

# **Analisis *User Behavior E – Wallet* pada Generasi Z menggunakan Metode *Theory of Planned Behavior***

## ***User Behavior Analysis of E-Wallet Usage among Generation Z using the Theory of Planned Behavior***

<sup>1</sup>Muhammad Zacky Raditya\*, <sup>2</sup>Mona Fronita, <sup>3</sup>Eki Saputra, <sup>4</sup>Megawati, <sup>5</sup>Anofrizen  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan  
Syarif Kasim Riau

<sup>1,2,3,4,5</sup>Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

\*e-mail: [muhammadkaye102@gmail.com](mailto:muhammadkaye102@gmail.com)

(received: 15 May 2025, revised: 24 May 2025, accepted: 24 May 2025)

### **Abstrak**

Seiring pesatnya perkembangan teknologi digital serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sistem transaksi yang cepat dan praktis, penggunaan dompet digital (*E - Wallet*) di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z (Gen Z), turut mengalami peningkatan. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor-faktor perilaku penggunaan *E - Wallet* di kalangan Gen Z dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pendekatan ini mencakup tiga konstruk utama yang diyakini mempengaruhi *Behavioral Intention* (BI) dan perilaku aktual pengguna, yaitu *Attitude Toward Behavior* (ATB), *Subjective Norm* (SN), dan *Perceived Behavioral Control* (PBC). Data yang digunakan sebanyak 100 responden mahasiswa Gen Z Pekanbaru yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dan menganalisis data menggunakan teknik *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Validitas instrumen diuji dengan *Discriminant Validity*, sedangkan reliabilitasnya diuji menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh variabel *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z di Pekanbaru. Selanjutnya, *Behavioral Intention* dan *Perceived Behavioral Control* juga berpengaruh signifikan terhadap *Behavior* atau perilaku aktual penggunaan *E - Wallet*. Secara teori, temuan ini mendukung penggunaan TPB dalam konteks pembayaran digital. Secara praktis, penyedia *E - Wallet* disarankan fokus pada peningkatan sikap positif, pengaruh sosial, dan kemudahan penggunaan bagi Gen Z. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel di luar model TPB yang berpotensi mempengaruhi perilaku penggunaan *E - Wallet*.

**Kata kunci:** dompet digital, gen z, perilaku pengguna, smartpls, *theory of planned behavior*

### **Abstract**

*With the rapid advancement of digital technology and the growing demand for fast and practical transaction systems, the use of digital wallets (E-Wallets) among the younger generation—particularly Generation Z—has significantly increased. This study aims to identify the behavioral factors influencing E-Wallet usage among Gen Z by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). This theoretical framework includes three main constructs believed to influence Behavioral Intention (BI) and actual user behavior: Attitude Toward the Behavior (ATB), Subjective Norm (SN), and Perceived Behavioral Control (PBC). The study involved 100 Gen Z university students in Pekanbaru, selected through purposive sampling. A quantitative research method was employed, and data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Instrument validity was tested through discriminant validity, while reliability was assessed using Cronbach's Alpha and Composite Reliability. The findings reveal that all three variables—Attitude Toward the Behavior, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control—have a significant influence on Behavioral Intention to use E-Wallets among Gen Z in Pekanbaru. Furthermore, both Behavioral Intention and Perceived Behavioral Control significantly affect the actual usage behavior of E-Wallets.*

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

*Theoretically, these results support the applicability of the TPB framework in the context of digital payment systems. Practically, E-Wallet providers are advised to focus on enhancing users' positive attitudes, leveraging social influence, and improving ease of use for Gen Z. However, this study is limited by its exclusion of external factors beyond the TPB model that may also influence E-Wallet usage behavior.*

**Keywords:** *e - wallet, generation z, smartpls, theory of planned behavior, user behavior*

## 1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini telah merambah hampir seluruh sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan yang mengalami perubahan signifikan. Transformasi di bidang ini dikenal dengan istilah *financial technology* atau *fintech*, yaitu inovasi dalam penyediaan layanan keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi modern sebagai inti operasionalnya [1]. Penggunaan dompet digital kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan. Hal ini diperkuat oleh laporan *Insight Asia's E - Wallet Industry Outlook 2023*, yang menunjukkan bahwa 74% dari 1.300 responden di area urban menggunakan layanan dompet digital. Menariknya, sekitar 61% dari mereka memanfaatkan lebih dari satu aplikasi secara bersamaan. Di antara berbagai platform, GoPay tercatat sebagai *E - Wallet* paling populer dengan tingkat penggunaan sebesar 71%, meskipun persaingan tetap ketat dengan OVO yang mencatat angka hampir serupa, yakni 70%. Selain kedua platform tersebut, layanan seperti LinkAja, ShopeePay, dan DANA juga memiliki basis pengguna yang cukup signifikan.

Jika dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional, sistem digital yang dikembangkan oleh industri *fintech* menawarkan efisiensi dan kemudahan yang belum pernah dihadirkan sebelumnya. Melalui teknologi ini, pengguna dapat dengan praktis melakukan penyimpanan, transfer, dan penerimaan dana secara elektronik hanya dengan memanfaatkan perangkat seluler, tanpa perlu bergantung pada infrastruktur perbankan konvensional [2]. Tren ini semakin menguat akibat pandemi COVID-19, di mana kebijakan pembatasan sosial dan meningkatnya kesadaran terhadap higienitas mendorong masyarakat untuk beralih ke metode pembayaran non-tunai sebagai alternatif yang lebih aman dan praktis [3].

