

## The Influence of Perceived Ease and Benefits on the Intention to Use E-Wallets Mediated by Attitude

Ni Luh Putu Anggreni Indraswari<sup>1\*</sup>, Gede Suparna<sup>2</sup>  
Universitas Udayana

**Corresponding Author:** Ni Luh Putu Anggreni Indraswari  
[anggreniindraswari181@gmail.com](mailto:anggreniindraswari181@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

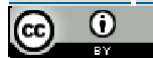
*Keywords:* Perceived Ease,  
Perceived Benefits, Attitude

*Received :* 06, June

*Revised :* 08, July

*Accepted:* 10, August

©2025 Indraswari, Suparna: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Rapid technological advances in the modern era have driven significant transformations in payment systems, with digital methods gradually replacing the use of cash. One innovation that is increasingly popular is the digital wallet used by the electronic community (e-wallet), as a form of technology-based service. In the context of technology adoption, usage intention is an important indicator to show the extent to which individuals are willing and interested in adopting the technology. This study aims to explore the extent to which perceptions of ease and benefits influence individuals' intentions to use the LinkAja e-wallet, with user perceptions serving as a mediating factor in this relationship. The method used is an associative approach with a causal relationship design, conducted in the city of Denpasar involving 200 participants. Information was obtained through the distribution of questionnaires, which were then analyzed using a descriptive approach and Structural Equation Modeling with the Partial Least Square (PLS-SEM) approach.

---

## Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dimediasi Sikap

Ni Luh Putu Anggreni Indraswari<sup>1\*</sup>, Gede Suparna<sup>2</sup>

Universitas Udayana

**Corresponding Author:** Ni Luh Putu Anggreni Indraswari

[anggreniindraswari181@gmail.com](mailto:anggreniindraswari181@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Persepsi kemudahan, Persepsi Manfaat, Sikap

*Received :* 06, Juni

*Revised :* 08, Juli

*Accepted:* 10, Agustus

©2025 Indraswari, Suparna: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat di era modern telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem pembayaran, di mana metode digital secara bertahap menggantikan penggunaan uang tunai. Salah satu inovasi yang kian digemari oleh dompet digital yang digunakan oleh masyarakat elektronik (e-wallet), sebagai bentuk layanan berbasis teknologi. Dalam konteks adopsi teknologi, niat penggunaan menjadi indikator penting untuk menunjukkan sejauh mana individu bersedia dan tertarik mengadopsi teknologi tersebut. Studi ini dimaksudkan untuk menelusuri tingkat persepsi terhadap kemudahan dan manfaat memengaruhi niat individu dalam menggunakan e-wallet LinkAja, terhadap pandangan pengguna berperan berfungsi sebagai faktor mediasi dalam hubungan tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan asosiatif dengan rancangan hubungan kausal, dan dilaksanakan di wilayah Kota Denpasar dengan melibatkan 200 partisipan. Informasi diperoleh melalui penyebaran angket yang selanjutnya diolah menggunakan menggunakan pendekatan deskriptif serta Model persamaan struktural dengan pendekatan Partial Least Square (PLS-SEM).

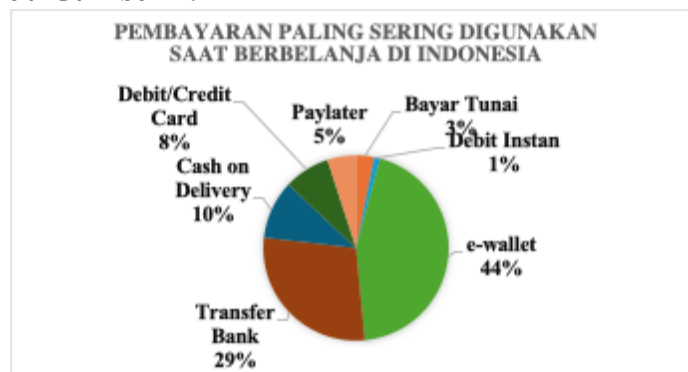
---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital masa kini telah membawa perubahan signifikan terhadap kebiasaan gaya hidup dan perspektif masyarakat, khususnya dalam aspek transaksi keuangan. Teknologi digital tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat bantu, melainkan telah menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari. Salah satu perubahan besar yang terjadi adalah pergeseran dari metode pembayaran konvensional berbasis uang tunai ke sistem transaksi digital yang lebih praktis dan efisien waktu.

Dengan posisi Dengan jumlah penduduk terbesar keempat secara global, Indonesia mencatat tingkat penetrasi internet yang cukup tinggi, yaitu sebesar 79,50 persen menurut data APJII tahun 2023. Tingginya akses internet ini turut mendorong percepatan digitalisasi di berbagai sektor, terutama sektor keuangan. Fenomena ini melahirkan tren masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*), di mana masyarakat semakin cenderung menggunakan layanan dompet digital (*e-wallet*) dibandingkan uang tunai dalam melakukan transaksi (Michelle et al., 2021). Perubahan tersebut bukan merupakan peristiwa yang muncul secara mendadak, melainkan buah dari perpaduan beragam faktor, seperti kemajuan teknologi, kemudahan akses, dukungan regulasi dari pemerintah, serta pergeseran preferensi konsumen yang semakin mengutamakan kecepatan dan kenyamanan.

Dompet digital atau e-wallet adalah salah satu bentuk layanan keuangan digital inovasi utama dalam sistem pembayaran digital di Indonesia. Menurut definisi dari Bank Indonesia (2016), dompet digital adalah layanan berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan alat pembayaran dan saldo Uang elektronik merupakan alat pembayaran digital yang dapat dimanfaatkan untuk beragam jenis transaksi. Saat ini, dompet digital (*e-wallet*) telah berevolusi menjadi salah satu metode pembayaran yang semakin populer dan banyak digunakan paling digemari oleh masyarakat, dengan pangsa pasar mencapai 44 persen. Angka ini melampaui metode lain seperti transfer bank (29 persen), *cash on delivery* (10 persen), kartu debit/kredit (8 persen), layanan *paylater* (5 persen), pembayaran tunai (3 persen), dan debit instan (1 persen). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia telah beralih dari sistem pembayaran konvensional ke sistem berbasis digital, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.



