

APAKAH PERCEIVED ENJOYMENT MEDIATOR DALAM MENGUJI EFEK PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION?

Herman Sjahrudin¹, Ardiansyah Halim², Virginia Shera Oktavia Ramli³, Gustaf Arminto Suan⁴, Landriana Un Manek⁵, Teddy Irvine⁶

^{1, 3, 4, 5, 6} Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

² Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

Email: herman.sjahrudin@stiem-bongaya.ac.id

Abstract

The rapid development of technology has a positive impact on the Indonesian economy as seen by the tendency of people to switch from using cash as a means of payment to using non-cash payments, which are more economical and efficient for transactions. This research is perceptual research that places perceived enjoyment as a mediator in explaining the effect of perceived ease of use on the behavioural intention of DANA e-wallet users. This perceptual study involved 55 students as respondents, the data was analysed using structural equation modelling with the help of Smart PLS-4. The findings of this study provide evidence that high perceived ease of use has a real impact in increasing perceived enjoyment and behavioural intention. The other causality, namely low perceived enjoyment, cannot make a meaningful contribution to behavioural intention. The role of perceived enjoyment as a mediator is not proven in explaining the effect of perceived ease of use on behavioural intention.

Keywords: *Behavioural intention, perceived ease of use, perceived enjoyment*

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat ini berdampak positif pada perekonomian Indonesia terlihat dengan adanya kecenderungan masyarakat beralih dari penggunaan uang tunai sebagai alat pembayaran ke penggunaan pembayaran non-tunai, yang lebih ekonomis dan efisien untuk transaksi. Penelitian ini merupakan riset persepsional yang menempatkan *perceived enjoyment* sebagai mediator dalam menjelaskan efek *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet DANA. Studi persepsional ini melibatkan 55 Mahasiswa sebagai responden, data dianalisis menggunakan *structural equation modeling* dengan bantuan Smart PLS-4. Temuan dari studi ini memberikan bukti bahwa *perceived ease of use* yang tinggi memberikan dampak yang nyata dalam meningkatkan *perceived enjoyment* dan *behavioral intention*. Kausalitas lainnya, yaitu *perceived enjoyment* yang rendah tidak dapat memberikan kontribusi yang bermakna terhadap *behavioral intention*. Peranan *perceived enjoyment* sebagai mediator tidak terbukti dalam menjelaskan efek *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention*.

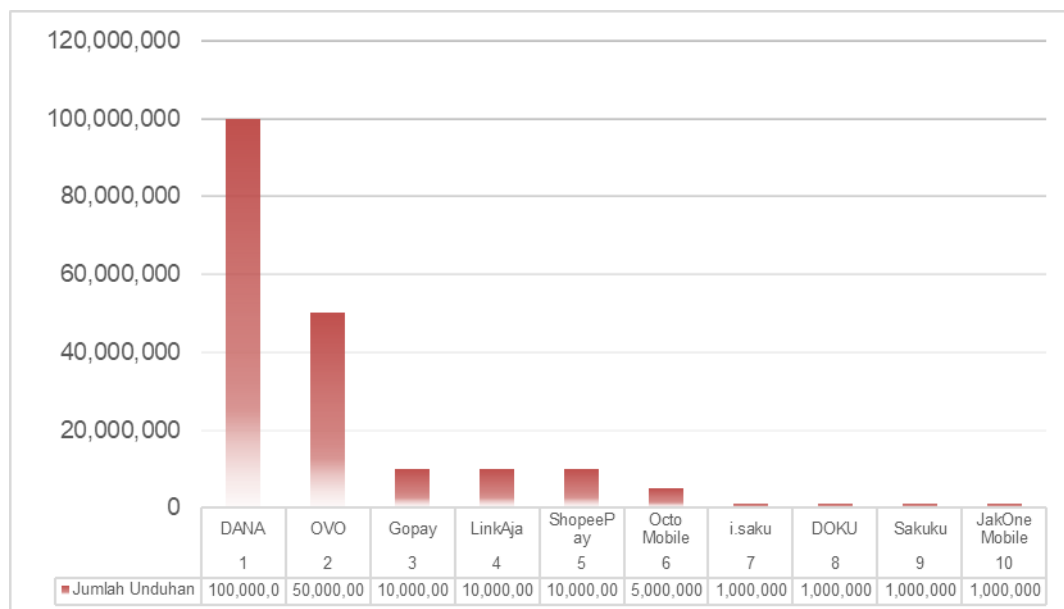
Kata kunci: *Behavioral intention, perceived ease of use, perceived enjoyment*

