

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang akan dilakukan bertujuan menganalisis *digital financial literacy*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap *decision to use e-wallet* dengan *intention to use* sebagai mediasi. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang membahas serupa dengan yang akan diteliti, berikut adalah telaah hasil penelitian terdahulu.

##### **2.1.1 Setiani Putri Hendratno (2022)**

Penelitian ini berjudul “*Analysis of Factors Affecting Intention to Use E-Wallets during the Covid-19 Pandemic*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor dari Model ISS DeLone dan McLean, yaitu kepuasan pengguna, kualitas sistem, dan kualitas layanan, serta faktor-faktor seperti risiko COVID-19 yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, manfaat ekonomi, dukungan pemerintah, risiko keamanan, dan risiko keuangan terhadap niat untuk menggunakan *e-Wallet* di toko offline selama COVID-19. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online kepada pengguna *e-Wallet* di Indonesia melalui google form. Jumlah responden data sebanyak 300 orang responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS, responden dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko COVID-19, kepuasan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh

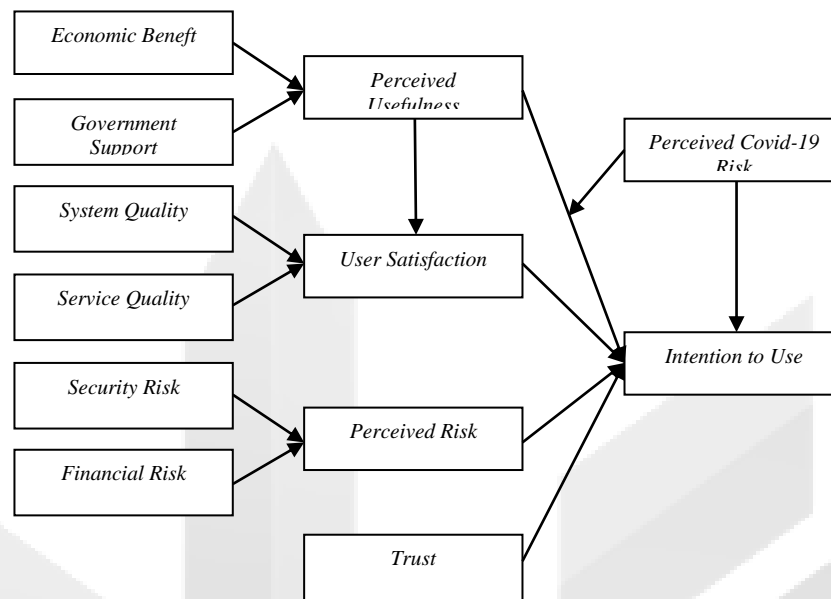
terhadap niat menggunakan *e-Wallet* di toko offline selama pandemi. Selain itu, kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh kualitas sistem dan kualitas layanan. Sedangkan persepsi manfaat dan risiko yang dirasakan tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-Wallet* di toko offline selama COVID-19.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel yang digunakan yakni *perceived usefulness* dan *intention to use e-wallet*.
2. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner
3. Metode analisis data menggunakan SEM-PLS.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel independen lain seperti *Government Support*, *System Quality*, *Service Quality*, *Security Risk*, *Financial Risk*, dan *Trust* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni pengguna *e-wallet* di Indonesia secara keseluruhan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan responden Mahasiswa UHW Perbanas Surabaya.



Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran Hendratno (2022)

### 2.1.2 Mia Audina, Isnurhadi, Isni Andriana (2021)

Penelitian ini berjudul “Faktor yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* Transaksi Keuangan Digital (*E-Wallet*) pada Generasi Milenial di Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan layanan transaksi keuangan digital (*E-wallet*) pada generasi milenial di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini menggunakan kuesioner elektronik yang dibagikan kepada para pengguna aplikasi LinkAja. Analisis pada penelitian ini menggunakan pendekatan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *digital financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan,

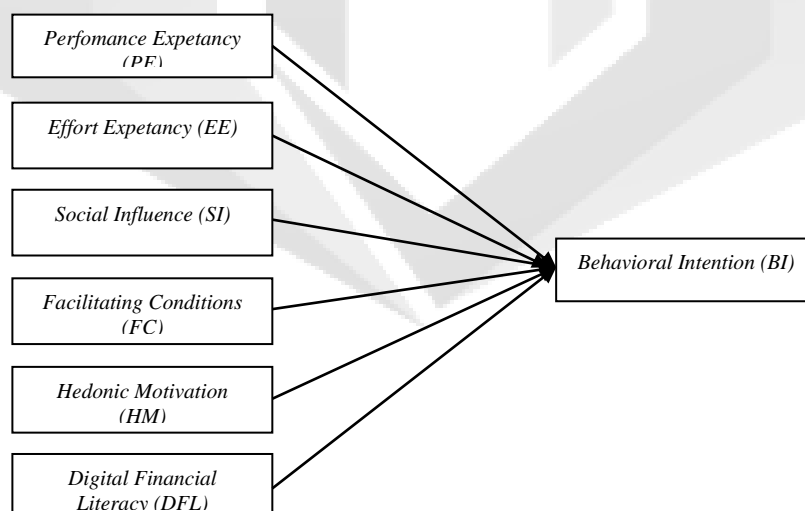
*effort expectancy* dan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan yakni *digital financial literacy*
2. Variabel terikat yang digunakan adalah *behavioural intention to use e-wallet*.
3. Teknik yang digunakan pada penelitian yakni *purposive sampling*.
4. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel independen lain seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni generasi milenial di kota Palembang, sedangkan penelitian sekarang menggunakan responden Mahasiswa UHW Perbanas Surabaya.



