasi fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko, yang dimoderasi fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

## 2. Literature Review

### 2.1 Theory Technology Acceptance Model (TAM)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) pertama kali dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980-an sebagai pengembangan dari teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam situasi tertentu, sementara TPB memperluas TRA dengan mempertimbangkan faktor-faktor kontrol perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan suatu teori yang digunakan untuk memperkirakan niat individu untuk melakukan suatu perilaku (seperti penggunaan teknologi), yang mana teori ini mempunyai tiga asumsi utama untuk menilai niat seseorang dalam berperilaku, yaitu *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif) dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku) (Wicaksono, 2022).

### 2.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) pertama kali dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980-an sebagai pengembangan dari teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam situasi tertentu, sementara TPB memperluas TRA dengan mempertimbangkan faktor-faktor kontrol perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan suatu teori yang digunakan untuk memperkirakan niat individu untuk melakukan suatu perilaku (seperti penggunaan teknologi), yang mana teori ini mempunyai tiga asumsi utama untuk menilai niat seseorang dalam berperilaku, yaitu *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif) dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku) (Wicaksono, 2022).

### 2.3 Minat Penggunaan E-wallet

Minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik (Seetharaman, 2017).

H1 : Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko, berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### 2.4 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. Persepsi manfaat dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Wicaksono, 2022).

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### 2.5. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*) (Widjana, 2010).

H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### 2.6 Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007). Persepsi risiko sebagai suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak

diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Ada dua bentuk ketidakpastian secara alami yang muncul, yaitu ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) dan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) (Pavlou, 2003).

H4 : Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

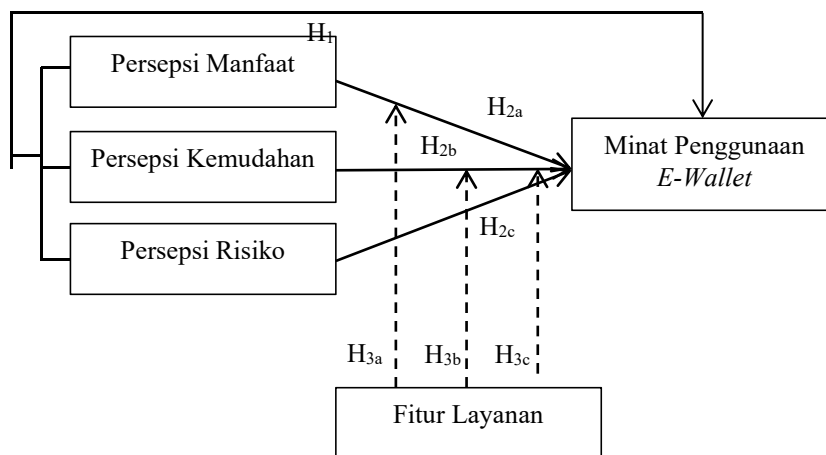
2.7 Fitur Layanan

Fitur Layanan Fitur layanan merupakan salah satu sarana pendukung dari suatu aplikasi *e-wallet*. Fitur layanan adalah suatu sarana untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya (Kotler, 2008). Fitur layanan merupakan kualitas produk yang disediakan untuk pelanggan dan memiliki keunikan tersendiri untuk menarik pengguna. Salah satu komponen fitur layanan yang paling mendasar adalah membangun kepercayaan pengguna sebelum mereka melakukan transaksi. Keputusan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu layanan dipengaruhi oleh fitur-fiturnya (Oktaviana et al., 2023)

H5 : Fitur layanan memoderasi persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko, terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Dari penjelasan diatas dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Penulis, 2024

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perguruan Tinggi Swasta yang ada pada Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online kepada mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 yang ada di perguruan tinggi swasta kota Palembang. Sampel yang digunakan dalam ini adalah mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 perguruan tinggi swasta kota Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik slovin. Populasi adalah mahasiswa perguruan tinggi swasta kota Palembang dan diperoleh sampel dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 400 responden dan data yang kembali setelah penyebaran kuesioner sebanyak 169 responden. Data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 25. Uji statistic yang digunakan meliputi; uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas), analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji secara simultan (uji f), uji secara parsial (uji t), dan uji regresi moderasi.