PENDAHULUAN

Penyedia jasa pembayaran menegaskan bahwa pemerintah telah mengakomodir pengaturan sistem pembayaran yang efektif dan responsif untuk seluruh aspek penyelenggaraan sistem pembayaran guna mengakomodasi perkembangan ekonomi dan keuangan digital. Uang elektronik terbagi atas dua jenis, yaitu; pertama adalah uang elektronik (berbasis chip), yang merupakan uang elektronik berdasarkan chip yang ditanam

pada kartu atau media lainnya. Contoh uang elektronik berbasis chip adalah Flas BCA, Bri Brizi, Mandiri E-Money, dan Tap Cash BNI, Kedua yaitu uang elektronik berbasis server (berbasis server), tetapi uang elektronik tidak memiliki bentuk fisik seperti kartu. Oleh karena itu, catatan transaksi keuangan oleh server aplikasi bernama e-wallet atau dompet digital (Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 & Nomor 23/6/PBI/2021).

Hal yang menarik dari kedua bentuk uang elektronik tersebut yaitu transaksi keuangan yang berbasis server aplikasi bernama *e-wallet*, karena telah diunduh oleh penggunanya di Indonesia mencapai $\pm$ 189 juta unduhan (hingga, Januari 2025), untuk itu dapat ditunjukkan pada Gambar berikut:



Sumber: <https://rankia.id/aplikasi-e-wallet-terbaik-indonesia/> (2025)

Gambar 1

Aplikasi e-Wallet di Indonesia Terbaik Hingga Januari Tahun 2025

Gambar tersebut menunjukkan jika *market share* e-Wallet di Indonesia dikuasai oleh 10 Aplikasi e-wallet (dompet digital), yaitu DANA, OVO, Gopay, LinkAja, ShopeePay, Octo, Mobile i.saku, DOKU, Sakuku, dan JakOne Mobile, diantara beberapa aplikasi e-wallet tersebut, DANA berhasil menjadi *market leader* dan memiliki posisi unggul dibandingkan e-

wallet lainnya dalam kategori jumlah unduhan. Kondisi tersebut diakibatkan karena beberapa alasan, seperti; antarmuka pengguna yang sederhana, sistem keamanan berlapis yang memberikan perlindungan maksimal, dan fitur unggulan seperti bebas biaya transfer antar bank. Dengan pendekatan yang memudahkan pengguna, DANA tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga membantu dalam pengelolaan keuangan melalui fitur kreatifnya (Darusman & Putri, 2025; Djami & Maulany, 2025; Putri et al., 2025; Samuel & Purba, 2025).

Dompot digital merupakan suatu bentuk teknologi keuangan yang beroperasi melalui internet dengan menawarkan metode pembayaran alternatif. Dibandingkan dengan dompet konvensional, dompet digital memberikan kenyamanan dengan menghilangkan keharusan membawa mata uang fisik. Dompot digital praktis, efisien, nyaman, dan aman untuk melakukan transaksi pada perangkat. Pemanfaatan aplikasi dan koneksi internet memungkinkan hal ini dilakukan. Transaksi keuangan telah beralih dari platform konvensional ke platform digital karena penggunaan e-wallet sebagai metode pembayaran pilihan. Terlepas dari banyak keuntungan yang ditawarkan oleh layanan transaksi keuangan digital seperti dompet seluler, jumlah orang yang menggunakannya masih sangat sedikit (Rosnidah et al., 2019; Chawla & Joshi, 2023; Lim et al., 2022).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dompot digital atau e-wallet adalah salah satu alat pembayaran non tunai. Dimana konsumen melakukan pengisian kartu atau aplikasi pada sistem atau bank yang dipercaya, lalu konsumen melakukan pembayaran melalui aplikasi atau kartu tersebut. Sehingga e-wallet juga bisa dideskripsikan sebagai aplikasi software yang digunakan untuk transaksi online melalui komputer atau smart phone (Abrilia, 2020). Keunggulan e-wallet dapat dilihat pada kemudahan menggunakan, sinkronasi dan perlindungan. Sistem pembayan elektronik yang semakin meningkat menyebabkan e-wallet semakin populer dan menyediakan banyak layanan pada sektor pembayaran tagihan dan pesan antar makanan. Selain banyaknya promo yang ditawarkan sehingga menguntungkan pembeli, para pedagang pun menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran, karena proses transaksi yang cepat,