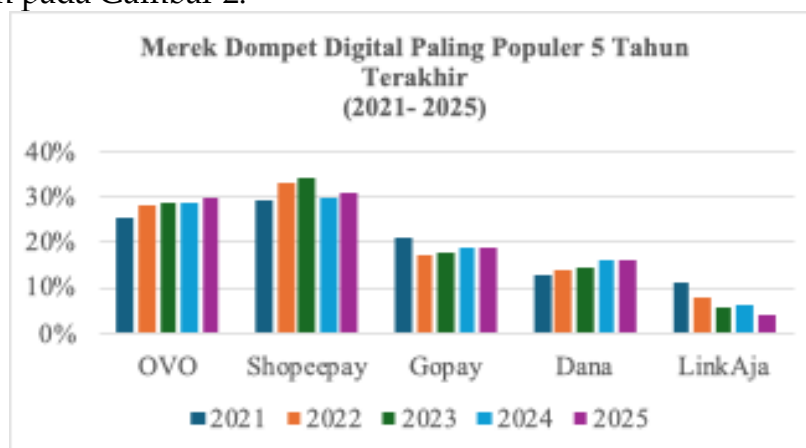
Gambar 1. Grafik Jenis Metode Pembayaran yang Paling Umum Digunakan saat Melakukan Pembelian di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia, 2023

Popularitas e-wallet atau dompet digital sebagai media transaksi pembayaran di Indonesia mengalami perkembangan secara bertahap dan tidak berlangsung secara instan. Proses ini merupakan hasil dari digitalisasi yang terjadi secara berkelanjutan, didorong oleh kemajuan teknologi informasi, penerapan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan, serta pergeseran pola pikir masyarakat terhadap metode transaksi yang lebih cepat dan efisien. Menurut laporan yang dirilis oleh *Inc.*, dominasi e-wallet di Indonesia tidak terlepas dari meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap efisiensi dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh teknologi digital. Kemampuan melakukan transaksi secara instan dibandingkan metode tradisional, ditambah dengan fitur unggulan seperti integrasi dengan aplikasi mobile dan program cashback, menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan penggunaan e-wallet.

Fenomena ini juga terlihat di Provinsi Bali, yang dikenal memiliki pertumbuhan ekonomi dan sektor pariwisata yang pesat. Sebagai destinasi wisata berskala internasional, Bali membutuhkan sistem pembayaran yang cepat, aman, dan mudah diakses guna mendukung aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2024), pada Triwulan III, penggunaan dompet digital dalam aktivitas belanja di Bali mencapai angka 93,31 persen. Capaian tersebut mencerminkan keberhasilan proses digitalisasi, khususnya di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta industri pariwisata berskala kecil hingga menengah, yang berkembang pesat seiring dukungan kebijakan dari pemerintah pusat dan daerah.

Namun demikian, peningkatan penggunaan e-wallet turut menimbulkan dinamika terkait preferensi masyarakat terhadap merek yang digunakan. Berdasarkan *Daily Social Fintech Report* (2021), terdapat sepuluh merek Beberapa Beberapa dompet digital yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia meliputi GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja, iSaku, DOKU, Sakuku, Paytren, dan Uangku, yang termasuk ke dalam jajaran platform e-wallet terpopuler, yang secara aktif meramaikan persaingan industri pembayaran digital di tanah air. Visualisasi data terkait hal tersebut sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



**Gambar 2. Grafik Merek Dompet Digital Paling Populer pada Tahun 2021-2025**

*Sumber : Statista, 2021*

Salah satu platform pembayaran digital yang layak untuk dikaji lebih dalam dalam ranah akademik adalah LinkAja. Layanan ini merupakan pengembangan dari T-Cash, yaitu uang elektronik pertama yang diperkenalkan oleh Telkomsel pada tahun 2010. Setelah melalui proses transformasi, T-Cash resmi beralih menjadi LinkAja pada 21 Februari 2019, sebagai hasil sinergi antara Telkomsel dan sejumlah institusi keuangan milik negara, seperti Bank Mandiri, BNI, dan BRI. Kolaborasi ini diinisiasi untuk menghadirkan layanan keuangan berbasis digital yang lebih inklusif dan dapat menjangkau masyarakat di berbagai segmen.

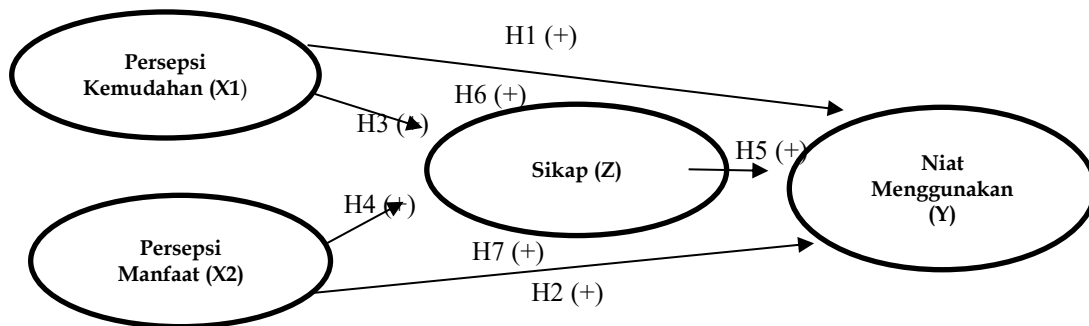
Kendati memiliki dukungan kuat dari beberapa BUMN ternama serta dikenal sebagai salah satu pionir dalam dompet digital nasional, statistik dari Bank Indonesia (2020) mengindikasikan bahwa jumlah pengguna LinkAja masih berada di bawah pesaing utamanya seperti GoPay, OVO, dan DANA. Rendahnya penetrasi pasar ini diperkirakan disebabkan oleh tingginya persaingan dalam industri layanan keuangan digital, serta kurang optimalnya upaya promosi dan edukasi pascarebranding, yang berimbas pada masih lemahnya tingkat pengenalan merek di kalangan calon konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