Selanjutnya Tabel Operasional dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> (Y)	Minat menggunakan <i>e-wallet</i> didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan <i>e-wallet</i> sebagai alat pembayaran.	1. Motivasi 2. Faktor sosial 3. Faktor personal	Interval
Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi manfaat ( <i>perceived usefulness</i> ) adalah sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dari kondisi nyata penggunaan.	1. Efektivitas teknologi 2. Keuntungan teknologi 3. Relevansi teknologi	Interval
Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan ( <i>free of effort</i> )	1. <i>Easyness</i> 2. <i>Clear and understandable</i> 3. <i>Easy to learn</i> 4. <i>Overall easiness</i>	Interval
Persepsi Resiko (X2)	Persepsi resiko merupakan suatu pemikiran tentang resiko ang mungkin akan dialami oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa.	1. Tingkat kegagalan 2. Toleransi kesalahan 3. Keamanan	Interval
Fitur Layanan (X4)	Fitur layanan merupakan sarana pendukung kualitas produk yang disediakan oleh aplikasi <i>e-wallet</i> dan mempunyai keunikan tertentu untuk menarik pengguna.	1. Kemudahan akses informasi 2. Keberagaman layanan teansaksi 3. Keberagaman fitur 4. Kelengkapan fitur	Interval

Sumber: Penulis, 2024

Persamaan regresi yang digunakan yaitu:

Analisis Regresi Berganda :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Analisis Regresi Moderasi :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4(X_1X_4) + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan *E-Wallet*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$ - $\beta_4$  = Koefisien regresi

X1 = Persepsi Manfaat

X2 = Persepsi Kemudahan

X3 = Persepsi Resiko

X4 = Fitur Layanan

X1\*X4= Interaksi antara Persepsi Manfaat dan Fitur Layanan

X2\*X4= Interaksi antara Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan

X3\*X4= Interaksi antara Persepsi Resiko dan Fitur Layanan

e = Error

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Uji Validitas dan Reabilitas Data

Nilai  $r_{tabel}$  populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 169 responden dengan tingkat kepercayaan 90% atau signifikan 5% dan  $n=169-2=167$  adalah 0,1510. Jadi, apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil dari 0,1510 maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 dan diperoleh data sebagai berikut:

#### 4.1.1 Persepsi Manfaat ( $X_1$ )

Hasil dari pengujian validitas untuk variabel persepsi manfaat adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi manfaat ( $X_1$ )

Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	0,821	0,1510	Valid
2	0,773	0,1510	Valid
3	0,724	0,1510	Valid
4	0,793	0,1510	Valid
5	0,754	0,1510	Valid
6	0,774	0,1510	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang dilakukan terhadap butir pernyataan dari persepsi manfaat didapatkan bahwa 6 (enam) butir pernyataan dinyatakan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### 4.1.2 Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

Berdasarkan dari pengujian validitas dan butir pernyataan pada variabel persepsi kemudahan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	0,730	0,1510	Valid
2	0,741	0,1510	Valid
3	0,763	0,1510	Valid
4	0,695	0,1510	Valid
5	0,713	0,1510	Valid
6	0,715	0,1510	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

#### 4.1.3 Persepsi Risiko ( $X_3$ )

Berdasarkan dari pengujian validitas dan butir pernyataan pada variabel persepsi risiko adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Risiko ( $X_3$ )

Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	0,825	0,1510	Valid
2	0,877	0,1510	Valid
3	0,782	0,1510	Valid
4	0,893	0,1510	Valid
5	0,790	0,1510	Valid
6	0,860	0,1510	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024



Berdasarkan hasil pengujian validitas yang dilakukan terhadap butir pernyataan dari persepsi risiko didapatkan bahwa 6 (enam) butir pernyataan dinyatakan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### 4.1.4 Fitur Layanan ( $X_4$ )

Hasil dari pengujian validitas dan butir pernyataan pada variabel fitur layanan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Variabel Fitur Layanan ( $X_4$ )

Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	0,767	0,1510	Valid
2	0,760	0,1510	Valid
3	0,822	0,1510	Valid
4	0,841	0,1510	Valid
5	0,782	0,1510	Valid
6	0,786	0,1510	Valid
7	0,814	0,1510	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang dilakukan terhadap butir pernyataan dari fitur layanan didapatkan bahwa 7 (tujuh) butir pernyataan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$