Gambar 2.2  
Kerangka Pemikiran Audina et al., (2021)

### 2.1.3 Riana Mahfuroh, dan Aditya Pandu Wicaksono (2020)

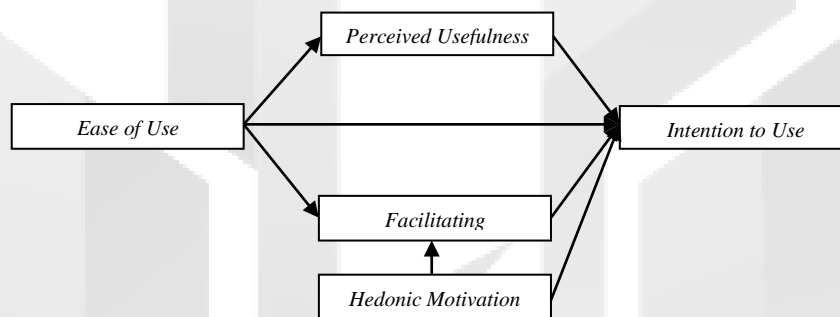
Penelitian ini berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Financial Technology* Link Aja sebagai Alat Pembayaran Elektronik”. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati intensi penggunaan LinkAja sebagai alat pembayaran. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Data penelitian ini dikumpulkan dengan kuesioner elektronik. Responden pada penelitian ini adalah para pengguna aplikasi LinkAja sebanyak 157 responden. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) pada aplikasi SmartPLS. elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Ease of Use* terbukti secara positif mempengaruhi intensi penggunaan LinkAja. Selain itu, *Ease of Use* memberikan dukungan yang berarti terhadap *Perceived Usefulness* pengguna untuk menggunakan LinkAja. Hubungan *Satisfaction* secara positif berpengaruh terhadap *Trust*. Adapun temuan yang tidak berpengaruh secara signifikan perlu dilakukan investigasi lebih lanjut. *Satisfied* dan *Trust* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Intention to Use*. Sementara, *Satisfied* tidak memiliki asosiasi langsung terhadap intensi penggunaan LinkAja.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel yang digunakan yakni *ease of use*
2. Variabel dependen yang digunakan yakni *intention to use*
3. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel lain seperti *satisfaction*, *trust* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni pengguna *e-wallet* Link Aja, sedangkan penelitian sekarang menggunakan responden Mahasiswa UHW Perbanas Surabaya



Gambar 2.3  
Kerangka Pemikiran Mahfuroh & Wicaksono (2020)

#### 2.1.4 Muniaty Aisyah dan Yunia Silvia Sesunana (2023)

Penelitian ini berjudul “*Decision Making on the use of a Shariah-Based E-Wallet by Indonesian Consumers*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan konsumen menggunakan *e-wallet* berbasis syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada responden melalui WhatsApp. Jumlah responden data sebanyak 100 orang responden. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *perceived trust* dan *intention* yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan *e-wallet* berbasis syariah, sedangkan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived*

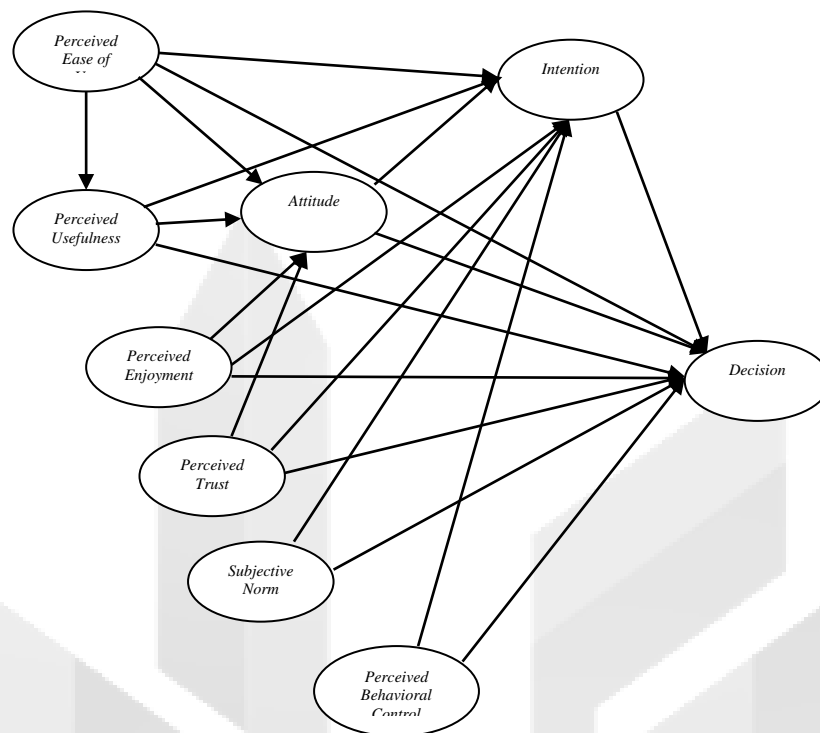
*enjoyment, attitude, subjective norm, dan perceived behavioural control* tidak berpengaruh. *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi *intention*, namun tidak mempengaruhi *decision to use e-wallet* berbasis syariah.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.
2. Variabel mediasi yang digunakan yakni *intention*
3. Variabel dependen yang digunakan adalah *decision to use e-wallet*.
4. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner.
5. Alat uji yang digunakan yakni SEM-PLS.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel independen lain seperti *perceived enjoyment, perceived trust, attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni pengguna *e-wallet* LinkAja Syariah di Indonesia, khususnya yang berdomisili di wilayah Jakarta, Depok, dan Tangerang Selatan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan responden Mahasiswa UHW Perbanas Surabaya.
3. Penelitian terdahulu dilaksanakan pada bulan Januari hingga Maret 2023.