Seiring dengan tren peningkatan penggunaan sistem pembayaran digital, preferensi masyarakat terhadap layanan seperti e-wallet juga mengalami peningkatan. Niat untuk memanfaatkan teknologi kerap dijadikan tolok ukur awal dari perilaku aktual dalam penggunaannya (Ardianto & Azizah, 2021). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), intensi seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga aspek utama: sikap terhadap perilaku, norma sosial yang berlaku, dan persepsi atas kemampuan diri dalam mengendalikan perilaku tersebut (Ritonga & Amelianny, 2022). Selain itu, dalam konteks penerimaan teknologi, terdapat pula dua elemen penting lainnya, yakni persepsi mengenai kemudahan dalam mengakses sistem Pandangan individu tentang seberapa mudah suatu sistem digunakan (*perceived ease of use*) dan sejauh mana manfaatnya dirasakan yang diperoleh dari penggunaannya (*perceived usefulness*), yang keduanya turut membentuk kecenderungan individu dalam menerima teknologi baru.

Dengan mempertimbangkan uraian tersebut, Studi ini bertujuan untuk menelusuri sejauh mana persepsi terkait kemudahan dan manfaat penggunaan memengaruhi niat masyarakat dalam memanfaatkan dompet digital, dengan fokus utama pada layanan LinkAja. Pada penelitian ini, sikap pengguna berfungsi sebagai variabel perantara yang menghubungkan antara kedua variabel independen dengan variabel dependen terikat. Model konseptual penelitian ini mengacu pada kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis bersama koleganya pada tahun 1989, menyoroti bahwa persepsi terhadap kemudahan dan manfaat suatu teknologi akan memengaruhi sikap individu, dan pada akhirnya berdampak pada intensi penggunaannya.

Sebagai langkah awal, telah dilakukan studi pendahuluan guna memahami keterkaitan antarvariabel yang diteliti. Hasil dari kajian awal tersebut ditampilkan pada Tabel 1, sedangkan model konseptual hubungan antarvariabel disajikan dalam Gambar.



**Gambar 3. Kerangka Konseptual**

*Sumber: Data diolah peneliti, 2025*

Jika individu menilai Ketika seseorang menilai Ketika sebuah sistem teknologi dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung menunjukkan sikap yang positif terhadapnya. Sikap ini kemudian berperan dalam membentuk intensi untuk menggunakannya. Berbagai penelitian terdahulu menyiratkan bahwa persepsi mengenai kemudahan penggunaan secara langsung memengaruhi keinginan individu untuk menggunakan suatu sistem. Semakin sederhana dan praktis sistem tersebut dioperasikan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna akan menggunakannya secara konsisten (Kumar et al., 2024; Putra & Sari, 2020). Hasil serupa ditemukan dalam penelitian Marchyta & Olivia (2022), Putri & Usman (2021), Bahtera et al. (2024), Khaleel et al. (2023), serta Muslim et al. (2020), yang mengemukakan bahwa pandangan individu kemudahan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan niat penggunaan teknologi.

H1: Persepsi individu Persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan suatu sistem memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap intensi penggunaannya.

Secara umum, keputusan awal seseorang untuk mengadopsi suatu teknologi dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasakan manfaat yang diperoleh. Jika sistem mampu memberikan kemudahan, menghemat waktu, serta meningkatkan efisiensi, maka keinginan untuk menggunakan sistem tersebut cenderung meningkat. Tian et al. (2023) menegaskan bahwa persepsi manfaat berperan penting dalam membentuk intensi penggunaan. Dukungan terhadap temuan ini juga datang dari Menurut Widiar et al. (2023), persepsi mengenai manfaat yang dirasakan memberikan dampak signifikan terhadap niat individu untuk bertindak seseorang dalam menggunakan teknologi. Pernyataan ini diperkuat oleh hasil studi Wafiq Fadillah & Saida Zainurossalamia (2023), Studi yang telah dilakukan oleh Alhumaid et al. (2021), Listiyono et al. (2022), dan Paramitha & Mahyuni (2022).

H2: Persepsi terhadap manfaat suatu sistem berdampak memberikan Memberikan dampak yang positif dan bermakna terhadap intensi penggunaannya.

Sikap pengguna terhadap teknologi berkembang sebagai hasil dari evaluasi mereka terhadap pengalaman dan nilai fungsional dari sistem tersebut. Ketika teknologi dinilai mampu memberikan kemudahan serta manfaat yang nyata, maka individu cenderung membentuk sikap yang lebih positif. Sikap ini selanjutnya menjadi salah satu prediktor utama dalam membentuk intensi perilaku. Menurut Lee Yong Ming & Mohamad (2022), sikap berperan langsung dalam memengaruhi niat untuk menggunakan suatu sistem. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Himel et al. (2021), Chang et al. (2021), Setiawan & Setyawati (2020), Sarkam et al. (2022), Hasan (2022), Indriyani et al. (2021), dan Sumadi (2023), yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara sikap dan niat penggunaan.