#### 4.1.5 Minat Penggunaan E-wallet ( $Y$ )

Hasil dari pengujian validitas dan butir pernyataan pada variabel minat penggunaan *e-wallet* adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Penggunaan *E-wallet* ( $Y$ )

Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	0,402	0,1510	Valid
2	0,783	0,1510	Valid
3	0,765	0,1510	Valid
4	0,840	0,1510	Valid
5	0,716	0,1510	Valid
6	0,785	0,1510	Valid
7	0,698	0,1510	Valid
8	0,827	0,1510	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang dilakukan terhadap butir pernyataan dari minat penggunaan *e-wallet* bahwa 8 (delapan) butir pernyataan dinyatakan valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### 4.1.6 Hasil Uji Realibilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Risiko ( $X_2$ ), Kemampuan Finansial ( $X_3$ ), Fitur layanan ( $X_4$ ) dan Minat Penggunaan *E-wallet* ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 7. Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Items	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,863	0,60	Reliabel
X2	0,913	0,60	Reliabel
X3	0,779	0,60	Reliabel
X4	0,901	0,60	Reliabel
Y	0,862	0,60	Reliabel

Sumber: data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabel, maka dapat dipastikan butir yang lolos dalam uji validitas dan reliabilitas merupakan data yang valid dan reliabel. Data yang valid dan reliabel tersebut baru dapat digunakan sebagai data yang akan diolah untuk melakukan analisis pada tahap berikutnya.

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), Persepsi Risiko ( $X_3$ ), fitur layanan ( $X_4$ ), dan minat penggunaan *e-wallet* ( $Y$ ) adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Persepsi Manfaat ( $X_1$ )	169	15	30	3969	23,49	,258	3,356
Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )	169	13	30	3865	22,87	,297	3,866
Persepsi Risiko ( $X_3$ )	169	9	20	2596	15,36	,182	2,362
Fitur Layanan ( $X_4$ )	169	19	35	4528	26,79	,311	4,043
Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> ( $Y$ )	169	20	40	5033	29,78	,344	4,474
Valid N (listwise)	169						

Sumber: data yang diolah, 2024

Dalam analisis pertama yaitu, hasil uji statistik deskriptif yang menunjukkan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian yang diperoleh bahwa hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel persepsi manfaat menunjukkan nilai minimum sebesar 15; nilai maksimum sebesar 30; mean (rata-rata) sebesar 23,49 dengan standar deviasi sebesar 4,356. Variabel persepsi kemudahan menunjukkan nilai minimum sebesar 13; nilai maksimum sebesar 30; mean (rata-rata) sebesar 22,87 dengan standar deviasi 3,866. Variabel persepsi risiko menunjukkan nilai minimum sebesar 9; nilai maksimum sebesar 20; mean (rata-rata) 15,36 dengan standar deviasi 2,362. Variabel fitur layanan menunjukkan nilai minimum 19; nilai maksimum 35; mean (rata-rata) 26,79 dengan standar deviasi 4,043. Variabel minat penggunaan *e-wallet* menunjukkan nilai minimum 20; nilai maksimum 40; mean (rata-rata) 29,78 dengan standar deviasi 4,474.

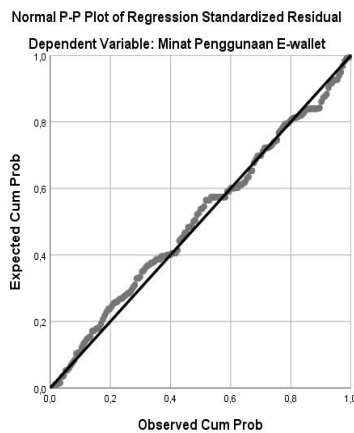
#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian normalitas untuk penelitian ini menggunakan *P-P Plot of Regression* sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Output SpSS Uji Normalitas (*P-P Plot of Regresion*)