Penggunaan *E - Wallet* telah menjadi fenomena yang semakin populer di kalangan Generasi Z (Gen Z) dalam beberapa tahun terakhir. Sebuah studi yang dipublikasikan dalam *International Journal of Bank Marketing* mengungkapkan bahwa Gen Z memiliki kecenderungan tinggi untuk mengadopsi *E - Wallet* karena persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, dan pengaruh sosial [4]. Selain itu, Gen Z cenderung memilih *E - Wallet* karena kemampuannya dalam memfasilitasi manajemen keuangan personal yang lebih baik dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih *seamless* [5].

Gen Z, yang juga dikenal sebagai generasi *centennial*, adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, yang tepat setelah generasi *millennium*, yang juga dikenal sebagai generasi Y. Selain itu, mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 disebut sebagai Gen Z. Mengingat Gen Z adalah kelompok yang lahir setelah tahun 1997, klaim ini sebagian besar akurat. Meskipun beberapa anggota Gen Z bergabung dengan angkatan kerja pada tahun 2020, mayoritas dari mereka sekarang terdaftar di perguruan tinggi [6].

Memahami perilaku Gen Z, khususnya terkait pengambilan keputusan atau pemanfaatan teknologi tertentu, dapat dilakukan dengan mengacu pada teori yang relevan, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang menjelaskan bahwa tiga faktor utama mempengaruhi niat bertindak individu, yaitu: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, yang masing-masing memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Teori ini berangkat dari pandangan bahwa manusia bertindak secara rasional dengan mempertimbangkan konsekuensi dari tindakannya. Melalui TPB, perilaku Gen Z dapat dianalisis dengan melihat bagaimana mereka menilai suatu tindakan, pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan mereka, serta seberapa besar kendali yang mereka rasakan dalam melakukan suatu perilaku [7].

Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan untuk menganalisis perilaku pengguna *E - Wallet* pada Gen Z, penelitian ini memanfaatkan SmartPLS 4 sebagai alat bantu dalam proses analisis data. Pendekatan yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang dinilai sesuai dengan kebutuhan penelitian ini karena mampu menguji hubungan

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

antar variabel dalam model teoritis secara lebih fleksibel. PLS-SEM juga memiliki sejumlah keunggulan, di antaranya dapat diterapkan pada berbagai skala data, tidak bergantung pada asumsi distribusi normal, dan tetap dapat digunakan meskipun jumlah sampel tidak terlalu besar. Oleh karena itu, metode ini dipilih sebagai teknik analisis yang kuat dan efisien dalam mengolah data yang berkaitan dengan perilaku pengguna *E - Wallet* di kalangan Gen Z [8].

Berdasarkan analisis dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z dipengaruhi secara signifikan oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Gen Z cenderung positif dalam mengadopsi *E - Wallet* karena kemudahan, dukungan sosial, dan kepercayaan diri terhadap kemampuan teknologi. Temuan ini penting bagi penyedia layanan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pengguna Gen Z.

## 2 Tinjauan Literatur

*Theory of Planned Behavior* (TPB) sering digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi digital, termasuk layanan *E - Wallet*. TPB menyatakan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. Studi sebelumnya menunjukkan TPB efektif mengkaji adopsi teknologi dengan menangkap aspek psikologis, sosial, dan kemampuan individu secara menyeluruh. Model ini banyak dipakai untuk menganalisis faktor yang memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam berbagai layanan digital, sehingga penting untuk meninjau studi terdahulu guna memahami temuan umum dan peluang pengembangan penelitian.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan metode TPB untuk mengukur perilaku pengguna pada layanan digital. Penelitian oleh Muh. Nurtanzis Sutoyo dan Qammaddin [9] menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh paling signifikan terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan nilai *T-statistic* sebesar 58,715 (*p-value* < 0,001). Sikap pengguna juga terbukti berpengaruh positif terhadap niat menggunakan SIAKAD dengan *T-statistic* 3,811. Selain itu, risiko berpengaruh signifikan terhadap sikap (*T-statistic* 12,543) dan juga terhadap niat penggunaan (*T-statistic* 2,338). Sebaliknya, beberapa variabel tidak menunjukkan pengaruh signifikan, seperti persepsi kegunaan terhadap niat (*T-statistic* \*0,371), kontrol perilaku terhadap niat (*T-statistic* 0,471), manfaat dirasakan terhadap niat (*T-statistic* 0,237), dan norma subjektif terhadap niat penggunaan (*T-statistic* 0,007). Hasil ini menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan SIAKAD, niat pengguna lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi langsung terhadap kemudahan penggunaan dan risiko, daripada oleh norma sosial atau kontrol perilaku. Namun, jumlah sampel yang terbatas serta tidak adanya eksplorasi terhadap hambatan teknis dalam penggunaan sistem menjadi keterbatasan yang perlu diperhatikan.

Penelitian oleh Sri Intan dkk. [10] menemukan bahwa sikap pengguna terhadap aplikasi SIGNAL berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,951 dan *p-value* 0,004. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga berpengaruh terhadap sikap dengan *t-statistic* 2,351 (*p-value* 0,021), dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap sikap pengguna memiliki pengaruh paling kuat dengan *t-statistic* 3,074 (*p-value* 0,003). Namun, tidak ditemukan pengaruh signifikan dari norma subjektif terhadap niat perilaku (*t-statistic* 0,115, *p-value* 0,909), begitu juga dengan persepsi kemanfaatan langsung terhadap niat (*t-statistic* 1,811, *p-value* 0,073), serta *perceived behavior control* (*t-statistic* 1,266, *p-value* 0,028) yang hanya menunjukkan pengaruh marginal. Hasil ini menekankan bahwa niat menggunakan SIGNAL lebih dipengaruhi oleh sikap dan persepsi pribadi terhadap aplikasi, dibanding tekanan sosial atau kendali eksternal. Meskipun demikian, variabel *subjective norm* dan *perceived behavioral control* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat, sehingga mengindikasikan bahwa faktor sosial dan kontrol diri tidak selalu menjadi determinan kuat dalam konteks layanan publik berbasis aplikasi. Kurangnya pendekatan kualitatif untuk mendalami hasil yang tidak signifikan menjadi salah satu kelemahan dalam studi ini.