H3: Pandangan pengguna terhadap suatu sistem memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan.

Selain memiliki dampak langsung terhadap intensi, termasuk persepsi mengenai kemudahan juga memainkan peran penting dalam membentuk sikap pengguna. Ketika suatu sistem dianggap tidak rumit, mudah dipahami, dan praktis, maka individu lebih mungkin untuk memiliki pandangan positif terhadap teknologi tersebut. Penelitian Kelly & Palaniappan (2023), Menurut temuan dari Saparudin et al. (2020), Hikmah et al. (2023), Salmah & Hakim (2021), Frensiska (2024), Bahtera et al. (2024), Khaleel et al. (2023), dan Muslim et al. (2020), Pandangan individu terhadap kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif dalam membentuk sikap pengguna.

H4: Pandangan mengenai kemudahan penggunaan sistem memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk sikap positif terhadap sistem tersebut.

Lebih lanjut, manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi juga berperan dalam membentuk sikap. Pengguna mengevaluasi teknologi berdasarkan sejauh mana sistem memberikan keuntungan praktis bagi mereka. Temuan dari Tran et al. (2024), Choirunnisa (2020) serta Krisnaresanti et al. (2022) mendukung adanya keterkaitan positif antara persepsi manfaat dan sikap pengguna. Namun, penelitian oleh Putri et al. (2022) mengindikasikan bahwa pada kondisi tertentu, persepsi manfaat tidak selalu berdampak signifikan terhadap sikap, tergantung pada karakteristik pengguna serta konteks teknologi yang digunakan.

H5: Pandangan mengenai manfaat berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap sikap pengguna.

Selain pengaruh langsung, persepsi terhadap kemudahan juga memberikan pengaruh tidak langsung terhadap niat penggunaan yang dimediasi oleh sikap. Artinya, apabila individu memandang suatu sistem sebagai mudah digunakan, maka hal tersebut akan mendorong terbentuknya sikap positif terhadap teknologi yang dimaksud, yang kemudian mendorong keinginan untuk memanfaatkannya. Penelitian oleh Windari Suryaningsih et al. (2023), Amin (2023), Wiprayoga & Widagda (2023), serta Widikdo & Ramadhan (2023) mendukung bahwa sikap menjadi mediator signifikan dalam keterkaitan antara pandangan mengenai kemudahan penggunaan dan niat untuk menggunakan.

H6: Sikap pengguna secara signifikan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dengan intensi penggunaan.

Hal serupa juga berlaku pada persepsi manfaat, yang selain memengaruhi niat secara langsung, juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui sikap. Saat individu merasakan manfaat nyata seperti kecepatan dan efisiensi dari suatu sistem, mereka akan mengembangkan sikap yang lebih berdampak positif, sehingga mendorong peningkatan intensi dalam menggunakan teknologi tersebut secara konsisten. Hasil penelitian dari Juniarty & Zai (2024), Sinurat & Sugiyanto (2022), serta Setyawati & Polar (2022) menegaskan bahwa sikap berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara persepsi manfaat dan intensi penggunaan.

H7: Sikap pengguna secara signifikan memediasi hubungan antara persepsi manfaat dengan intensi penggunaan teknologi.

## **METODOLOGI**

Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan desain kausal asosiatif untuk mengkaji hubungan sebab dan akibat di antara variabel yang diteliti. Adapun variabel bebas dalam studi ini mencakup persepsi kemudahan (X1) dan persepsi manfaat (X2), serta sikap (Y1), yang dianalisis pengaruhnya terhadap variabel terikat berupa niat untuk menggunakan (Y2) aplikasi dompet digital LinkAja. Fokus utama tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji besarnya pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap intensi penggunaan, serta menilai peran sikap sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Populasi Penelitian ini mencakup seluruh pengguna internet yang tinggal di Kota Denpasar, termasuk mereka yang belum pernah maupun yang sudah menggunakan aplikasi LinkAja saat ini menggunakan dompet digital lain. Sampel sebanyak 200 responden diperoleh melalui teknik eknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Kriteria inklusi yang digunakan meliputi responden mencakup: (1) berdomisili di wilayah Kota Denpasar, (2) memiliki tingkat pendidikan minimal setara SMA, dan (3) belum pernah menggunakan LinkAja atau saat ini aktif menggunakan e-wallet lain.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dalam penelitian. Instrumen disebarikan secara langsung (tatap muka) maupun melalui media daring menggunakan Google Form. Sebelum penyebaran skala penuh, instrumen terlebih Telah melalui tahap uji coba untuk mengukur validitas dan reliabilitasnya awal terhadap 30 responden.

Setelah data dikumpulkan, analisis dilakukan dengan Pendekatan Structural Equation Modeling dengan metode Partial Least Squares (SEM-PLS) digunakan, dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS guna menguji keterkaitan antar variabel. Analisis meliputi pengujian terhadap model struktural, evaluasi hubungan antar konstruk laten, serta identifikasi efek mediasi yang muncul dalam model penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil responden memberikan informasi mengenai latar belakang demografis dari 200 individu yang turut serta dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini. Detail mengenai Rincian karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian**

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	109	54,50
		Laki - Laki	91	45,50
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>
2	Usia	20 - 29	142	71,00
		30 - 39	55	27,50
		>40	3	1,50
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>
3	Wilayah	Denpasar Selatan	53	26,50
		Denpasar Barat	58	29,00
		Denpasar Timur	42	21,00
		Denpasar Utara	47	23,50
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>
4	Pendidikan Terakhir	SMA	57	28,50
		Diploma 3	49	24,50
		Strata 1 (S1)	87	43,50
		Strata 2 (S2)	7	3,50
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>
5	Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	55	27,50
		Karyawan Swasta	99	49,50
		PNS	32	16,00
		Ibu Rumah Tangga	14	7,00
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>
6	Pendapatan	< Rp. 1.000.000	55	25,50
		Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	55	42,50
		Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	72	23,00
		>Rp. 5.000.000	18	9,00
<b>Jumlah</b>			<b>200</b>	<b>100,00</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Merujuk pada data yang tercantum dalam Tabel 1, responden dalam studi ini berasal dari berbagai wilayah administratif di Kota Denpasar, dengan proporsi terbesar berasal dari kawasan Denpasar Barat sebesar 36 persen. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh tingginya densitas penduduk di wilayah tersebut, serta tersedianya infrastruktur digital yang memadai untuk menunjang aktivitas transaksi non-tunai melalui e-wallet.

Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (54,5 persen), dengan tingkat pendidikan terakhir didominasi oleh lulusan Strata Satu (S1) sebesar 43,5 persen. Dari segi pekerjaan, mayoritas bekerja di sektor swasta (49,5 persen), dan berpendapatan bulanan dalam kisaran Rp 3.000.000 sampai Rp 5.000.000 (23 persen). Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden termasuk dalam rentang usia 20 hingga 29 tahun (71 persen), yang tergolong dalam kategori usia produktif dan umumnya lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Temuan ini mencerminkan bahwa sebagian besar pengguna dompet digital merupakan generasi muda yang memiliki latar belakang pendidikan yang cukup, aktif dalam kegiatan ekonomi, serta menunjukkan keterbukaan terhadap inovasi digital. Kelompok ini juga cenderung memilih layanan keuangan yang cepat, praktis, dan efisien untuk mendukung kebutuhan transaksi sehari-hari.

**Tabel 2. Nilai Outer Loading**

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0.872	Valid
	X1.2	0.856	Valid
	X1.3	0.864	Valid
	X1.4	0.856	Valid
	X1.5	0.869	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0.887	Valid
	X2.2	0.851	Valid
	X2.3	0.896	Valid
	X2.4	0.880	Valid
	X2.5	0.874	Valid
Sikap (Y.1)	Y1.1	0.767	Valid
	Y1.2	0.786	Valid
	Y1.3	0.768	Valid
	Y1.4	0.753	Valid
	Y1.5	0.758	Valid
Niat Menggunakan (Y2)	Y2.1	0.775	Valid
	Y2.2	0.765	Valid
	Y2.3	0.770	Valid
	Y2.4	0.734	Valid
	Y2.5	0.802	Valid

*Sumber: Data Primer Diolah, 2025*

Semua indikator Nilai outer loading dalam model ini tercatat di atas 0,70, yang menandakan bahwa setiap konstruk telah memenuhi standar validitas konvergen. Dengan demikian, masing-masing indikator mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan konsistensi dan ketepatan tinggi.

**Tabel 3. Hasil Average Variant Extracted (AVE)**

Variabel	AVE	Akar AVE
Persepsi Kemudahan (X1)	0,587	0,766
Persepsi Manfaat (X2)	0,745	0,863
Sikap (Y1)	0,770	0,877
Niat Menggunakan (Y2)	0,592	0,769

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai square root AVE untuk masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara konstruk lainnya (lihat Tabel 4). Ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model telah memenuhi indikator validitas diskriminan secara memadai, sehingga dapat dibedakan secara tegas dari konstruk lain yang diuji.

**Tabel 4. Korelasi Antar Variabel Laten**

	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat	Sikap	Niat Menggunakan
Persepsi Kemudahan	1.000	0.030	0.519	0.578
Persepsi Manfaat	0.030	1.000	0.537	0.604
Sikap	0.519	0.537	1.000	0.772
Niat Menggunakan	0.578	0.604	0.772	1.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Korelasi tertinggi antar konstruk tercatat sebesar 0,772, yakni antara variabel Sikap dan Niat Menggunakan. Sementara itu, nilai akar kuadrat AVE terendah adalah 0,766. Meskipun perbedaannya relatif tipis, validitas diskriminan tetap terpenuhi karena secara keseluruhan, akar Nilai AVE pada masing-masing konstruk melebihi korelasi dengan konstruk lainnya dalam model.

**Tabel 5. Nilai R-Square**

Variabel	Nilai R-Square
Persepsi Kemudahan (X1)	
Persepsi Manfaat (X2)	
Sikap (Y1)	0,541
Niat Menggunakan (Y2)	0,739

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai R-square sebesar 0,541 pada variabel Sikap mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara simultan mampu menjelaskan 54,1% variasi yang terjadi pada variabel tersebut. Adapun untuk variabel Niat Menggunakan, diperoleh nilai R-square sebesar 0,739, yang menunjukkan bahwa gabungan antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memberikan kontribusi sebesar 73,9% terhadap variabilitas niat penggunaan, dan sikap mampu menjelaskan 73,9% variabilitas intensi individu dalam menggunakan aplikasi e-wallet.

**Tabel 6. Hasil Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)**

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Persepsi Kemudahan (X1) -> Sikap (Y1)	0,503	0,503	0,046	10,988	0,000
Persepsi Manfaat (X2) -> Sikap (Y1)	0,522	0,523	0,045	11,576	0,000
Persepsi Kemudahan (X1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,378	0,378	0,042	8,926	0,000
Persepsi Manfaat (X2) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,398	0,4	0,049	8,169	0,000
Sikap (Z) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,363	0,363	0,047	7,644	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Mengacu pada Tabel 6, persepsi terhadap kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna, yang dibuktikan melalui nilai *t*-statistic sebesar 10,988, melebihi batas signifikansi 1,96, serta koefisien jalur sebesar 0,503. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan e-wallet berdampak pada terbentuknya sikap positif dari pengguna terhadap layanan yang ditawarkan (H1 diterima).