Sumber: Data yang diolah, 2024

#### 4.3.2 Uji Multikolineaitas

Uji multikolinearitas penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 25 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Pengujian Multikoleniaritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,401	1,3		1,801	,074		
	Persepsi Manfaat	,771	,099	,578	7,754	,000	,293	3,408
	Persepsi Kemudahan	,029	,146	,015	,196	,845	,274	3,64
	Persepsi Risiko	,255	,081	,221	3,143	,002	,331	3,024
	Fitur Layanan	,112	,082	,101	1,363	,175	,297	3,366

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

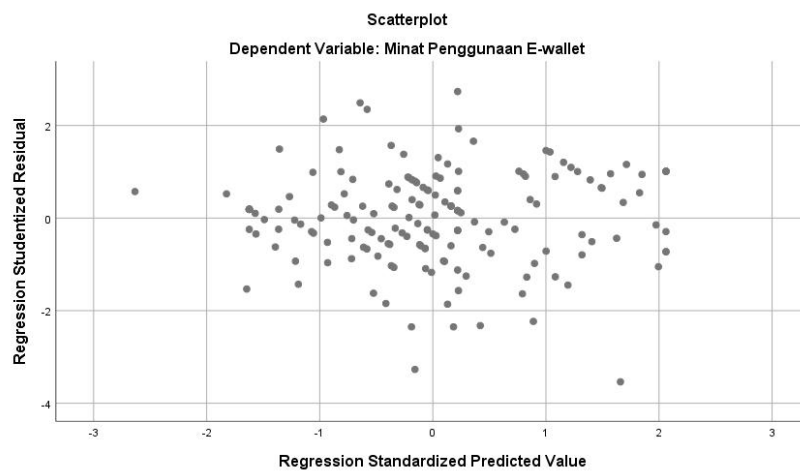
Berdasarkan tabel 8 diatas, tolenrance variabel lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari nilai 10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleniaritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regrasi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, sedangkan untuk varian yang berbeda tersebut heterokedastisitas.

Berikut adalah Hasil output SPSS Uji Heteroskedastisitas :

Gambar 3. Hasil output SPSS Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan dari gambar 2 diatas, antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya diperoleh hasil tidak adanya pola yang jelas dan titik-titik di atas dan dibawahnya dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka dapat simpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

#### 4.3.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi  $R^2$  mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar proporsi total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dibantu dengan SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 <sup>a</sup>	,732	,726	2,342

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 9 diatas, hasil uji hipotesis tabel model summary diperoleh R Square  $R^2$  sebesar 0,726 atau 72,6% hasil ini berarti 72,6% variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), Persepsi Risiko ( $X_3$ ), dan fitur layanan ( $X_4$ ). Sedangkan sisanya sebesar 27,4% ( $100\% - 72,6\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat hubungan antara seluruh variabel, yaitu  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dengan variabel Y yang ditunjukkan pada tabel 10, sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38,326	3	12,775	148,251	,000 <sup>b</sup>
	Residual	14,219	165	,086		
	Total	52,545	168			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet* (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>), Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>), Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>)

Sumber Data diolah, 2024

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 148,251 sedangkan  $F_{tabel}$  untuk taraf nyata (a) sebesar 5% (0,05) serta pembilang ( $k = 4$ ), jadi  $k-1 = 3$  dan  $df$  penyebut =  $n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah sebesar 2,66. Nilai signifikan F menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 148,251 >  $f_{tabel}$  2,66 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti persepsi manfaat (X<sub>1</sub>), persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>), dan persepsi risiko (X<sub>3</sub>) secara simultan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*(Y).

#### 4.4.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>), persepsi risiko (X<sub>2</sub>), dan kemampuan finansial (X<sub>3</sub>) terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Tabel 12. Hasil Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,341	,164		2,075	,040
	Persepsi Manfaat	,605	,072	,605	8,396	,000
	Persepsi Kemudahan	,053	,067	,056	,787	,432
	Persepsi Risiko	,212	,059	,245	3,587	,000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) sebesar 8,396 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata (a) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654 jadi dapat disimpulkan bahwa H2 diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan angka 8,396 > 1,654. Hasil hipotesis individual untuk variabel persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa variabel berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* (Y). Hal ini digambarkan dengan diterimanya H2 serta nilai signifikansi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,000 < nilai  $t_{sig}$  0,050, maka kesimpulannya persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,787 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata (a) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654, jadi dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan angka 0,787 < 1,654. Hasil uji hipotesis individual untuk variabel persepsi kemudahan (X<sub>2</sub>) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* (Y). hal ini digambarkan dengan ditolaknya H3 serta nilai signifikansi (X<sub>3</sub>) sebesar 0,432 > nilai  $t_{sig}$  0,05, maka kesimpulannya persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi risiko ( $X_3$ ) sebesar 3,587 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654, jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan angka  $3,587 > 1,654$ . Hasil uji hipotesis individual untuk variabel persepsi risiko ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y). hal ini digambarkan dengan diterimanya  $H_4$  serta nilai signifikansi ( $X_3$ ) sebesar  $0,00 < \text{nilai } t_{sig} 0,05$ , maka kesimpulannya persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