dapat mengelola kas lebih efisien, dan juga biaya yang digunakan untuk tenaga kerja lebih sedikit. Penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital terbukti lebih nyaman dan aman dibandingkan dengan penggunaan uang tunai (dalam transaksi kecil) hal ini dianggap lebih praktis dikarenakan pengguna yang tidak diharuskan mempunyai sejumlah uang tunai yang pas tanpa pengembalian, hal ini juga memengaruhi nilai ketelitian dalam pengecekan uang kembali secara tunai yang dianggap merepotkan secara konvensional yang lebih sulit. Kecepatan dan kemudahan penggunaan menjadikan e-wallet sebagai pengganti transaksi uang tunai (Nadhilah et al., 2021).

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa membutuhkan banyak usaha (Davis et al., 1989). Semakin sedikit usaha yang dibutuhkan, maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, sehingga akan meningkatkan kesediaan mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut (Musa et al., 2024; Ali & Warraich, 2024; Mufidah et al., 2025). Persepsi kemudahan memungkinkan pengguna memahami fungsi teknologi dengan lebih baik, sehingga dapat meningkatkan intensitas penggunaan. Pengukuran persepsi kemudahan merujuk pada konstruk yang dibangun Shang & Wu, (2017), yaitu; mudah untuk berbelanja online melalui internet menggunakan PC atau aplikasi *smartphone*, mudah untuk belajar menggunakan, dan mudah untuk melakukan pembayaran online. Beberapa riset terdahulu memperlihatkan adanya inkonsistensi temuan dalam menganalisis efek *perceived ease of use* terhadap *behavioral Intention*. Bukti empiris yang ditunjukkan pada studi Aulianto et al., (2024); Mufidah et al., (2025) bahwa *perceived ease of use* tidak terbukti memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan *behavioral intention*. Studi yang relevan dengan *technology acceptance model*, menegaskan bahwa penerimaan suatu teknologi ditentukan pada kemudahan individu dalam menggunakan teknologi tersebut yang pada gilirannya memunculkan niat untuk menggunakan teknologi dan mengakibatkan munculnya perilaku untuk menggunakan, bahkan dapat digunakannya secara berulang yang kemudian merekomendasikan teknologi tersebut kepada individu lainnya, seperti pada studi yang dilakukan Monica & Japariato (2022); Andrianto et al., (2025); Belananda et al., (2025) ; Prabowo et al., (2025); Pramestiani et al., (2025) bahwa *perceived ease of use* terbukti

secara positif signifikan dalam meningkatkan *behavioral Intention*. Hasil yang nyata tersebut dapat dimaknai dengan pernyataan bahwa semakin tinggi/baik *perceived ease of use* yang dirasakan, maka semakin tinggi *behavior intention* yang mereka perlihatkan, berdasarkan teori dan pernyataan yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis pertama yaitu apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavior intention*?