Gambar 2.4  
Kerangka Pemikiran Aisyah & Sesunan (2023)

### 2.1.5 Hendy Mustiko Aji, Izra Berakon & Maizaitulaidawati Md Husin (2020)

Penelitian ini berjudul “*COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko, dukungan pemerintah, dan persepsi manfaat terhadap niat pelanggan untuk menggunakan e-wallet selama wabah COVID-19. Penelitian ini menggunakan teknik *proportional sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada 259 responden dari Indonesia dan 207 responden dari Malaysia. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *government support* terhadap *intention to use e-wallets* berbeda antar negara. Selain itu, *perceived usefulness* sepenuhnya memediasi



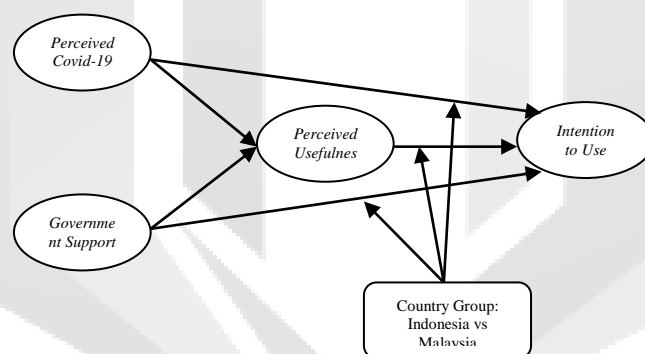
hubungan dukungan pemerintah terhadap *intention to use e-wallet*, serta secara parsial memediasi pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to use e-wallet*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan yakni *perceived usefulness*
2. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner
3. Alat uji yang digunakan yaitu SEM-PLS.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel independen lain seperti *perceived covid-19 risk* dan *government support* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni pengguna *e-wallet* di Indonesia dan Malaysia.
3. Jumlah responden pada penelitian terdahulu yakni kepada 259 responden dari Indonesia dan 207 responden dari Malaysia.



Gambar 2.5  
Kerangka Pemikiran Aji et al., (2020)

### 2.1.6 Veronica Ong dan Nuryasman MN (2020)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online berupa *Google Form* kepada 90 mahasiswa/i di Jakarta. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode PLS dengan menggunakan alat SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat penggunaan.

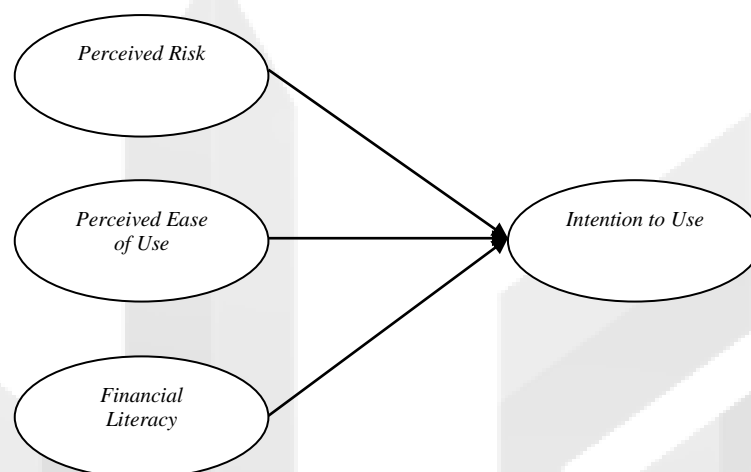
Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan yakni *perceived ease of use*.
2. Variabel *intention to use* digunakan dalam penelitian terdahulu maupun penelitian sekarang.
3. Teknik yang digunakan pada penelitian yakni *purposive sampling*.
4. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner online.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel independen lain seperti *perceived risk* dan *financial literacy* tidak digunakan pada penelitian sekarang.
2. Responden pada penelitian terdahulu yakni pengguna *e-wallet* LinkAja di Jakarta.

3. Jumlah responden pada penelitian terdahulu yakni 90 mahasiswa/i di Jakarta.



Gambar 2.6  
 Kerangka Pemikiran Ong & Nuryasman M.N, (2022)

### 2.1.7 Amalina Maryam Zakkiyah, Amri Gunasti, Isti Fadah (2021)

Penelitian ini berjudul “*Does Financial Literacy Influencing the University Student’s Decision to Use M-Payment?*”. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived trust* terhadap *usage behaviour M-Payment*. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 mahasiswa/i di Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Poltek Jember. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode SEM dengan menggunakan alat statistik AMOS SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *decision using M-Payment*, sedangkan *perceived usefulness* dan *perceived of trust* berpengaruh terhadap *decision using M-Payment*. Selain itu *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *intention to*