#### 4.5 Uji Moderated Regression Analisis (MRA)

Hasil pengujian *moderated regression analysis* untuk variabel persepsi manfaat yang dimoderasi variabel fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat dilihat pada tabel 12, sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil *Regression Analysis* 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,313	,170		1,838	,068
	$X_1$	,687	,064	,687	10,651	,000
	$X_4$	,188	,062	,195	3,017	,003

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 1:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_4 + e$$

$$Y = 0,313 + 0,687 X_1 + 0,188 X_4 + e$$

Hasil *moderated regression analysis* untuk variabel persepsi manfaat yang dimoderasi variabel fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat dilihat pada tabel 13, sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,352	7,514		1,777	,077
	$X_1$	,465	,319	,349	1,458	,147
	$X_4$	-,198	,291	-,179	-,682	,496
	$X_1 \cdot X_4$	,017	,012	,672	1,468	,144

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 2:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_4 + \beta_1 X_1 X_4 + e$$

$$Y = 13,352 + 0,465 X_1 - 0,198 X_4 + 0,017 X_1 X_5 + e$$

Nilai konstanta pada persamaan II.1 sebesar 0,313 dengan parameter positif dan di persamaan II.2 sebesar 13,352 dengan parameter positif menunjukkan bahwa hubungan persepsi manfaat dan fitur layanan maka hasil minat penggunaan *e-wallet* masih tetap baik. Berdasarkan tabel hasil uji

*Moderated Regression Analysis* (MRA) pada Variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) terdapat minat penggunaan *e-wallet* yang dimoderasi fitur layanan ( $X_4$ ) tabel 12 menunjukkan bahwa pada interaksi pertama nilai signifikan dari fitur layanan ( $X_4$ ) sebesar  $0,68 > 0,05$ . Hal tersebut menyatakan bahwa pada interaksi pertama fitur layanan tidak memoderasi persepsi manfaat, kemudian pada tabel 13 hasil uji hipotesis kedua untuk interaksi antara persepsi manfaat, fitur layanan, dan interaksi persepsi manfaat dengan fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dan interaksi persepsi manfaat dengan fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet* menghasilkan nilai interaksi  $>$ tingkat signifikansi 5% yaitu  $0,077 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pada interaksi kedua tidak memoderasi persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* oleh fitur layanan.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan hasil MRA menunjukkan bahwa hasil regresi menyatakan nilai konstanta tidak signifikan dan hasil MRA menyatakan nilai konstanta juga tidak signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan *homologizer moderator* bagi persepsi manfaat yang artinya fitur layanan tidak memoderasi persepsi manfaat dengan minat penggunaan *e-wallet*.

Tabel 15. Hasil *Regression Analysis 2*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,236	1,584		3,936	,000
	X <sub>2</sub>	,740	,158	,391	4,701	,000
	X <sub>4</sub>	,454	,092	,410	4,937	,000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 3:

$$Y = \alpha + \beta_3 X_3 + \beta_3 X_4 + e$$

$$Y = 6,236 + 0,740 X_3 + 0,454 X_4 + e$$

Hasil moderated regression analysis untuk variabel persepsi kemudahan yang dimoderasi variabel fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat dilihat pada tabel 15, sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,608	8,865		,633	,528
	X <sub>2</sub>	,780	,577	,412	1,354	,178
	X <sub>4</sub>	,478	,343	,432	1,393	,165
	X <sub>2</sub> . X <sub>4</sub>	-,001	,021	-,041	-,072	,943

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 4:

$$Y = \alpha + \beta_3 X_3 + \beta_3 X_4 + \beta_3 X_3 X_4 + e$$

$$Y = 5,608 + 0,780 X_3 + 0,478 X_4 - 0,001 X_3 X_4 + e$$

Nilai konstanta pada persamaan II.1 sebesar 6,236 dengan parameter positif dan di persamaan II.2 sebesar 5,608 dengan parameter positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan kemampuan finansial persepsi kemudahan dan fitur layanan maka hasil minat penggunaan *e-wallet* masih tetap baik.