Perceived enjoyment menjelaskan bahwa individu dapat mengalami perasaan nyaman dan suka saat menggunakan suatu sistem tertentu dan menganggap keterlibatannya dalam penggunaan tek-nologi tersebut sebagai aktivitas yang menyenangkan. Tingkat kenyamanan yang tinggi memotivasi pengguna untuk menghabiskan lebih banyak waktu saat mengakses teknologi tersebut. (Davis et al., 1989; Venkatesh et al., 2012; Koenig-lewis et al., 2015; Prabowo et al., 2025). *Perceived enjoyment*, dicirikan melalui; menggunakan aplikasi dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja, menggunakan aplikasi tidak perlu mengantri untuk melakukan transaksi dan hemat waktu dengan menggunakan aplikasi (Venkatesh & Bala, 2008). Riset yang dilakukan Syanni (2020) bahwa *perceived enjoyment* tidak signifikan dampaknya terhadap *behavior intention*. Hasil berbeda ditemukan melalui riset yang dilakukan Bongso & Dewi (2020); Monica & Japariato (2022) memberikan bukti bahwa konsumen merasa nyaman dengan penggunaan e-wallet sehingga memberikan kontribusi positif dan nyata terhadap tingginya motivasi pengguna untuk menggunakan e-wallet pada transaksi mereka berikutnya (*behavior intention*), bahwa semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi *behavior intention* yang mereka perlihatkan, berdasarkan teori dan pernyataan yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis kedua yaitu bagaimana pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *behavior intention*?

Behavior intention merupakan representasi dari niat seseorang untuk melakukan tindakan dalam hal ini adalah teknologi e-wallet. *Behavior intention* sebagai penentu langsung dari suatu penggunaan teknologi dan juga pengguna potensial (Venkatesh et al., 2012; Monica & Japariato, 2022). Variabel ini memberikan penjelasan atas niat untuk memanfaatkan teknologi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor terhadap keputusan menggunakan, baik secara negatif atau positif. Bagi perusahaan, *behavior intention* dianggap

menguntungkan karena dapat menciptakan peluang untuk unggul dalam persaingan pasar, terutama jika pengguna menunjukkan sikap positif. *Behavior intention* juga digunakan untuk mengukur kemungkinan tindakan pengguna di masa mendatang, seperti penggunaan berulang atau merekomendasikan kepada orang lain (Yulianti & Satya, 2021). Beberapa konstruk telah digunakan oleh para sarjana dalam mengukur *behavioral intention*, yaitu; menggunakan kapan saja, menggunakan kondisi apapun, senantiasa menggunakan, niat untuk terus menggunakan, dan berharap menggunakan (Iqbal & Arisman, 2018; Sjahrudin et al., 2023).

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) merupakan sebuah kerangka teoritis yang dikembangkan Davis (1989) yang menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru (e-wallet). TAM menekankan dua variabel utama yang memengaruhi keputusan pengguna untuk menerima suatu teknologi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang diperlihatkan melalui *perceived enjoyment* yang dinyatakan sebagai sejauh mana sebuah kegiatan yang menggunakan sebuah sistem dikatakan menyenangkan secara pribadi seorang individu diluar dari hal-hal yang disukai dari sistem tersebut. Kedua variabel tersebut senantiasa berinteraksi antara satu dengan lainnya dan berkontribusi terhadap sikap individu terhadap teknologi, akhirnya mendorong niat untuk menggunakan (*behavioral intention*) yang merujuk pada kecenderungan individu untuk bertindak dengan cara tertentu dalam situasi tertentu sehingga mencerminkan tingkat penerimaan terhadap suatu teknologi dalam hal ini adalah e-wallet DANA (Maharani & Sundari, 2024; Ramadhan & Saputro, 2024).

Kerangka teoritis pada *Technology Acceptance Model* (Davis,1989) juga menegaskan bahwa individu selaku pengguna dari suatu teknologi, tidak hanya berorientasi pada kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut, namun juga pada kegunaan dari suatu teknologi bagi dirinya, apabila dirasakan berguna kepada dirinya maka teknologi tersebut dirasakan menyenangkan sehingga dengan kenyamanan tersebut berdampak pada tindakannya pada saat ini dan di masa yang akan datang berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan teknologi tersebut, bahwa semakin tinggi / baik *perceived ease of use*, maka

semakin tinggi *perceived enjoyment* dan semakin tinggi / baik *perceived ease of use* maka semakin tinggi niat untuk menggunakan melalui dukungan kenyamanan yang dirasakan. Merujuk pada teori dan pernyataan tersebut, maka dikemukakan hipotesis ketiga yaitu, apakah *perceived ease of use* dapat memberikan dampak yang nyata terhadap *perceived enjoyment*?, selain itu diajukan pula hipotesis keempat yaitu apakah *perceived ease of use* dapat memberikan dampak yang nyata terhadap *behavioral intention* melalui *perceived enjoyment*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *cross section* pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya Makassar sebagai populasi penelitian. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan jumlah indikator =11 dikalikan 5 sehingga diperoleh = 11 X 5 = 55 orang mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya pengguna e-Wallet DANA. Analisis data menggunakan PLS-4 dengan alasan jika studi ini menguji *direct* dan *indirect effect*, selain itu Partial Least Square (PLS) tidak mensyaratkan jika data yang dibunakan harus berdistribusi normal (Hair, et al., 2017).