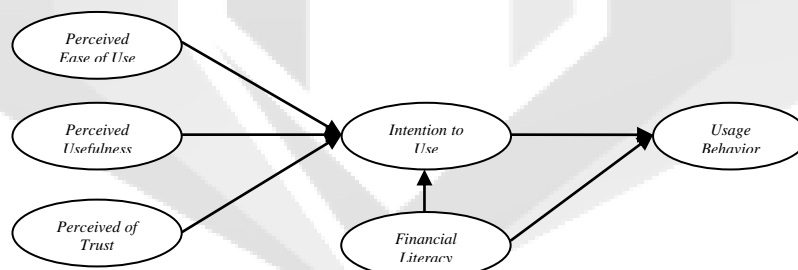
*use M-Payment*, tetapi berpengaruh langsung terhadap *decision using M-Payment*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan yakni *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *financial literacy*.
2. Variabel mediasi yang digunakan yakni *intention to use*.
3. Variabel dependen yang digunakan yakni *usage behavior (decision to use)*.
4. Metode yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data melalui kuesioner.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Responden pada penelitian terdahulu yakni mahasiswa di Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Poltek Jember.
2. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian terdahulu yakni *convenience sampling*.
3. Objek pada penelitian terdahulu yakni *M-Payment*, sedangkan pada penelitian saat ini yakni *e-wallet*.



Gambar 2.7  
Kerangka Pemikiran Amalina Maryam et al., (2021)

Tabel 2.1  
Ringkasan Peneliti Terdahulu

No.	Peneliti	Tujuan Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Analisis
1.	Setiani Putri Hendratno (2022)	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor dari Model ISS DeLone dan McLean, yaitu kepuasan pengguna, kualitas sistem, dan kualitas layanan, serta faktor-faktor seperti risiko COVID-19 yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, manfaat ekonomi, dukungan pemerintah, risiko keamanan, dan risiko keuangan terhadap niat untuk menggunakan e-Wallet di toko offline selama COVID-19.</p>	<p>Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online kepada pengguna e-Wallet di Indonesia melalui google form. Jumlah responden data sebanyak 300 orang Responden.</p>	<p>Variabel independen: <i>economic benefit, government support, system quality, service quality, security risk, finansial risk, trust</i></p> <p>Variabel mediasi: <i>perceived usefulness, user satisfaction, perceived risk</i></p> <p>Variabel moderasi: <i>perceived covid-19 risk</i></p> <p>Variabel dependen: <i>intention to use</i></p>	<p>Menggunakan metode SEM-PLS. responden dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.8.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko COVID-19, kepuasan pengguna, dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan e-Wallet di toko offline selama pandemi. Selain itu, kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh kualitas sistem dan kualitas layanan. Sedangkan persepsi manfaat dan risiko yang dirasakan tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan e-Wallet di toko offline selama COVID-19.</p>

2.	Riana Mahfuroh, dan Aditya Pandu Wicaksono (2020)	Penelitian ini bertujuan untuk mengamati intensi penggunaan LinkAja sebagai alat pembayaran elektronik.	Kuesioner elektronik dibagikan kepada para pengguna aplikasi LinkAja untuk dianalisis. Seluruh kuesioner yang terisi dengan lengkap kemudian dianalisis dengan menggunakan SmartPLS. Sebanyak 157 responden berpartisipasi pada penelitian ini.	<p>Variabel independen: <i>perceived ease of use, perceived usefulness, satisfaction, trust</i></p> <p>Variabel dependen: <i>intention to use</i></p>	<p>Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Tahap evaluasi pada PLS-SEM terdiri dari dua tahapan yaitu uji measurement models (outer model) dan uji structural model (inner model)</p> <p><i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Ease of Use</i> terbukti secara positif mempengaruhi intensi penggunaan LinkAja. Selain itu, <i>Ease of Use</i> memberikan dukungan yang berarti terhadap <i>Perceived Usefulness</i> pengguna untuk menggunakan LinkAja. Hubungan <i>Satisfaction</i> secara positif berpengaruh terhadap <i>Trust</i>. Adapun temuan yang tidak berpengaruh secara signifikan perlu dilakukan investigasi lebih lanjut. <i>Satisfied</i> dan <i>Trust</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Intention to Use</i>. Sementara, <i>Satisfied</i> tidak memiliki asosiasi langsung terhadap intensi penggunaan LinkAja. <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Ease of Use</i> terbukti secara positif mempengaruhi intensi penggunaan LinkAja. Selain itu, <i>Ease of Use</i> memberikan dukungan yang berarti terhadap <i>Perceived Usefulness</i> pengguna</p>
----	---	---	---	---	--

						untuk menggunakan LinkAja. Hubungan <i>Satisfaction</i> secara positif berpengaruh terhadap <i>Trust</i> . Adapun temuan yang tidak berpengaruh secara signifikan perlu dilakukan investigasi lebih lanjut. <i>Satisfied</i> dan <i>Trust</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Intention to Use</i> . Sementara, <i>Satisfied</i> tidak memiliki asosiasi langsung terhadap intensi penggunaan LinkAja.
3.	Mia Audina, Isnurhadi, Isni Andriana (2021)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention untuk menggunakan layanan transaksi keuangan digital (E-wallet) pada generasi milenial di Kota Palembang.	Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu purposive sampling. Sampel dari 250 generasi milenial pengguna E-wallet ShopeePay, GoPay, dan DANA diperoleh melalui survei kuisisioner online.	Variabel independen: <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, digital financial literacy</i>  Variabel dependen: <i>behavioral intention</i>	Metode analisis data menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).	Performance expectancy, social influence, hedonic motivation, dan digital financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention. Sedangkan, effort expectancy dan facilitating condition tidak memiliki pengaruh yang signifikan
4.	Muniaty Aisyah dan Yunia Silvia Sesunana (2023)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan konsumen	Jumlah sampel data yang digunakan yakni sebanyak 100 orang.	Variabel independen: <i>perceived usefulness, perceived ease of use,</i>	Metode analisis data menggunakan <i>Partial Least Square-</i>	<i>Perceived trust</i> dan <i>intention</i> yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan

		menggunakan <i>e-wallet</i> berbasis syariah di Indonesia.		<i>perceived enjoyment, perceived trust, attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control</i>  Variabel mediasi: <i>intention</i>  Variabel dependen: <i>decision to use e-wallet.</i>	<i>Structural Equation Modeling (PLS-SEM).</i>	e-wallet berbasis syariah, sedangkan <i>perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment, attitude, subjective norm, dan perceived behavioural control</i> tidak berpengaruh. <i>Perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> mempengaruhi <i>intention</i> , namun tidak mempengaruhi <i>decision to use e-wallet</i> berbasis syariah.
5.	Hendy Mustiko Aji , Izra Berakon dan Maizaitulaidawati Md Husin (2020)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko, dukungan pemerintah, dan persepsi manfaat terhadap niat pelanggan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> selama wabah COVID-19.	Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yakni 259 orang Indonesia dan 207 orang Malaysia.	Variabel independen: <i>perceived covid-19 risk, dan government support</i>  Variabel mediasi: <i>perceived usefulness</i>  Variabel dependen: <i>intention to use e-wallet.</i>	Metode analisis data menggunakan <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).</i>	<i>Government support</i> terhadap <i>intention to use e-wallets</i> berbeda antar negara. Selain itu, <i>perceived usefulness</i> sepenuhnya memediasi hubungan dukungan pemerintah terhadap <i>intention to use e-wallet</i> , serta secara parsial memediasi pengaruh <i>perceived risk</i> terhadap <i>intention to use e-wallet</i> .
6.	Veronica Ong dan Nuryasman MN (2020)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni 90 mahasiswa/i di Jakarta.	Variabel independen: <i>perceived ease of use, perceived risk, financial literacy</i>	Metode analisis data menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i>	Persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat



		keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja.		Variabel dependen: <i>intention to use e-wallet.</i>		penggunaan.
7.	Amalina Maryam Zakkiyah, Amri Gunasti, Isti Fadah (2021)	Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> , dan <i>perceived trust</i> terhadap <i>usage behaviour M-Payment</i> .	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni 120 mahasiswa di Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, dan Poltek Jember	Variabel independen: <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived trust</i> , dan <i>financial literacy</i> .  Variabel mediasi: <i>intention to use</i> .  Variabel dependen: <i>usage behaviour</i> .	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dengan menggunakan alat statistik AMOS SmartPLS.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> tidak berpengaruh terhadap <i>decision using M-Payment</i> , sedangkan <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived of trust</i> berpengaruh terhadap <i>decision using M-Payment</i> . Selain itu <i>financial literacy</i> tidak berpengaruh terhadap <i>intention to use M-Payment</i> , tetapi berpengaruh langsung terhadap <i>decision using M-Payment</i> .

Sumber: (Aisyah & Sesunan, 2023; Aji et al., 2020; Audina et al., 2021; Hendratno, 2022; Mahfuroh & Wicaksono, 2020; Ong &

Nuryasman M.N, 2022) Amalina Maryam et al., (2021)

## **2.2 Landasan Teori**

Landasan teori merupakan dasar dari yang digunakan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teori adalah konsep dasar mengenai *Decision to Use* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *Decision to Use* mahasiswa UHW Perbanas Surabaya, serta teori yang dikemukakan oleh para ahli. Selain itu, penelitian ini juga mengangkat dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang menjelaskan terkait keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi, yang dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Teori ini dikembangkan oleh Davis (1989), yang menggambarkan bagaimana persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi dan manfaatnya dalam memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi. Teori ini dikembangkan untuk memprediksi perilaku seseorang dalam mengadopsi teknologi informasi dan sistem aplikasi terbaru.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori psikologis yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan terkait perilaku individu berdasarkan niat dan keyakinan pribadi mereka. Teori ini dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menggambarkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh empat faktor utama, yakni niat (*intention*), sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kendali perilaku (*perceived behavioural control*). *Theory of*

*Planned Behavior* (TPB) memberikan landasan kuat dalam menganalisis dan meramalkan perilaku individu dalam berbagai konteks.

### **2.2.1**      *Decision to Use*

*Decision to use* merujuk pada keputusan individu untuk menggunakan sebuah sistem atau teknologi. Menurut Senali et al., (2023), *decision to use* merupakan perilaku aktual yang diperoleh dan dihasilkan dari niat (*intention*) untuk melakukan sebuah tindakan atau perilaku tertentu, sesuai dengan informasi yang dimilikinya. Sebuah keputusan (*decision*) dapat muncul setelah seorang individu membuat satu pilihan dari beberapa pilihan alternatif. Selain itu, individu juga akan memutuskan jika telah melakukan evaluasi secara mendalam terkait apa yang dipilih (Wong, 2018).