Berdasarkan tabel hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada variabel persepsi kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y) yang dimoderasikan dengan fitur layanan tabel 14 menunjukkan bahwa pada interaksi pertama nilai signifikan dari fitur layanan ( $X_4$ ) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hal tersebut menyatakan bahwa pada interaksi pertama fitur layanan memoderasi persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* secara signifikan, kemudian pada tabel 15 hasil uji hipotesis kedua untuk interaksi persepsi kemudahan, fitur layanan, dan interaksi persepsi kemudahan dengan fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet* menghasilkan nilai interaksi  $>$  tingkat signifikansi 5% yaitu 0,528. Hal ini menunjukkan bahwa pada interaksi kedua, tidak memoderasi persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* oleh fitur layanan.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan hasil MRA menunjukkan bahwa hasil regresi menyatakan nilai konstanta signifikan dan hasil MRA menyatakan nilai konstanta tidak signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan *predictor moderator* bagi persepsi kemudahan dan memperkuat hubungannya terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Tabel 17. Hasil *Regression Analysis* 3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,349	1,468		4,326	,000
	$X_3$	,552	,083	,477	6,627	,000
	$X_4$	,404	,080	,365	5,067	,000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 5:

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_2 X_4 + e$$

$$Y = 6,349 + 0,552 X_2 + 0,404 X_4 + e$$

Hasil pengujian *moderated regression analysis* untuk variabel persepsi risiko yang dimoderasi variabel fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 18. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) 3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,991	8,113		,738	,461
	$X_3$	,567	,349	,490	1,625	,106
	$X_4$	,417	,314	,377	1,330	,185
	$X_3 \cdot X_4$	-,001	,013	-,024	-,045	,964

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *E-wallet*

Sumber: Data yang diolah, 2024

Persamaan 6:

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_2 X_4 + \beta_1 X_2 X_4 + e$$

$$Y = 5,991 + 0,567 X_2 + 0,417 X_4 - 0,001 X_2 X_4 + e$$

Nilai konstanta pada persamaan II. 1 sebesar 6,349 dengan parameter positif dan di persamaa II. 2 sebesar 5,991 dengan parameter positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan persepsi risiko dan fitur layanan maka hasil minat penggunaan *e-wallet* masih tetap baik. Berdasarkan tabel hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y) yang dimoderasikan dengan fitur layanan ( $X_4$ ) tabel 16 menunjukkan interaksi pertama



nilai signifikan dari fitur layanan ( $X_4$ ) sebesar  $0,01 < 0,05$ . Hal tersebut menyatakan bahwa pada interaksi pertama fitur layanan memoderasi persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* secara signifikan, kemudian pada tabel 17 hasil uji hipotesis kedua interaksi antara persepsi risiko, fitur layanan, dan interaksi persepsi risiko dengan fitur layanan terhadap minat penggunaan *e-wallet* menghasilkan nilai interaksi  $>$  tingkat signifikansi 5% yaitu  $0,461 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pada interaksi kedua, tidak memoderasi persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* oleh fitur layanan.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan hasil MRA menunjukkan bahwa hasil regresi menyatakan nilai konstanta signifikan dan hasil MRA menyatakan nilai konstanta tidak signifikan. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan *predictor moderator* bagi persepsi risiko dan memperkuat hubungannya terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

#### 4.6 Pembahasan

##### 4.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat penggunaan E-wallet

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 148,251 sedangkan  $F_{tabel}$  untuk taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) serta pembilang ( $k = 4$ ), jadi  $k-1 = 3$  dan  $df$  penyebut =  $n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah sebesar 2,66. Nilai signifikan  $F$  menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar  $148,251 > F_{tabel}$  2,66 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), dan persepsi risiko ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan Darma & Devi (2022) yang mengatakan bahwa masyarakat merasa penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran yang sangat efisien karena sistem pembayaran *e-wallet* yang cepat dan menghemat waktu pengguna dalam bertransaksi.