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Studi ini menggunakan 55 Mahasiswa dengan kriteria telah menggunakan dompet digital/e-wallet DANA minimal 10 kali dalam enam bulan terakhir dan top up minimal Rp. 25.000,-sebagai unit analisis, kriteria responden yang digunakan meliputi, jenis kelamin, usia dan lamanya waktu menggunakan dompet digital DANA, untuk memberikan gambaran dan penjelasan pada responden, maka dapat ditunjukkan itu deskripsi responden sebagai berikut:

Tabel 1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
	(N=55)	(%)

Gender	Pria	20	36,36
	Wanita	35	63,36
Usia	20-22 Tahun	28	50,91
	23-25 Tahun	17	30,91
	26-28 Tahun	10	18,18
Lama menggunakan E-Wallet Dana	0 – 1 Tahun	15	27,27
	>1 -2 Tahun	30	54,55
	>2 Tahun	10	18,18
Intensitas penggunaan	> 11 Kali/Bulan	12	21,82
	> 15 Kali/Bulan	27	49,09
	21 Kali/Bulan	16	29,09

Deskripsi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wanita, hal ini diakibatkan karena penggunaan dompet digital DANA umumnya mereka gunakan untuk berbelanja, berbelanja adalah cara untuk melepaskan emosi dan meningkatkan suasana hati bagi wanita. Ini dapat membuat mereka merasa puas dan bahagia, terutama ketika mereka menemukan sesuatu yang mereka inginkan. Belanja juga dapat menjadi cara untuk mengurangi stres dan tekanan dari kehidupan sehari-hari. Pada sisi usia, responden didominasi dengan usia 20 – 22 Tahun, hal ini menjelaskan bahwa pada rentangan usia tersebut mereka terkategori dalam fase transisi yang krusial bagi banyak wanita, mereka sering kali menemukan diri mereka dalam fase peralihan dari kehidupan akademis ke dunia kerja. Di usia ini, banyak wanita sedang mencari dan membentuk identitas mereka. Adanya dorongan untuk terlihat menarik dan fashionable mendorong wanita muda untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan uang dalam aktivitas ini. Untuk kriterium penggunaan dompet digital DANA, responden dicirikan dengan kelompok > 1 -2 Tahun telah menggunakan DANA, kondisi tersebut menjelaskan bahwa responden sudah memiliki pengetahuan keuangan yang baik sehingga dapat menggunakan aplikasi tersebut secara bijak. Terakhir untuk intensitas penggunaan mayoritas responden menggunakan DANA > 15

Kali/Bulan, hal mengkonfirmasi karakteristik gender pada penelitian ini bahwa intensitas penggunaan DANA lebih banyak digunakan untuk berbelanja.

2. Uji Model Pengukuran (*outer model*)

Pengujian *outer model* digunakan dalam uji validitas dan uji reliabilitas dari model yang digunakan. Tujuan *outer model* untuk melihat seberapa handal dan valid sebuah instrument penelitian. Indikator reflektif dianggap memiliki validitas konvergen yang tinggi jika korelasinya dengan konstruk = > 0,70.