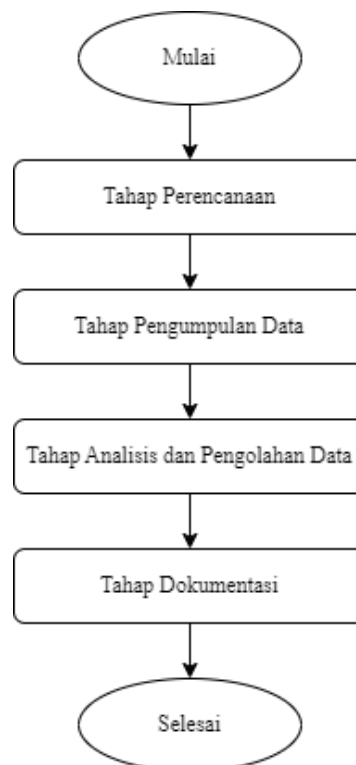
Penelitian oleh Richo Diana Aviyanti [11] terhadap 300 pelaku UMKM di Kota Madiun menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model C-TAM-TPB berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-accounting*. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,396 dan koefisien 0,114. Sikap pengguna memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap niat dengan *t-statistic* 6,717 dan koefisien 0,353. Norma subjektif juga signifikan terhadap niat menggunakan dengan *t-statistic* 4,983 dan koefisien 0,284, sementara kontrol perilaku menunjukkan

pengaruh positif yang kuat dengan *t-statistic* 5,111 dan koefisien 0,243. Nilai  $R^2$  sebesar 0,680 menunjukkan bahwa keempat variabel ini secara bersama-sama menjelaskan 68% variabilitas dari niat penggunaan *e-accounting*. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan responden yang masih relatif kecil dibandingkan populasi, serta belum melakukan segmentasi berdasarkan jenis usaha atau tingkat literasi digital.

Metode *Theory of Planned Behavior* (TPB) dianggap relevan digunakan karena mampu menjelaskan niat perilaku pengguna secara menyeluruh melalui tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Tidak seperti TAM yang hanya fokus pada aspek kegunaan dan kemudahan, TPB memasukkan elemen sosial dan kendali pribadi yang penting dalam adopsi teknologi. Termasuk pada *e-accounting*, aplikasi SIGNAL, dan SIAKAD, menunjukkan bahwa ketiga variabel TPB berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Hal ini membuktikan bahwa TPB tidak hanya kuat secara teori, tetapi juga terbukti efektif secara empiris. Tujuan dan fokus penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengisi celah karena fokus pada perilaku penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z secara spesifik, kelompok yang belum banyak dikaji dalam konteks TPB secara murni tanpa integrasi model lain, penelitian ini tidak hanya mengukur niat, tetapi juga perilaku aktual. Selain itu, penggunaan metode triangulasi kuantitatif dan wawancara memberikan kontribusi metodologis yang memperkuat validitas hasil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan variabel yang mempengaruhi perilaku pengguna *E - Wallet* Gen Z ketika menggunakan metode TPB.

### 3 Metode Penelitian

Metode penelitian melibatkan serangkaian langkah sistematis yang bertujuan untuk mengumpulkan data, melakukan analisis, dan membuat kesimpulan guna mencapai tujuan penelitian. Tahapan seperti perencanaan, pengumpulan data, pengolahan data, dan dokumentasi merupakan bagian dari pendekatan penelitian ini. Proses metodologi penelitian dijelaskan lebih lanjut pada bagian awal, yaitu pada Gambar 1.



Gambar 1. Metodologi penelitian

#### 3.1 Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, terdapat beberapa hal yang dilakukan. Pertama, peneliti menetapkan topik yang akan dikaji, yaitu mengenai perilaku pengguna dalam penggunaan *E - Wallet* di kalangan Gen Z dengan pendekatan metode *Theory of Planned Behavior* (TPB). Selanjutnya, peneliti

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

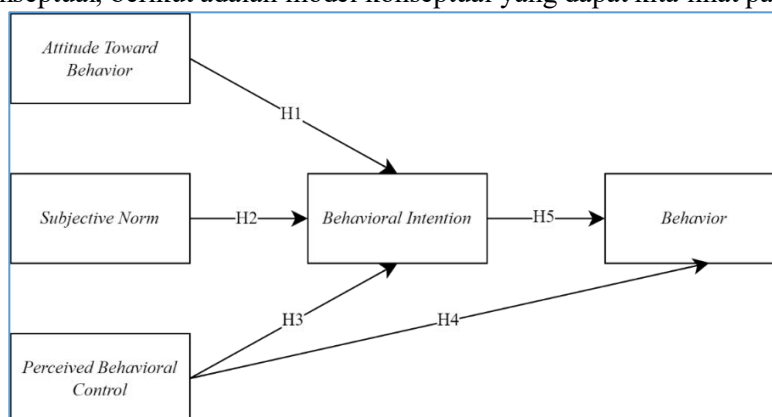
menentukan objek penelitian yang difokuskan pada penggunaan oleh Gen Z. Tahapan ini juga mencakup kegiatan studi pustaka, yakni dengan menelusuri dan mengkaji berbagai literatur, baik berupa buku maupun artikel ilmiah, yang relevan dengan topik penelitian, khususnya yang membahas konsep TPB dan perilaku penggunaan *E - Wallet*.