Menurut Aprilia (2023) dalam penelitiannya, *decision to use* memiliki beberapa indikator, yakni sebagai berikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk atau jasa
2. Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan penggunaan ulang

### **2.2.2**      *Intention to Use*

*Intention to use* merujuk pada suatu tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi. *Intention to Use* merupakan kecenderungan atau niat dari seseorang untuk menggunakan suatu

produk, layanan maupun teknologi. Menurut Siqueira et al., (2022) dalam penelitiannya, *Intention to Use* dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap penggunaan. Norma subjektif mencerminkan pengaruh orang terdekat. Kendali Perilaku mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan mengontrol dan melaksanakan suatu penggunaan. Menurut Venkatesh et al., (2016), *intention to use* dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Menurut Mahfuroh & Wicaksono (2020), penelitian ini memiliki beberapa indikator *intention to use*, yakni sebagai berikut :

1. Keinginan untuk menggunakan
2. Keinginan untuk mencoba menggunakan
3. Keinginan menggunakan dimasa yang akan datang

### **2.2.3 Digital Financial Literacy**

Menurut Prasarry et al., (2023), *digital financial literacy* didefinisikan sebagai pengetahuan tentang sistem belanja dan tabungan online dengan menggunakan *e-wallet*. *Digital financial literacy* didefinisikan sebagai kemampuan dan wawasan seseorang dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital. Manurung & Manurung, (2009), *digital financial literacy* merupakan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan dan efektivitas dengan sumber daya keuangan yang dimiliki.

Prasarry et al., (2023) mendefinisikan *digital financial literacy* sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan digital dan memahami bagaimana cara mengelola keuangan melalui aplikasi keuangan digital. *Digital financial literacy* melibatkan pemahaman yang kuat mengenai konsep dan terminology keuangan. Menurut Nguyen Viet Khoi (2018), *digital financial literacy* melibatkan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan secara cerdas dan mengelola risiko digital. Individu dengan *digital financial literacy* yang baik mampu untuk mengevaluasi dan membandingkan produk atau layanan keuangan digital.

Menurut Audina et al., (2021), penelitian ini memiliki beberapa indikator *digital financial literacy*, yakni sebagai berikut :

1. Wawasan mengenai *e-wallet*
2. Pengetahuan mengenai tujuan, fungsi, dan pengoperasian *e-wallet*
3. Pengetahuan mengenai resiko penggunaan *e-wallet*

#### **2.2.4 Perceived Usefulness**

Venkatesh et al., (2016) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai persepsi pengguna terhadap sejauh mana penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja kerja mereka dan membantu mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Subagio & Rachmawati (2020), *perceived usefulness* merupakan persepsi individu terhadap sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan nilai tambah dan manfaat dalam mencapai tujuan pribadi atau profesional. *Perceived usefulness* menjadi tolak ukur sejauhmana

seseorang menganggap sistem dari suatu teknologi dapat meningkatkan efisiensi kerjanya.

Fitriani & Maulidiah (2022) menjelaskan *perceived usefulness* sebagai persepsi individu terhadap sejauh mana penggunaan teknologi keuangan digital akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan pengguna. *Perceived usefulness* merupakan bagian dari konsep *Theory Acceptance Model* (TAM) yang mengacu pada persepsi individu mengenai penggunaan suatu teknologi dan kontribusi positif dalam mencapai tujuan dan kebutuhan pengguna. Ali et al., (2022) juga mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* adalah persepsi individu tentang manfaat dan keuntungan penggunaan teknologi dalam menyelesaikan tugas-tugas kerja

Menurut Mahfuroh & Wicaksono (2020) penelitian ini memiliki beberapa indikator *perceived usefulness*, yakni sebagai berikut :

1. Sistem bermanfaat
2. Meningkatkan efektivitas
3. Meningkatkan produktivitas
4. Mengembangkan Kinerja

#### **2.2.5 *Perceived Ease of Use***

Pereira et al., (2021) mendefinisikan mengenai *perceived ease of use* sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi keuangan. *Perceived ease of use* mencerminkan keyakinan

seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan dilakukan dengan mudah dan tanpa memerlukan usaha yang besar. Menurut Ashfaq et al., (2020), *perceived ease of use* merupakan sejauh mana pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan dan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi keuangan mampu memberikan manfaat tanpa perlu mengeluarkan banyak usaha.

Japariato & Anggono (2020), mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai persepsi pengguna terhadap tingkat kesulitan dalam mengoperasikan sistem teknologi dan tingkat kemampuan pengguna dalam mempelajari dan menggunakan teknologi tersebut. Menurut Kurniaputra & Nurhadi (2018), *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kesederhanaan dan kemudahan pemahaman sistem yang memudahkan pengguna dalam mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi dengan mudah dan cepat, tanpa memerlukan bantuan. Pereira et al., (2021), menyatakan bahwa *perceived ease of use* menjadi faktor penting yang memengaruhi niat penggunaan *e-wallet*.

Menurut Mahfuroh & Wicaksono (2020), penelitian ini memiliki beberapa indikator *perceived ease of use*, yakni sebagai berikut :

1. Sistem jelas dan mudah dimengerti
2. Tidak memerlukan banyak usaha
3. Mudah digunakan
4. Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap *Intention to Use***

*Digital financial literacy* merujuk pada pengetahuan dan pemahaman seseorang terkait konsep keuangan digital, kemampuan mengelola keuangan secara digital, serta keterampilan menggunakan teknologi keuangan. Semakin tinggi *digital financial literacy* individu, maka semakin meningkat pula niat mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan layanan keuangan digital seperti *e-wallet*. *Digital Financial Literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Audina et al., (2021), yang mengemukakan bahwa *digital financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa responden berniat menggunakan *e-wallet* ShopeePay, GoPay, dan DANA sebagai layanan untuk melakukan transaksi keuangan dikarenakan mereka telah memiliki pengetahuan keuangan digital yang baik.