##### 4.6.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-wallet

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ) sebesar 8,396 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654 jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan angka  $8,396 > 1,654$ . Hasil hipotesis individual untuk variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa variabel berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* ( $Y$ ). Hal ini digambarkan dengan diterimanya  $H_2$  nilai signifikansi ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < nilai_{sig}$  0,050, maka kesimpulannya persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga selaras dengan Darma & Devi (2022) yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* di masa new normal.

##### 4.6.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebesar 0,787 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654, jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan angka  $0,787 < 1,654$ . Hasil uji hipotesis individual untuk variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet* ( $Y$ ). hal ini digambarkan dengan ditolaknya  $H_3$  serta nilai signifikansi ( $X_2$ ) sebesar  $0,432 > nilai_{sig}$  0,05, maka kesimpulannya persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

##### 4.6.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-wallet

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) sebesar 3,587 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) serta  $df = n-k-1 = (169-3-1) = 165$  adalah 1,654, jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan angka  $3,587 > 1,654$ . Hasil uji hipotesis individual untuk variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa variabel

tersebut berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* (Y). Hal ini digambarkan dengan diterimanya H4 serta nilai signifikansi (X2) sebesar  $0,00 < \text{nilai } t_{\text{sig}} 0,05$ , maka kesimpulannya persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini sejalan dengan Ong & MN (2022) yang menyatakan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Linkaja. Semakin tinggi resiko yang ada didalam suatu aplikasi, semakin berhati-hati juga pengguna aplikasi tersebut. Sebaliknya, semakin rendah resiko yang ada dalam suatu aplikasi, semakin lepas kontrol kendali pengguna terhadap aplikasi tersebut.

#### 4.6.4 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-wallet yang dimoderasikan Fitur layanan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara moderasi menggunakan aplikasi khusus regresi linear berganda dan *moderated regression analysis* pada interaksi pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan dari persepsi manfaat terhadap fitur layanan. Uji hipotesis pada interaksi kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi manfaat terhadap fitur layanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada interaksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan pada interaksi kedua tidak terdapat pengaruh yang signifikan maka dapat disimpulkan bahwa fitur layanan tidak memperkuat pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai homologiser moderator. Hal ini selaras dengan penelitian Zulfikar & Apriliyati (2022), dalam penelitian yang berjudul pengaruh kemudahan penggunaan, risiko, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi ovo di kota Samarinda menyatakan fitur layanan tidak berpengaruh atau negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan menggunakan aplikasi ovo di kota Samarinda. Hal ini terjadi dikarenakan fitur layanan hanya tambahan dari sebuah aplikasi untuk ikut mempertimbangkan persepsi manfaat dari pengguna, namun analisis persepsi manfaat ini dilakukan oleh pihak pemilik aplikasi *e-wallet* serta pengguna. Hasil ini juga di pengaruhi oleh korelasi kedua variabel yang lemah kemungkinan yang membutuhkan sampel yang lebih besar.

#### 4.6.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet yang dimoderasikan Fitur Layanan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara moderasi menggunakan aplikasi khusus regresi linear berganda dan *moderated regression analysis* pada interaksi pertama menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dari persepsi resiko terhadap fitur layanan. Uji hipotesis pada interaksi kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi resiko terhadap fitur layanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi pertama memiliki pengaruh yang signifikan dan pada interaksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan maka dapat disimpulkan fitur layanan tidak mempengaruhi antara persepsi resiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai *predictor moderator*.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Listiorini (2019), Rasmini et al, (2017), Faradila & Soesanto (2016), Sari et al. (2021), Aditya & Wardhana (2016) dan Maulidiyah et al. (2017) yang mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan menjadi faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan. Tetapi penelitian ini tidak sama hasilnya dengan penelitian Monica & Tama (2017) dan Umaningsih & Wardani (2018) yang mengungkapkan ternyata persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet*.