### 3.2 Tahap Pengumpulan Data

Kuesioner dibuat dan dibagikan kepada kandidat responden, yang merupakan bagian dari tahap pengumpulan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner online yang dibuat menggunakan platform Google Forms dan disebar ke beberapa grup WhatsApp dan Instagram. Pertanyaan disusun berdasarkan kriteria model TPB (*Theory of Planned Behavior*). Kuesioner tersebut juga dilengkapi dengan pertanyaan wawancara sebanyak 30 responden. Wawancara dilakukan untuk memperkuat dan memvalidasi temuan kuantitatif melalui proses triangulasi, yakni dengan membandingkan serta mengonfirmasi hasil analisis kuesioner menggunakan informasi yang diperoleh langsung dari responden. Selanjutnya, analisis akan dilakukan terhadap jawaban responden untuk menentukan nilai dan hubungan antar variabel.

Pengukuran jawaban responden dilakukan secara terstruktur melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert 5 poin. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan *purposive sampling* digunakan; responden dipilih berdasarkan atribut tertentu yang dianggap relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah kuesioner disebar dan diisi oleh responden, data yang terkumpul akan diolah pada tahap berikutnya dalam proses penelitian. Data diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

Penyebaran Kuesioner dilakukan dengan mengukur komponen tingkat kebiasaan pengguna *E - Wallet* pada Gen Z. Sebelum membuat pertanyaan, kita harus menentukan variabel yang sesuai dengan model konseptual, berikut adalah model konseptual yang dapat kita lihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Model konseptual

#### a. Daftar Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan kuesioner disusun secara sistematis guna memperoleh informasi yang mendalam dan sesuai dengan metode TPB. Rincian pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar pertanyaan kuesioner

No	Variabel	Kode	Item Pertanyaan
1.	<i>Attitude Toward Behavior</i> [12]	ATB1	Saya selalu tertarik untuk memanfaatkan fitur-fitur <i>E - Wallet</i> yang ada.
		ATB2	Saya memiliki pandangan positif tentang <i>E - Wallet</i> yang gagal digunakan.
		ATB3	Saya selalu siap terhadap segala risiko yang akan datang dalam menggunakan <i>E - Wallet</i> .
2.	<i>Subjective Norm</i> [13]	SN1	Saya setuju bahwa kebanyakan orang yang suka bertransaksi akan melakukan transaksi mereka menggunakan <i>E - Wallet</i> .
		SN2	Saya setuju bahwa orang yang suka bertransaksi online percaya bahwa <i>E - Wallet</i> tidak menimbulkan masalah.
3.	<i>Perceived Behavioral</i>	PBC1	Saya tahu bagaimana cara melindungi data pribadi

<b>Control</b> [14]	PBC2	saat menggunakan <i>E - Wallet</i> . Saya merasa yakin bisa bertindak cepat jika ada data saya di <i>E - Wallet</i> terancam keamanannya.
4. <b>Behavior Intention</b> [15]	BI1	Saya melakukan transaksi melalui <i>E - Wallet</i> tanpa adanya biaya tambahan.
	BI2	Saya menggunakan <i>E - Wallet</i> dalam jangka panjang.
	BI3	Saya akan menggunakan <i>E - Wallet</i> di masa mendatang.
5. <b>Behavior</b> [16]	B1	Saya akan merasa nyaman melakukan pembayaran melalui <i>E - Wallet</i> sendiri.
	B2	Saya lebih memilih menggunakan sistem pembayaran <i>E - Wallet</i> yang anonim daripada sistem pembayaran yang teridentifikasi pengguna.
	B3	<i>E - Wallet</i> adalah cara yang dapat diandalkan bagi saya untuk mengurus metode pembayaran pribadi saya.

### b. Populasi dan Sampel

Pada tahun 2023, terdapat 293.516 orang di Kota Pekanbaru berusia 18 hingga 27 tahun, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini, rumus Slovin digunakan. Perhitungan jumlah sampel dilakukan seperti berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{293516}{(1+293516 \times 0.1^2)}$$

$$n = \frac{293516}{(1+2935.16)}$$

$$n = \frac{293516}{(2936.16)}$$

$$n = 99.96594191052259$$

Jadi responden yang digunakan pada penelitian ini minimal sebanyak 100 orang.

### 3.3 Tahap Analisis

#### a. Komponen TPB terhadap *E - Wallet*

Peneliti mengambil keputusan untuk menggunakan Model TPB, yang terdiri dari 5 variabel utama, yaitu: *Attitude Toward Behavior* (ATB), *Subjective Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC), *Behavior Intention* (BI), *Behavior* (B).

#### b. Pengolahan Data

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar akan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Dibandingkan dengan alat analisis data lainnya, SmartPLS memiliki keunggulan dalam menangani perhitungan mulai dari yang sederhana hingga model yang kompleks, yang melibatkan banyak konstruk, indikator variabel, dan jalur struktural, tanpa mensyaratkan asumsi distribusi data tertentu [17]. Output yang dihasilkan oleh SmartPLS dalam bentuk data statistik selanjutnya akan digunakan pada tahap analisis data.

### 3.4 Tahap Dokumentasi

Tahap dokumentasi dilakukan dengan menyusun laporan sesuai dengan format penulisan *paper* yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, seluruh hasil yang diperoleh selama proses penelitian dicatat dan dirangkum secara sistematis sehingga membentuk laporan akhir penelitian.

## 4 Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data, serta pembahasan yang dilakukan untuk menganalisis temuan-temuan tersebut. Hasil yang ditampilkan mencerminkan hubungan antara variabel yang diteliti, sedangkan pembahasan difokuskan pada interpretasi hasil serta keterkaitannya dengan teori dan penelitian sebelumnya.