Selanjutnya, persepsi manfaat juga terbukti Menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap, dengan nilai *t*-statistic mencapai 11,576, yang melampaui ambang batas signifikansi koefisien jalur sebesar 0,522. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan, maka sikap pengguna terhadap e-wallet cenderung semakin positif (H2 diterima). Persepsi kemudahan turut memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap niat penggunaan, dengan *t*-statistic sebesar 8,926 dan koefisien jalur 0,378, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan mendorong intensi individu untuk menggunakan e-wallet (H3 terdukung).

Demikian pula, Persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi penggunaan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* yang melampaui batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 8,169 dan koefisien sebesar 0,398 (H4 diterima). Akhirnya, sikap pengguna terhadap e-wallet memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, sebagaimana dibuktikan oleh *t-statistic* sebesar 7,644 dan koefisien jalur 0,363. Dengan demikian, semakin positif sikap pengguna, maka semakin tinggi pula niat mereka dalam memanfaatkan e-wallet (H5 diterima).

**Tabel 7. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Variabel**

<b>Tipe</b>	<b>Konstruk</b>	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
Pengaruh Langsung	Persepsi Kemudahan (X1) -> Sikap (Y1)	0,503	10,988	0,000
	Persepsi Manfaat (X2) -> Sikap (Y1)	0,522	11,576	0,000
	Persepsi Kemudahan (X1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,378	8,926	0,000
	Persepsi Manfaat (X2) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,398	8,169	0,000
	Sikap (Y1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,363	7,644	0,000
Pengaruh Tidak Langsung	Persepsi Kemudahan (X1) -> Sikap (Y1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,182	5,870	0,000
	Persepsi Manfaat (X2) -> Sikap (Y1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,189	6,338	0,000
Pengaruh Total	Persepsi Kemudahan (X1) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,560	11,370	0,000
	Persepsi Manfaat (X2) -> Niat Menggunakan (Y2)	0,587	11,205	0,000

Sumber: Lampiran 8, Data Diolah, 2025

Uji hipotesis pertama Hasil analisis menunjukkan bahwa pandangan pengguna mengenai kemudahan dalam menggunakan aplikasi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap sikap mereka dalam menggunakan layanan tersebut terhadap e-wallet LinkAja. Hal ini dibuktikan melalui Besarnya pengaruh jalur ditunjukkan oleh koefisien sebesar 0,503, dengan nilai t-statistik mencapai 10,988, yang berada di atas ambang batas signifikansi 1,96 10,988, yang secara signifikan melebihi ambang batas *t-table* 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Artinya, semakin tinggi persepsi pengguna bahwa aplikasi mudah digunakan, semakin terbentuk pula sikap positif terhadap aplikasi tersebut. Hasil ini sejalan dengan prinsip dasar yang dikemukakan dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berkontribusi secara signifikan terhadap terbentuknya sikap individu dalam menerima penggunaan teknologi. Dalam hal ini, pengalaman penggunaan yang intuitif dan efisien berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan pengguna terhadap layanan digital (Kelly & Palaniappan, 2023). Hasil serupa juga ditemukan dalam studi Saparudin et al. (2020), yang mengidentifikasi kemudahan operasional sebagai determinan utama terbentuknya sikap positif terhadap teknologi.

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap pengguna terhadap aplikasi LinkAja. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,522 serta nilai t-statistik sebesar 11,576, yang melebihi ambang batas signifikansi yang telah ditentukan. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan aplikasi, semakin positif pula sikap serta pandangan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyawati dan Polar (2022), yang mengidentifikasi adanya korelasi positif antara persepsi manfaat dan sikap terhadap teknologi. Dengan demikian, keberadaan fitur-fitur yang relevan, memberikan nilai tambah, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna menjadi faktor penting dalam membentuk sikap yang mendukung terhadap penggunaan layanan dompet digital.

Hipotesis ketiga membuktikan bahwa persepsi kemudahan Kemudahan penggunaan aplikasi memberikan pengaruh langsung terhadap intensi pengguna untuk memanfaatkannya, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,378 serta t-statistic sebesar 8,926. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi dioperasikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Bahtera et al. (2024) dan Muslim et al. (2020), yang menegaskan bahwa kemudahan akses serta desain antarmuka yang ramah pengguna menjadi determinan penting dalam proses pengambilan keputusan adopsi teknologi finansial.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis keempat memperlihatkan bahwa Persepsi mengenai manfaat memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat penggunaan aplikasi, dengan koefisien jalur tercatat sebesar 0,398 serta nilai *t*-statistik yang menunjukkan signifikansi hubungan tersebut 8,169 mendukung temuan ini. Manfaat yang dirasakan seperti penghematan waktu, penawaran promo menarik, serta ketersediaan fitur yang lengkap menjadi faktor utama yang mendorong minat pengguna. Temuan ini selaras dengan hasil riset dari Fadillah dan Zainurossalamia (2023), Widir et al. (2023), dan Paramitha & Mahyuni (2022), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berperan penting dalam meningkatkan niat menggunakan teknologi digital.

Pada pengujian hipotesis kelima, sikap pengguna terbukti secara signifikan memengaruhi niat dalam menggunakan e-wallet, sebagaimana ditunjukkan oleh Nilai koefisien jalur tercatat sebesar 0,363 dengan nilai *t*-statistik sebesar 7,644, yang mengindikasikan bahwa sikap positif yang dibentuk melalui pengalaman dan persepsi pengguna akan memperkuat keinginan mereka untuk terus menggunakan aplikasi. Setiawan dan Setyawati (2020) menjelaskan bahwa sikap positif mencerminkan tingkat kepercayaan terhadap teknologi, sedangkan menurut Ming dan Jais (2022), sikap tersebut berkembang melalui pengalaman yang menyenangkan selama proses penggunaan.