Tabel 2
Validitas konvergen

Variabel	BITU	PE	PEoU
BM	0,930		
MKA	0,956		
MKS	0,895		
MT	0,890		
NMT	0,813		
HMMA		0,904	
MADS		0,820	
MATM		0,927	
MUBM			0,917
MUBO			0,780
MUMP			0,922

Masing – masing indikator dari indicator variabel *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* dan *behavioral intention* menghasilkan nilai *cross loading* = > 0.70 sehingga ketiga variabel dikatakan valid. Selain dari pengujian *cross loading* dilakukan pula pengujian validitas konvergen yang bertujuan untuk mengukur tingkat hubungan antara konstruk dengan variabel laten yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* dan AVE (*Average Variance Extracted*). Selanjutnya data dianalisis menggunakan skor AVE (*Average Variance*

Extracted) untuk menghitung suatu variabel dapat dianggap valid jika nilai AVE = > 0,5 (Fornell & Larcker, 1981; dalam Ghazali & Latan, 2015).

Tabel 3.

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	(AVE)
BITU	0,807
PE	0,784
PeoU	0,766

Tabel 3 menunjukkan nilai AVE seluruh variabel telah memenuhi syarat yakni skor diatas 0.5 sehingga dapat dikatakan valid. Kemudian pengujian validitas diskriminan penelitian ini telah mengindikasikan masing-masing akar AVE yang dimiliki melebihi koefisien korelasi antar variabel lain. Oleh karena itu, konstruk *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* dan *behavioral intention* dapat dianggap valid dikarenakan akar AVE > koefisien korelasi antar variabel, sehingga dapat diartikan variabel tersebut telah memiliki discriminant validity yang tinggi serta memenuhi syarat. Tahap selanjutnya yaitu uji reliabilitas dapat dilihat melalui dua cara yaitu dengan nilai batasan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* = > 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4

Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion)

Variabel	BITU	PE	PeoU
BITU	0,898		
PE	0,553	0,885	
PeoU	0,815	0,746	0,875

Tabel 4 menunjukkan nilai *Discriminant validity* yang membuktikan bahwa nilai square root dari *behavioral intention* = 0,898 > dibandingkan dengan nilai square root pada kolom yang sama, untuk *Perceived Enjoyment* = 0,885 > dibandingkan nilai square root pada

baris yang sama maupun nilai square root pada kolom disebelahnya demikian halnya pada *Perceived Ease of Use*.

Tabel 5
Reliability constructs

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
BITU	0,940	0,954
PE	0,860	0,916
PeoU	0,844	0,907

Tabel 5 membuktikan jika nilai cronbach's alpha dan composite reliability yang masing-masing variabel memenuhi batasan yang ditetapkan = > 0,70 (Ghozali & Latan, 2015). Skor yang dihasilkan menunjukkan bahwa item pertanyaan memiliki stabilitas dan konsistensi yang tinggi, sehingga ketiga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel serta tingginya akurasi instrumen untuk menguji konstruknya, dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen telah terpenuhi dan dapat dikatakan reliabel ataupun handal.

3. Uji Model Struktural (*inner model*)

Model structural (inner model) melalui uji R-Square, pengujian pada model struktural dilakukan sebagai cara untuk mengetahui R-Square sebagai uji goodnessfit model (Ghozali & Latan, 2015).

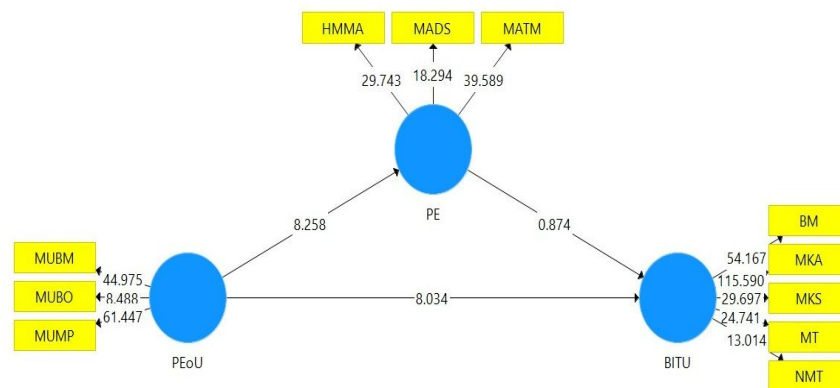
Tabel 6.
R-Square

Model	R- Square
BITU	0,670
PE	0,556

R-Square digunakan untuk melihat dan mengevaluasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel intervening dan endogen. Kategori nilai R-square meliputi 0,75 termasuk kategori kuat, 0,50 termasuk kategori moderat, dan 0,25 termasuk kategori lemah (Hair et al., 2008; dalam Ghozali & Latan, 2015). *GoF menunjukkan jika model (1) Perceived Ease of*