### 4.1 Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 100 orang pengguna *E - Wallet* yang tinggal di Kota Pekanbaru. Jenis kelamin, usia, status sebagai pengguna aktif, jenis *E - Wallet* yang digunakan, dan lama penggunaan. Identifikasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai profil responden serta kaitannya dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 55 orang (55%), sementara responden laki-laki berjumlah 45 orang (45%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *E - Wallet* di Kota Pekanbaru dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

**Tabel 2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase
Laki-Laki	45 Orang	45%
Perempuan	55 Orang	55%
Total	100 Orang	100%

Berdasarkan rentang usia dapat dilihat pada Tabel 3, responden didominasi oleh kelompok usia 18–21 tahun sebanyak 47 orang (47%), diikuti oleh usia 22–24 tahun sebanyak 37 orang (37%), dan usia 25–27 tahun sebanyak 16 orang (16%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *E - Wallet* dalam penelitian ini berasal dari kalangan muda awal Gen Z.

**Tabel 3. Karakteristik berdasarkan usia**

Rentang Tahun	Jumlah Orang	Persentase
18 – 21 Tahun	47 Orang	47%
22 – 24 Tahun	37 Orang	37%
25 – 27 Tahun	16 Orang	16%
Total	100 Orang	100%

Seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif *E - Wallet* dapat dilihat pada Tabel 4, dengan jumlah 100 orang (100%). Hal ini sesuai dengan kriteria penelitian yang secara khusus menargetkan pengguna aktif sebagai objek kajian.

**Tabel 4. Karakteristik berdasarkan pengguna aktif *e - wallet***

Pengguna Aktif <i>E - Wallet</i>	Jumlah Orang	Persentase
Ya	100 Orang	100%
Tidak	0 Orang	0%
Total	100 Orang	100%

Dapat dilihat pada Tabel 5 bahwa jenis *E - Wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah DANA, dengan jumlah 47 orang (47%). Disusul oleh ShopeePay sebanyak 20 orang (20%), GoPay 17 orang (17%), OVO 6 orang (6%), LinkAja 5 orang (5%), dan lainnya sebanyak 5 orang (5%). Data ini menunjukkan bahwa DANA menjadi pilihan utama di kalangan pengguna *E - Wallet* di Kota Pekanbaru.

**Tabel 5. Karakteristik berdasarkan jenis *e - wallet***

Jenis <i>E - Wallet</i>	Jumlah Orang	Persentase
DANA	47 Orang	47%
ShopeePay	20 Orang	20%
GoPay	17 Orang	17%
OVO	6 Orang	6%
LinkAJa	5 Orang	5%
DLL	5 Orang	5%
Total	100 Orang	100%

Berdasarkan lama penggunaan, sebagian besar responden telah menggunakan *E - Wallet* selama 1–3 tahun sebanyak 42 orang (42%), diikuti oleh responden yang telah menggunakan lebih dari 3 tahun sebanyak 33 orang (33%). Sementara itu, 17 orang (17%) menggunakan dalam rentang 6 bulan hingga 1 tahun, dan hanya 8 orang (8%) yang baru menggunakan kurang dari 6 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah cukup berpengalaman dalam menggunakan *E - Wallet* yang dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Karakteristik berdasarkan lama menggunakan *e - wallet***

Lama Menggunakan <i>E - Wallet</i>	Jumlah Orang	Persentase
Kurang 6 Bulan	8 Orang	8%
6 Bulan - 1 Tahun	17 Orang	17%
1 - 3 Tahun	42 Orang	42%
Lebih 3 Tahun	33 Orang	33%
Total	100 Orang	100%

#### 4.2 Analisis Pengukuran Model (*Outer Model*)

Analisis *outer model* digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk laten pada model penelitian. Pengujian ini mencakup uji validitas konvergen (melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted/AVE*), validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk (melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan benar-benar merefleksikan variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten.

##### a. Uji Individual Item Reliability

Uji individual *item reliability* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap indikator pada masing-masing variabel memiliki konsistensi dan kontribusi terhadap konstruk yang diukurnya. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* pada masing-masing indikator. Suatu indikator dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *outer loading*  $\geq 0,70$ , meskipun nilai antara 0,60–0,70 masih dapat diterima dalam penelitian eksploratori, dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Hasil uji *loading factor***

Indikator	<i>Attitude Toward Behavior</i>	<i>Behavior</i>	<i>Behavior Intention</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
ATB1	0.761				
ATB2	0.789				
ATB3	0.825				
B1		0.677			
B2		0.798			
B3		0.678			
BI1			0.664		
BI2			0.680		
BI3			0.805		
PBC1				0.844	
PBC2				0.895	
SN1					0.776
SN2					0.812

Berdasarkan hasil uji *loading factor*, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam model TPB valid dengan beberapa catatan. Untuk variabel *Attitude Toward Behavior (ATB)*, ketiga indikator (ATB1, ATB2, ATB3) memiliki nilai *loading factor* di atas 0.70, yang menunjukkan bahwa konstruk ini valid dan konsisten dalam merepresentasikan sikap positif Gen Z terhadap penggunaan *E - Wallet*. Pada variabel *Behavior*, dua indikator (B1 dan B3) sedikit di bawah 0.70, namun masih



dapat diterima karena didukung oleh indikator B2 yang memiliki nilai tinggi (0.798). Untuk variabel **Behavioral Intention**, meskipun dua indikator pertama (BI1 dan BI2) berada di bawah 0.70, indikator BI3 yang memiliki nilai tinggi (0.805) mendukung validitas konstruk ini. Sedangkan untuk **Perceived Behavioral Control (PBC)**, kedua indikator (PBC1 = 0.844, PBC2 = 0.895) menunjukkan nilai yang sangat kuat, sehingga konstruk ini dapat dianggap sangat valid. Terakhir, pada variabel **Subjective Norm (SN)**, kedua indikator (SN1 = 0.776, SN2 = 0.812) menunjukkan nilai yang kuat dan valid dalam merepresentasikan pengaruh sosial. Secara keseluruhan, meskipun ada beberapa indikator yang sedikit di bawah ambang batas ideal 0.70, hasilnya masih berada dalam batas toleransi, dan seluruh konstruk dapat diterima untuk analisis lebih lanjut.