Hipotesis keenam menilai peran sikap sebagai variabel perantara yang menghubungkan persepsi kemudahan dengan niat penggunaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap berperan sebagai mediator parsial, dengan koefisien mediasi sebesar 0,182 dan nilai *t*-statistic 5,870. Nilai Variance Accounted For (VAF) sebesar 32,5% mengindikasikan bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan sebagian besar dimediasi oleh sikap. Temuan ini didukung oleh penelitian Wiprayoga et al. (2023) serta Juniarty & Zai (2024), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan dapat membentuk sikap positif yang pada akhirnya berdampak pada niat penggunaan teknologi.

Sementara itu, hipotesis ketujuh menguji mediasi sikap dalam hubungan antara persepsi manfaat dan niat menggunakan. Nilai koefisien jalur sebesar 0,189 dan *t*-statistic sebesar 6,338, dengan VAF sebesar 32,19%, menegaskan adanya mediasi parsial. Artinya, sebagian besar pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan dijumpai oleh pembentukan sikap yang positif. Temuan ini sejalan dengan studi Setyawati dan Polar (2022), yang menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan akan memperkuat sikap positif pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan intensi individu dalam melanjutkan penggunaan layanan teknologi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan validitas *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan keterkaitan antara persepsi kemudahan dan manfaat terhadap niat penggunaan e-wallet LinkAja, dengan sikap sebagai variabel intervening. Tingkat kemudahan dan manfaat yang dirasakan terbukti membentuk sikap positif yang secara langsung berkontribusi dalam mendorong adopsi serta penggunaan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Studi ini mengungkapkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan persepsi terhadap manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi individu dalam memanfaatkan layanan e-wallet LinkAja di Kota Denpasar. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap kemudahan operasional aplikasi serta manfaat yang diberikannya, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Selain itu, kedua variabel tersebut juga terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk sikap pengguna. Persepsi akan kemudahan dan manfaat turut mendorong terbentuknya sikap positif terhadap penggunaan layanan digital ini.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap pengguna secara langsung berkontribusi secara signifikan terhadap intensi mereka dalam menggunakan e-wallet. Artinya, semakin positif sikap yang dimiliki individu terhadap aplikasi LinkAja, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakannya. Sikap juga memiliki peran sebagai mediator parsial yang signifikan dalam menjembatani hubungan antara persepsi kemudahan dan manfaat terhadap niat penggunaan. Temuan ini menguatkan bahwa sikap yang terbentuk dari persepsi positif dapat memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan penggunaan aplikasi.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini terbatas pada tiga variabel utama, yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap. Dengan demikian, studi lanjutan dianjurkan untuk menelusuri variabel-variabel lain, misalnya kepercayaan, keamanan, pengalaman pengguna, atau pengaruh sosial, yang kemungkinan turut memengaruhi niat penggunaan LinkAja. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh terkait perilaku konsumen terhadap teknologi finansial.

Bagi pengelola layanan LinkAja, Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk memperkuat intensi penggunaan di masa mendatang, antara lain dengan melakukan perbaikan tampilan antarmuka agar lebih ramah pengguna, meningkatkan kecepatan serta kualitas transaksi, dan menghadirkan manfaat nyata melalui program promosi atau integrasi layanan dengan kebutuhan sehari-hari. Selain itu, strategi komunikasi dan edukasi yang lebih intensif juga diperlukan untuk menjangkau calon pengguna baru yang masih belum yakin untuk mencoba layanan ini.

Sementara itu, bagi masyarakat yang mempertimbangkan penggunaan LinkAja, hasil studi ini dapat dijadikan rujukan Mayoritas pengguna menganggap aplikasi ini sebagai layanan yang memiliki kemudahan dalam penggunaannya dan memberikan manfaat fungsional yang jelas, sehingga layak untuk dipertimbangkan sebagai alat transaksi digital yang praktis dan efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhumaid, K., Habes, M., & Salloum, S. A. (2021). Examining the Factors Influencing the Mobile Learning Usage during COVID-19 Pandemic: An Integrated SEM-ANN Method. *IEEE Access*, 9, 102567–102578. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3097753>.
- Amin, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Digital Payments Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa UIN Salatiga).
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13–26. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Persentase penduduk usia 5 tahun ke atas yang mengakses teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam 3 bulan terakhir menurut kabupaten/kota di Provinsi Bali, 2019-2023. BPS Bali.
- Bahtera, N. T., Salsabilla, A. I., Candika, Y. I., Zulfa, V. R., Bascha, U. F., Srimulyani, N. E., & Soleh, M. (2024). Analysis of the Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on Interest to Use Digital Banks by Generation Z (pp. 1–23). <https://doi.org/10.2139/ssrn.4921621>.
- Bank Indonesia. (2023). Dompot digital naik daun, membetot minat kala pandemi. Bank Indonesia.
- Chang, V., Chen, W., Xu, Q., & Chang, X. (2021). Towards the Customers' Intention to Use QR Codes in Mobile Payments. *Journal of Global Information Management*, 29(6). <https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a37>.
- Charisma, Lady, & Suprpti, N. W. S. (2020). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Niat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Aplikasi E-Money Merek OVO di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2147–2166. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p05>.
- Choirunnisa, R. (2020). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Untuk Menggunakan Mobile Banking Mahasiswa di Kota Surabaya.
- Dandy Adi Pradana, I. M., & Aksari, N. M. A. (2022). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(6), 1110–1130. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i06.p03>.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.