### **2.3.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use***

*Perceived usefulness* merujuk pada persepsi manfaat yang dapat diterima oleh individu setelah menggunakan layanan *e-wallet*. Seseorang akan selalu melihat sisi manfaat yang dapat dirasakan ketika akan menggunakan suatu produk atau layanan. Semakin tinggi tingkat *Perceived Usefulness* seseorang, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan layanan dompet elektrik. Hal ini didukung oleh penelitian Mahfuroh & Wicaksono (2020), yang mengemukakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh paling



tinggi terhadap intensi penggunaan dompet elektronik LinkAja. *Perceived of usefulness* memiliki hubungan yang positif artinya ketika pengguna memiliki persepsi bahwa aplikasi LinkAja memberikan manfaat untuk mereka, maka pengguna akan tergerak untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian dari Aisyah & Sesunan (2023) juga mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention*. Aisyah & Sesunan (2023) mengungkapkan bahwa konsumen merasa *e-wallet* berbasis syariah lebih bermanfaat dibandingkan dengan *e-wallet* lain seperti GoPay, Shopee Pay, dan OVO.

### **2.3.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use***

*Perceived ease of use* merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan teknologi dan aplikasi keuangan digital. *Perceived ease of use* ini merupakan salah satu bagian dari teori TAM. Menurut penelitian Mahfuroh & Wicaksono (2020), *perceived ease of use* menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*. Ketika seseorang memiliki pengalaman menggunakan teknologi keuangan secara mudah, maka akan meningkatkan persepsi mereka terhadap manfaat dan keinginan mereka menggunakan lagi dimasa yang akan datang. Penelitian dari Noviatun & Riptiono (2021) juga mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* terhadap *intention to use e-wallet* OVO. Hasil ini penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Ong & Nuryasman M.N (2022), dimana *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use e-wallet* LinkAja. Ong & Nuryasman M.N (2022) dalam penelitiannya

menjelaskan bahwa kemudahan saja tidak cukup bagi mahasiswa untuk mau menggunakan *e-wallet* LinkAja. Oleh karena itu diperlukan inovasi lainnya agar mahasiswa lebih tertarik menggunakan *e-wallet* LinkAja.

#### **2.3.4 Pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap *Decision to Use* yang dimediasi oleh *Intention to Use***

*Digital financial literacy* merujuk pada pengetahuan dan pemahaman seseorang terkait konsep keuangan secara digital. *Digital financial literacy* merupakan sub-bagian dari *financial literacy*. *Digital financial literacy* individu yang tinggi dapat meningkatkan niat mereka untuk menggunakan *e-wallet* hingga sampai pada pengambilan keputusan (*decision to use*) untuk menggunakan *e-wallet*. *Digital Financial Literacy* sendiri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Audina et al., (2021), yang mengemukakan bahwa *digital financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet*. Selain itu, Amalina Maryam et al., (2021) mengungkapkan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *usage behavior*. *Financial literacy* menjadi salah satu faktor dalam penggunaan M-Payment. Hasil ini konsisten bahwa keinginan untuk menggunakan M-Payment muncul karena dianggap lebih aman dibandingkan pembayaran tunai. Jika *intention to use* dan *decision to use* memiliki pengaruh positif, maka variabel *digital financial literacy* berhasil dimediasi.

### **2.3.5 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* yang dimediasi oleh *Intention to Use***

*Perceived usefulness* merujuk pada persepsi manfaat yang dapat diterima oleh individu setelah menggunakan layanan *e-wallet*. Semakin tinggi tingkat *Perceived Usefulness* seseorang, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan layanan dompet elektrik. Hal ini didukung oleh penelitian Mahfuroh & Wicaksono (2020), yang mengemukakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh paling tinggi terhadap intensi penggunaan dompet elektronik LinkAja. Karim et al., (2020) menjelaskan bahwa *perceived usefulness* terhadap *decision using e-wallet* memiliki pengaruh yang positif signifikan jika dimediasi dengan *intention to use*.

### **2.3.6 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* yang dimediasi oleh *Intention to Use***

*Perceived ease of use* merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan teknologi dan aplikasi keuangan digital. Penelitian Mahfuroh & Wicaksono (2020) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*. Ketika seseorang memiliki pengalaman menggunakan teknologi keuangan secara mudah, maka akan meningkatkan persepsi mereka terhadap manfaat dan keinginan mereka menggunakan lagi dimasa yang akan datang. Penelitian Karim et al., (2020) juga mengungkapkan bahwa jika *perceived ease of use* dimediasi dengan *intention to use*, akan memberikan pengaruh positif

terhadap *decision to use e-wallet*. Semakin mudah *e-wallet* digunakan, semakin kuat juga keputusan seseorang untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.