#### 4.6.6 Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan E-wallet yang dimoderasikan Fitur Layanan

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara moderasi menggunakan aplikasi khusus regresi linear berganda dan *moderated regression analysis* pada interaksi pertama menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dari persepsi resiko terhadap fitur layanan. Uji hipotesis pada interaksi kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi resiko terhadap fitur layanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi pertama memiliki pengaruh yang signifikan dan pada interaksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan maka dapat disimpulkan fitur layanan tidak mempengaruhi antara persepsi resiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai *predictor moderator*.

Hal ini selaras dengan penelitian Zulfikar & Apriliyati (2022), dalam penelitian yang berjudul pengaruh kemudahan penggunaan, risiko, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat masyarakat menggunakan aplikasi iovo di kota Samarinda menyatakan fitur layanan tidak berpengaruh atau negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap minat menggunakan menggunakan aplikasi ovo di kota Samarinda. Hal ini terjadi dikarenakan fitur layanan hanya gambar tampilan dari sebuah aplikasi untuk ikut mempertimbangkan persepsi resiko dari pengguna, namun analisis persepsi resiko ini dilakukan oleh pihak pemilik aplikasi *e-wallet* serta pengguna. Hasil ini juga di pengaruhi oleh korelasi kedua variabel yang lemah kemungkinan yang membutuhkan sampel yang lebih besar.

## 5. Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari hasil dan pembahasan adalah secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*, sedangkan secara parsial persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* akan tetapi untuk persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Fitur layanan merupakan *homologiser moderator* untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet*, sedangkan *predictor moderator* untuk pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

## 6. Daftar Pustaka

- Aditya, R. & Wardhana, A. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Pengguna Instant Messaging Line Di Indonesia*. Jurnal Siasat Bisnis, 20 (1). 24-32.
- 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. Retrieved <https://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/9868%0Ahttps://repo.undiksha.ac.id/9868/9/1617051012> LAMPIRAN.pdf
- Desita, W., Ayu, G., Rencana, K., & Dewi, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)*. Akuntansi Profesi, 13(01). <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). Diponegoro Journal Of Management, 5(3), 239-250.
- Indonesia, G. B. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang UAng Elektronik (*Electronic Money*).
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset, 235.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi kedua belas, Vol. 1). Erlangga.
- Krismajayanti, N. P. A., Nurmalasari, M. R., Prawitasari, P. P., Dewiningrat, A. I., Megawati, I. A. P., Kusnita, K. L., & Sanjiwani, P. D. A. (2024). Tren Revolusioner Bagaimana E-Wallet Mengubah Konsumen di Era Modern?. Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS), 5(1), 41-51.
- Listiorini, Syamsul Bahri. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan dan Persepsi Kecepatan Terhadap Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filing pada KPP Pratama Binjai*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis.19(2). 159-13

- Maulidiyah, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce*. JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi, 8(1), 29-44.
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi*. Jurnal Economina, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Ong, V., & MN, N. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja*. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Pasaribu, D. (2021). *Kajian Kritis terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non-Bank* (01 ed.). CV. Global Aksara Pers.
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce, 07(03), 69–103.
- Rasmini, Ni Ketut, Ni Putu Bella.N. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi, Kegunaan, Dan Computer Self Efficacy pada Minat Penggunaan E-Spt*. E-jurnal Akuntansi Universitas sUdayana. 19(2). 1116-1143
- Rodiah, Siti, Inaya Melati. (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):66-80.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). Sistem informasi akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Dia Purnama, Ahmad Afandi, Annessa Fadhillah. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*. Research & Learning in Primary Education.1(2). 568-577
- Seetharaman. (2017). *Factors Influencing Behavioural Intention to Use The Mobile Wallet in Singapore*. Journal Of Applied Economics and Business Research, 07(02), 116–136.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money*. Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, 5 (3), 113-119.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (01 ed.). CV. Seribu Bintang.
- Widjana, Aditya Mahardika (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. Thesis Program Pasca Sarjana. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
- Zulfikar, & Apriliyati, K. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi Ovo Di Kota Samarinda*. Jurnal Eksis (Ekonomi, Sosial Dan Bisnis), 18(1), 84–98.