- Efendi, B., Silvia Ekasari, Indra Sani, Esti Nur Wakhidah, & Musran Munizu. (2024). Analysis Of The Influence Of Behavioral Intention, Perceived Ease Of Use And Perceived Usefulness On Actual Usage Of Digital Wallet Customers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 209–214. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1897>.
- Frensiska, V. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Melalui Peran Mediasi Sikap. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 6(1).
- Hikmah, H., Ratnawati, A. T., & Darmanto, S. (2023). Role of Attitude and Intention on the Relationship between Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, and E-Tax System Behavior. *Global Business and Finance Review*, 28(7), 89–104. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.7.89>.
- Himel, T. A., Shahrin Ashraf, Khale, M., Tauhid Ahmed Bappy, Tanaz, A., & Hossain, N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>.
- Indriyani, R. M., Susanto, S., & Ningrum, N. K. (2021). Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli Produk Di Mediasi Oleh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan (Study Kasus The Body Shop Yogyakarta). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(10), 1030–1050. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i10.p05>.
- Juniarty, S., & Zai, I. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Pembayaran Digital Dimediasi Sikap Terhadap Penggunaan Di Kota Batam. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 147–158.
- Kelly, A. E., & Palaniappan, S. (2023). Using a technology acceptance model to determine factors influencing continued usage of mobile money service transactions in Ghana. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 1–24. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00301-3>.
- Khaleel, N. A., Almadhun, S. H., Khalil, H. A., Alasoud, A. M., & Rmis, A. M. (2023). The Impact of Mobile Banking Service on Customer Satisfaction and The Factors That Influence User' Intention to Use Them. *Humanities and Natural Sciences Journal Nawal*. <https://doi.org/10.53796/hnsj>.
- Krisnaresanti, A., Rifda Naufalin, L., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Pengguna Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1063–1073.
- Kumar, A., Haldar, P., & Chaturvedi, S. (2024). Factors influencing intention to continue use of e-wallet: mediating role of perceived usefulness. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*. <https://doi.org/10.1108/xjm-12-2023-0243>.
- Lee Yong Ming, K., & Mohamad, J. (2022). Factors Affecting the Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>.

- Listiyono, H., Sunardi, Agus Prasetyo Utomo, & Mariana, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Learning Management System (LMS) Terhadap Niat Penggunaan E-Learning. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(2), 208-213.  
<https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1419>.
- Muslim, A. A., Tomo Ardianto, Y., & Prasetya, D. A. (2020). The Role of Perceived Usefulness in Mediating Perceived Ease of Use Toward Intention To Use and Consideration of The Impact of Trustworthiness. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 22(10), 34-40.  
<https://doi.org/10.9790/487X-2210013440>.
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. 8.
- Putri, K., & Usman, O. (2021). The Effect of Perceived of Ease, Perceived of Benefits and Perceived of Risk to Decisions on Use of Mobile Banking Students of the State University of Jakarta. *SSRN Electronic Journal*, 1-19.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3768004>.
- Putri, T. A., Nurbaiti, & Nasution, J. (2022). Pengaruh Norma Subjektif dan Persepsi Manfaat Terhadap Intensitas Menggunakan Fintech Payment dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 1046-1066.
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798-805.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>.
- Saparudin, M., Rahayu, A., Hurriyati, R., & Adib Sultan, M. (2020). The Influence Of Trust, Perceived Usefulness and Perceived Ease Upon Customer' Attitude And Intention Toward The Use Of Mobile Banking In Jakarta. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(17), 3584-3594. [www.jatit.org](http://www.jatit.org).
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet Shopeepay. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022-2153  
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1522>.
- Sarkam, N. A., Mohamad Razi, N. F., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., & Kurniawati, L. (2022). Attitudes, Security, and Perceived Ease of Use Influence The Consumers' Decision to Use An E-payment System. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i3/12884>.
- Setiawan, M., & Setyawati, C. Y. (2020). The Influence of Perceived Ease of Use on the Intention to Use Mobile Payment: Attitude toward Using as Mediator. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18-32.  
<https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.67>.

- Setyawati, C. Y., & Polar, D. C. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use E-Wallet Gopay Melalui Mediasi Attitude Toward Using Di Kota Ternate. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(02), 1-14. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>.
- Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta). *Business Management Journal*, 18(1), 17-35. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820>.
- Sukma, D. R. A., Putra, H. B., & Sutejo, B. (2023). Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal oleh Konsumen Muda. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 833-851. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5785>.
- Sumadi, M. K. M. (2023). Minat Beli Generasi Z terhadap Fashion di E-Commerce. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis Dan Manajemen*, 02(05), 1-18. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>.
- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023). Moderating Role of Perceived Trust and Perceived Service Quality on Consumers' Use Behavior of Alipay e-wallet System: The Perspectives of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023, 1-14. <https://doi.org/10.1155/2023/5276406>.
- Tran, T. P., Zemanek, J. E., & Sakib, M. N. (2024). Improving brand love through branded apps: is that possible? *Journal of Marketing Analytics*. <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00356-5>.
- Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia ZA. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 231-240. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>.
- Widiar, G., Yuniarinto, A., & Yulianti, I. (2023). Perceived Ease Of Use's Effects On Behavioral Intention Mediated By Perceived Usefulness and Trust.
- Widikdo, A. A., & Ramadhan, J. (2023). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Privasi Terhadap Niat Pemakaian Aplkasi My Pertamina Dimediasi Sikap. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1 No. 2, 182-1 <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb>.
- Windari Suryaningsih, I., Ayu Sunarjo, W., & Satrio, D. (2023). The Effect of perceived ease to use and subjective norm on intention to use with Perceived Usefulness and Attitude Towards Use as intervening variables. the 1st internasional conference on Social Science Humanities Arts (INCOSHA), 133-140.
- Wiprayoga, P., & Widagda K, I. G. N. (2023). The Role Of Attitude Toward Using Mediates The Influence Of Perceived Usefulness and Perceived Ease Of Use On Behavioral Intention To Use. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 53-68.