### **2.3.7 Pengaruh *Intention to Use terhadap Decision to Use***

*Intention to use* merupakan suatu keinginan yang muncul dari diri seseorang untuk menggunakan suatu layanan. *Intention to use* dan *decision to use* memiliki suatu keterkaitan. Keputusan seseorang dalam menggunakan layanan muncul karena didasari oleh keinginan atau niat untuk menggunakan. Semakin tinggi *intention* seseorang, maka akan semakin tinggi pula tingkat *decision to use*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah & Sesunan (2023), yang menjelaskan bahwa *intention* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *decision to use e-wallet*. Aisyah & Sesunan (2023), mengungkapkan bahwa hanya *perceived risk* dan *intention* yang berpengaruh langsung terhadap *e-wallet* berbasis syariah. Penelitian Karim et al., (2020) juga menegaskan bahwa *intention* secara signifikan memengaruhi *use of e-wallet*. Karim et al., (2020) menjelaskan bahwa orang muda di Malaysia mengambil keputusan penggunaan sebenarnya terhadap *e-wallet* karena didasari oleh niat penggunaan yang tinggi pula.

### **2.3.8 Pengaruh *Digital Financial Literacy terhadap Decision to Use***

*Digital Financial Literacy* merujuk pada pengetahuan dan pemahaman seseorang terkait konsep keuangan digital, kemampuan mengelola keuangan secara digital, serta keterampilan menggunakan teknologi keuangan. *Digital Financial Literacy* merupakan bagian spesifik dari *Financial Literacy*. Maka

jika *Financial Literacy* seseorang tinggi, tingkat *Digital Financial Literacy* nya pun tinggi.

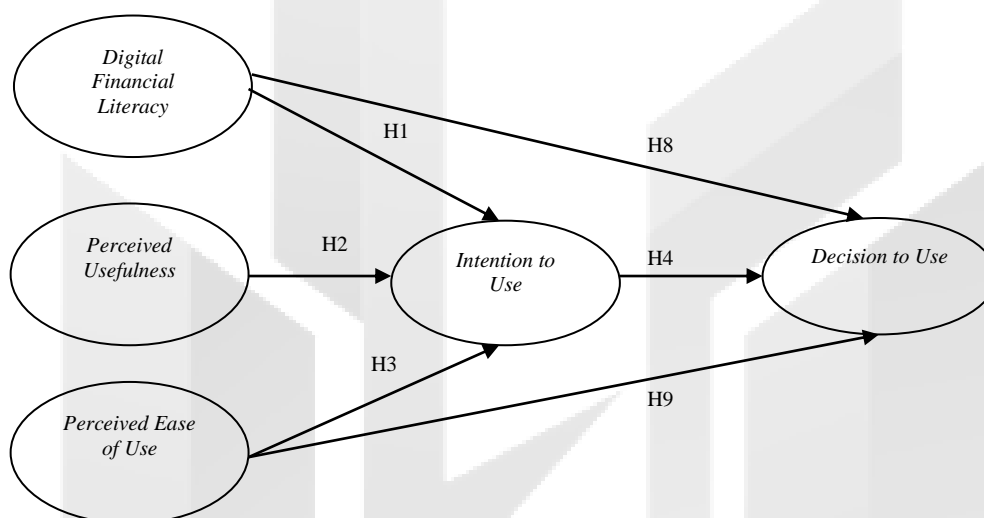
Semakin tinggi *Financial Literacy* individu seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan teknologi keuangan digital atau *e-wallet*. Hal ini dibuktikan oleh penelitian dari Amalina Maryam et al., (2021) yang mengungkapkan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*. Agnes dan Ratna (2021) juga mengungkapkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Tony & Desai (2020) juga mengungkapkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap penggunaan teknologi keuangan, sebagai salah satu produk dari inklusi keuangan digital.

### **2.3.9 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use***

*Perceived ease of use* merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan teknologi dan aplikasi keuangan digital. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*. Semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan teknologi, maka semakin tinggi pula keputusan seseorang dalam menggunakan *e-wallet*. Hal ini didukung oleh penelitian dari Aisyah & Sesunan (2023), yang mengungkapkan bahwa *Perceived Ease of Use* yang merupakan unsur dari teori TAM, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Dengan merujuk pada penjelasan sub-subab sebelumnya, maka variabel *decision to use e-wallet*, *intention to use*, *digital financial literacy*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of used* dapat dihubungkan melalui kerangka sebagai berikut:



Gambar 2. 8  
Kerangka Pemikiran Alexander Venacta (2024)

Sumber Keterangan:

DFL → ITU : (Audina et al., 2021)

PU → ITU : (Mahfuroh & Wicaksono, 2020) & (Aji et al., 2020)

PEOU → ITU : (Mahfuroh & Wicaksono, 2020) & (Ong & Nuryasman M.N, 2022)

ITU → DTU : (Aisyah & Sesunan, 2023)

DFL → DTU : (Amalina Maryam et al., (2021))

PU → DTU : (Aisyah & Sesunan, 2023)

PEOU → DTU : (Aisyah & Sesunan, 2023)

## **2.5 Hipotesis Penelitian**

Penelitian ini memiliki 3 (tiga) hipotesis penelitian. Hipotesis adalah dugaan hasil penelitian.

H1: *Digital Financial Literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*

H3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use*

H4: *Intention to Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*

H5: *Digital Financial Literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use* dengan dimediasi oleh *Intention to Use*

H6: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use* dengan dimediasi oleh *Intention to Use*

H7: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use* dengan dimediasi oleh *Intention to Use*

H8: *Digital Financial Literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*

H9: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use*