#### b. Uji Internal Composite Reliability

Pengujian ini dilakukan dengan mengacu pada nilai *composite reliability* (CR), yang digunakan untuk menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk masing-masing. Nilai ambang yang dianggap memadai adalah di atas 0,7 [18]. Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 8, seluruh variabel memiliki nilai CR di atas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan telah memenuhi kriteria dan layak digunakan dalam model penelitian ini..

**Tabel 8. Hasil uji composite reliability**

Variabel	Composite Reliability
<i>Attitude Toward Behavior</i>	<b>0.835</b>
<i>Behavior</i>	<b>0.762</b>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0.761</b>
<i>Perceived Behavioral Control</i>	<b>0.862</b>
<i>Subjective Norm</i>	<b>0.773</b>

Semua variabel memiliki nilai *Composite Reliability* di atas 0.70, yang berarti instrumen atau indikator yang digunakan untuk masing-masing konstruk dinyatakan reliabel.

#### c. Uji Cronbach's Alpha

Uji *Cronbach's Alpha* dilakukan untuk mengevaluasi reliabilitas instrumen dalam suatu model penelitian. Jika seluruh variabel laten menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $\geq 0,70$ , maka hal tersebut mengindikasikan bahwa konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah menunjukkan konsistensi [18].

**Tabel 9. Hasil uji cronbach's alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Attitude Toward Behavior</i>	<b>0.704</b>
<i>Behavior</i>	<b>0.538</b>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0.533</b>
<i>Perceived Behavioral Control</i>	<b>0.681</b>
<i>Subjective Norm</i>	<b>0.414</b>

Hanya satu variabel yang memenuhi yaitu *Attitude Toward Behavior* dengan nilai 0.704, sedangkan keempat variabel dinilai tidak memenuhi standar *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tidak memenuhi (misal  $< 0,7$ ), tetapi nilai *Composite Reliability* (CR) memenuhi (misal  $> 0,7$ ), itu sebenarnya masih bisa diterima dalam banyak penelitian.

Karena *Cronbach's Alpha* mengasumsikan bahwa semua indikator punya loading (hubungan ke konstruk) yang sama (*tau-equivalence*), padahal dalam realitasnya, indikator-indikator itu punya kekuatan loading yang beda-beda. *Composite Reliability* lebih fleksibel, karena dia memperhitungkan bobot masing-masing indikator berdasarkan hasil loading aktual.

#### d. Uji Average Variance Extracted (AVE)

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk mengukur seberapa besar varians suatu konstruk yang berhasil dijelaskan oleh indikator-indikatornya, dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan. Pengujian menggunakan AVE dianggap lebih ketat dibandingkan dengan *composite reliability*. Nilai AVE yang disarankan sebagai batas minimum adalah 0,50 [18].

**Tabel 10. Hasil uji *average variance extracted* (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Attitude Toward Behavior</i>	0.627
<i>Behavior</i>	0.518
<i>Behavior Intention</i>	0.517
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.757
<i>Subjective Norm</i>	0.630

Semua variabel memiliki nilai AVE lebih dari 0.50, sehingga validitas konvergen telah terpenuhi. Artinya, indikator-indikator dalam masing-masing konstruk cukup baik dalam merepresentasikan konstruk tersebut.

**e. Uji *Discriminant Validity***

Berdasarkan hasil *cross loading*, seluruh indikator menunjukkan *loading* yang paling tinggi pada konstruk yang sesuai. Hal ini membuktikan bahwa indikator-indikator tidak memiliki tumpang tindih antar konstruk, dan dengan demikian validitas diskriminan telah terpenuhi melalui metode *cross loading*.

**Tabel 11. Hasil *discriminant validity* (*cross loading*)**

Indikator	<i>Attitude Toward Behavior</i>	<i>Behavior</i>	<i>Behavior Intention</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
ATB1	0.761	0.439	0.217	0.305	0.419
ATB2	0.789	0.419	0.378	0.555	0.392
ATB3	0.825	0.501	0.449	0.513	0.513
B1	0.443	0.677	0.351	0.439	0.410
B2	0.421	0.798	0.436	0.339	0.434
B3	0.372	0.678	0.351	0.295	0.299
BI1	0.338	0.284	0.664	0.315	0.253
BI2	0.335	0.285	0.680	0.420	0.392
BI3	0.303	0.528	0.805	0.365	0.361
PBC1	0.539	0.421	0.370	0.844	0.268
PBC2	0.476	0.449	0.502	0.895	0.419
SN1	0.323	0.408	0.305	0.206	0.776
SN2	0.560	0.441	0.437	0.424	0.812

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai diagonal (akar AVE) pada tabel *Fornell-Larcker* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi di baris dan kolom yang sama. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang baik berdasarkan kriteria *Fornell-Larcker*.

**Tabel 12. Hasil *discriminant validity* (*fornell-lacker's*)**

Indikator	<i>Attitude Toward Behavior</i>	<i>Behavior</i>	<i>Behavior Intention</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
ATB	0.792				
B	0.574	0.720			
BI	0.444	0.529	0.719		
PBC	0.579	0.501	0.507	0.870	
SN	0.561	0.536	0.470	0.402	0.794

**4.3 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)**

Pada tahap analisis model struktural, dilakukan dua jenis pengujian, yaitu pengujian *path coefficient* ( $\beta$ ) dan *coefficient of determination* ( $R^2$ ).

### a. Uji Path Coefficient ( $\beta$ )

*Path Coefficient* digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel dalam model penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 13. Uji ini dilakukan untuk melihat kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan nilai koefisien jalur yang dihasilkan dari pengolahan data menggunakan metode analisis struktural.

**Tabel 13. Hasil uji *path coefficient***

	<i>Original sample</i>	<i>Sample mean</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	<i>Keterangan</i>
<b>ATB -&gt; BI</b>	0.286	0.289	0.102	2.805	0.005	Signifikan
<b>BI -&gt; B</b>	0.368	0.358	0.128	2.866	0.004	Signifikan
<b>PBC -&gt; B</b>	0.323	0.329	0.103	3.124	0.002	Signifikan
<b>PBC -&gt; BI</b>	0.220	0.222	0.093	2.359	0.018	Signifikan
<b>SN -&gt; BI</b>	0.286	0.288	0.087	3.288	0.001	Signifikan

- (H1) *Attitude Toward Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, dinyatakan diterima dengan nilai *p-value* sebesar 0.005. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap Gen Z terhadap penggunaan *E - Wallet* memiliki peran penting dalam membentuk niat mereka untuk menggunakannya. Semakin positif sikap yang dimiliki, seperti persepsi bahwa *E - Wallet* itu praktis, aman, dan efisien, maka semakin besar pula intensi mereka untuk memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari.
- (H2) *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior*, dinyatakan diterima dengan nilai *p-value* sebesar 0.004. Ini berarti bahwa niat perilaku Gen Z memiliki dampak langsung terhadap perilaku aktual mereka dalam menggunakan *E - Wallet*. Semakin kuat keinginan atau intensi seseorang untuk menggunakan *E - Wallet*, maka semakin besar kemungkinan mereka akan merealisasikannya dalam bentuk tindakan nyata.
- (H3) *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavior* juga menunjukkan hasil yang signifikan, dinyatakan diterima dengan *p-value* sebesar 0.002. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap kemudahan dan kemampuan dalam menggunakan *E - Wallet* (seperti ketersediaan perangkat, akses internet, dan pemahaman teknologi), maka semakin besar kemungkinan mereka untuk benar-benar menggunakan *E - Wallet*.
- (H4) *Perceived Behavioral Control* dengan *Behavioral Intention*, dinyatakan diterima dengan *p-value* sebesar 0.018. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku juga memengaruhi niat Gen Z dalam menggunakan *E - Wallet*. Artinya, ketika individu merasa yakin dan mampu dalam mengoperasikan *E - Wallet*, hal ini mendorong terbentuknya niat yang kuat untuk menggunakannya.
- (H5) *Subjective Norm* terhadap *Behavioral Intention*, dinyatakan diterima dan menunjukkan hasil signifikan dengan *p-value* sebesar 0.001. Ini menunjukkan bahwa norma subjektif seperti pengaruh dari teman sebaya, keluarga, atau lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z. Dukungan sosial yang positif dapat mendorong mereka untuk lebih terbuka dan berniat menggunakan layanan *E - Wallet*.

### b. Uji *Coefficient of Determination (R-Square)*

*Coefficient of Determination* atau nilai R-Square digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam suatu model penelitian [19]. Nilai R-Square mencerminkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variasi yang terjadi pada variabel terikat secara keseluruhan.

**Tabel 14. Hasil uji *coefficient of determination (r-square)***

<i>Variabel Endorgen</i>	<i>R-Square</i>
<i>Behavior</i>	<b>0.358</b>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0.428</b>

Nilai *R-Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,428 pada variabel *Behavioral Intention* menunjukkan bahwa 42,8% variasi dalam niat pengguna Gen Z di Pekanbaru untuk menggunakan *E - Wallet* dapat dijelaskan oleh tiga variabel utama dalam model *Theory of Planned Behavior*, yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*. Sementara itu, nilai *R-Square* sebesar 0,358 pada variabel *Behavior* berarti bahwa 35,8% perilaku aktual dalam menggunakan *E - Wallet* dipengaruhi oleh *Behavioral Intention* dan *Perceived Behavioral Control*. Sisanya—yakni 57,2% untuk niat dan 64,2% untuk perilaku—dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal di luar model TPB ini. Faktor eksternal tersebut mencakup aspek-aspek yang tidak dimasukkan dalam model, seperti pengaruh promosi dan diskon, kemudahan dan keamanan teknologi, kebijakan pemerintah, persepsi terhadap merek, serta kebiasaan digital atau faktor sosial-budaya lokal. Dengan kata lain, meskipun model TPB cukup kuat dalam menjelaskan perilaku pengguna, masih terdapat ruang bagi variabel lain untuk dikaji dalam penelitian lanjutan guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh.

Nilai *R-Square* pada model ini tergolong *moderate* (sedang). Menurut Hair dkk. [20], nilai  $R^2$  sebesar 0.25–0.50 dapat dikategorikan sebagai moderat. Maka, model TPB dalam penelitian ini cukup mampu menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap niat dan perilaku penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z, meskipun masih ada faktor luar lainnya yang turut memengaruhi.

## 5 Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa ketiga konstruk utama dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu *Attitude Toward Behavior* (ATB), *Subjective Norm* (SN), dan *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z, dan bahwa BI serta PBC juga memengaruhi perilaku aktual. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan *E - Wallet* oleh Gen Z berhasil dicapai. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian TPB dengan menerapkannya secara murni dalam konteks digital *finance* pada Gen Z, serta menunjukkan bahwa PBC tidak hanya memengaruhi niat tetapi juga perilaku aktual.

Berdasarkan data deskriptif yang diperoleh, DANA merupakan *E - Wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan jumlah pengguna sebanyak 47% dari total 100 responden, menjadikannya sebagai platform dominan dalam penelitian ini sekaligus mewakili *E - Wallet* yang lain. Temuan ini menunjukkan posisi strategis DANA di pasar Gen Z, khususnya di wilayah perkotaan seperti Pekanbaru. Melihat temuan ini, penyedia layanan DANA disarankan untuk meningkatkan kepercayaan dan keamanan pengguna, mengembangkan fitur yang relevan dengan kebutuhan Gen Z, serta memperkuat strategi pemasaran berbasis komunitas. Selain itu, kolaborasi dengan platform digital populer juga penting untuk menjaga loyalitas dan meningkatkan keterlibatan pengguna muda secara berkelanjutan.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena model TPB hanya menjelaskan sebagian dari variasi perilaku ( $BI = 42,8\%$ ,  $Behavior = 35,8\%$ ) dan belum mempertimbangkan faktor eksternal seperti promosi, persepsi risiko, dan literasi digital. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan terhadap teknologi, literasi keuangan digital, serta memperluas cakupan wilayah studi untuk meningkatkan validitas eksternal.

## Referensi

- [1] R. I. Permana, "Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, Vol. 8, no. 1, pp. 312–322, Mar. 2021. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.584>
- [2] S. Singh, M. M. Sahni, and R. K. Kovid, "What Drives Fintech Adoption? A Multi-Method Evaluation using an Adapted Technology Acceptance Model," *Manag. Decis.*, Vol. 58, No. 8, pp. 1675–1697, 2020. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- [3] H. M. Aji, I. Berakon, and M. Md Husin, "COVID-19 and E - Wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis between Indonesia and Malaysia," *Cogent Bus. Manag.*, Vol. 7, No. 1, 2020. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- [4] A. Shankar, B. Datta, C. Jebarajakirthy, and S. Mukherjee, "Exploring Mobile Banking Service Quality: A Qualitative Approach," *Serv. Mark. Q.*, Vol. 41, No. 2, pp. 182–204, 2020. <https://doi.org/10.1080/15332969.2020.1742982>

- [5] N. Singh and N. Sinha, "How Perceived Trust Mediates Merchant's Intention to use a Mobile Wallet Technology," *J. Retail. Consum. Serv.*, Vol. 52, No. March 2019, p. 101894, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- [6] L. S. Arum, A. Zahrani, and N. A. Duha, "Karakteristik Gen Z dan Kesiapannya dalam menghadapi Bonus Demografi 2030," *Account. Student Res. J.*, Vol. 2, No. 1, pp. 59–72, 2023. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- [7] Y. Yennisa and H. R. N. Putri, "Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Keputusan Penggunaan E - Wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta)," *UPY Bus. Manag. J.*, Vol. 2, No. 2, pp. 30–39, Jul. 2023. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v2i2.5075>
- [8] N. Maharani and W. Meiranto, "Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Niat Perilaku Penggunaan E - Wallet terhadap Perilaku Pengguna dengan menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT 3) pada Mahasiswa di Kota Semarang," *DIPONEGORO J. Account.*, Vol. 13, No. 4, pp. 1–15, 2024.
- [9] N. M. Sutoyo and Qammaddin, "Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna," *Justek J. Sains Dan Teknol.*, Vol. 6, No. 3, pp. 345–355, 2023. <https://doi.org/10.31764/justek.v6i3.17160>
- [10] S. Intan, M. Fronita, M. L. Hamzah, E. Saputra, Anofrizen, S. Siregar, "Analisis Perilaku Pengguna SAMSAT Digital Nasional menggunakan Metode TAM danTPB," Vol. 7, No. 4, pp. 1472–1483, 2024. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i4.44362>
- [11] R. D. Aviyanti, "Perilaku Pengguna E-accounting berdasarkan Perspektif Combined-TAM-TPB (C-TAM-TPB)," *Fisc. J. Akunt. dan Perpajak.*, Vol. 2, No. 1, p. 12, 2024. <https://doi.org/10.25273/jap.v2i1.19304>
- [12] U. C. Whidya, "Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia," *Eur. Res. Stud. J.*, Vol. 20, pp. 475–495, 2017.
- [13] P. a Pavlou and M. Fygenson, "Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior Qjarteny and Predicting Understanding Electronic an Extension of Commerce Adoption: the Theory of Planned formed," *Underst. Predict. Electron. Commer. Adopt. An Ext. Theory Plan. Behav.*, Vol. 30, No. 1, pp. 115–143, 2006. <https://doi.org/10.2307/25148720>
- [14] V. Venkatesh and F. D. Davis, "A Model of the Antecedents of Perceived Ease of use: Development and Test," *Decis. SCI.*, Vol. 27, No. 3, pp. 451–481, 1996. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x>
- [15] R. B. H. Siagian, Z. J. H. Tarigan, S. R. Basana, "The Effect of Perceived Security, Perceived Ease of use, and Perceived Usefulness on Consumer Behavioral Intention Through Trust in Digital Payment Platform," *Int. J. Data Netw. Sci.*, Vol. 6, p. 120, 2022.
- [16] N. Kamariah, N. Mat, and I. Sentosa, "The Integration of Theory of Planned Behaviour (TPB) and Technology Acceptance Model in Internet Purchasing: A Structural Equation Modelling (SEM) Apparoach," *Proc. Appl. Int. Bus. Conf.*, No. April, 2008.
- [17] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "The Results of PLS-SEM Article Information," *Eur. Bus. Rev.*, Vol. 31, No. 1, pp. 2–24, 2019.
- [18] D. H. Perkasa and H. Mulyanto, "Pengaruh Beban Kerja, Gaya Kepemimpinan dan Kedisiplinan terhadap Kinerja Guru," *Revenue Lentera Bisnis Manaj.*, Vol. 1, No. 04, pp. 149–161, 2023.
- [19] H. Halin, H. Wijaya, and R. Yusilpi, "Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver terhadap Nilai Penjualan pada CV. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015," *J. Ecoment Glob.*, Vol. 2, No. 2, pp. 49–56, 2017.
- [20] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, N. P. Danks, and S. Ray, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Cham: Springer International Publishing, 2021.