Use (PEoU) → BITU = 0,670 nilai tersebut lebih besar 0,35 dan pada model (2) *Perceived Ease of Use* (PEoU) + *Perceived Enjoyment* (PE) → BITU = 0,556 juga lebih besar 0,35 dengan demikian maka model riset ini memberikan kontribusi pada kategori kuat. Selanjutnya dilakukan perhitungan predictive relevance, untuk itu ditunjukkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2) \\
 &= 1 - \{(1 - 0,670^2)(1 - 0,556^2)\} \\
 &= 1 - 0,758
 \end{aligned}$$



Gambar 2
Model Struktural

Nilai koefisien determinasi (R^2) ditunjukkan dengan $Q^2 = 0,758$ atau 75,80%, apabila nilai $Q^2 > 0$ maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai $Q^2 < 0$ maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. Hasil pengujian memperlihatkan Nilai Q-square > 0 sehingga model yang dianalisis dinyatakan memiliki predictive relevance yang baik (seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya)

Tabel 7
Pengujian Hipotesis

Effects	(O)	(M)	STDEV	t-statistics	p-values
PEoU → BITU (H ₁)	0.906	0.904	0.113	8.034	0.000

PE → BITU (H ₂)	-0.122	-0.124	0.140	0.874	0.383
PEoU → PE (H ₃)	0.746	0.731	0.090	8.258	0.000
PEoU → PE → BITU (H ₄)	-0,091	-0,090	0,106	0,863	0,388

Perceived ease of use terhadap perceived enjoyment

Hasil komputasi pada *inner model* menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berdampak positif signifikan terhadap *perceived enjoyment*. Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,746, koefisien jalur bertanda positif menjelaskan bahwa semakin tinggi kemudahan dalam menggunakan e-wallet DANA, maka semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan. Nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dinyatakan jika kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan nyata dalam meningkatkan kenyamanan pengguna e-wallet DANA.

Perceived ease of use memiliki dampak yang nyata terhadap *perceived enjoyment*, bahwa salah satu elemen penting dalam interaksi pengguna dengan teknologi adalah persepsi kemudahan penggunaan yang menggambarkan seberapa mudah dan sederhana suatu sistem atau alat digunakan oleh pengguna. Dalam situasi seperti ini, terdapat korelasi yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem dan persepsi kenyamanan dalam menggunakan dompet digital DANA. Pengalaman yang baik dalam menggunakan e-wallet seringkali disebabkan oleh kemudahan penggunaan. Pengguna (mahasiswa) lebih cenderung menyukai proses ketika mereka merasa tidak terhalang oleh masalah teknis, mereka (mahasiswa) tidak perlu menghadapi kompleksitas sistem, menggali informasi, berinteraksi dengan antarmuka, atau mencapai tujuan akan menjadi lebih menyenangkan (Prabowo et al., 2025).

Persepsi kemudahan penggunaan berperan sebagai katalisator utama yang meningkatkan perasaan kenyamanan. Kemudahan penggunaan dapat meminimalisir frustrasi pengguna, pada saat pengguna tidak menemukan masalah signifikan dalam

menggunakan suatu e-wallet, mereka lebih siap untuk mempelajari fitur lainnya dan merasakan manfaatnya. Sebaliknya, kenikmatan yang seharusnya diperoleh dapat dikurangi secara signifikan jika suatu sistem dianggap sulit (Pramestiani et al., 2025).

Relevansi antara kemudahan menggunakan dengan kenyamanan dalam menggunakan diperlihatkan pada saat pengguna mengasosiasikan pengalaman digital dengan kualitas interaksi secara keseluruhan. Ketika sistem dirancang dengan baik dan mudah digunakan, pengguna lebih optimistis dan menciptakan lingkungan di mana mereka nyaman menggunakan teknologi. Tingkat kenyamanan konsumen sebanding dengan kemudahan pengoperasian sistem. Ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna tentang aplikasi pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh seberapa mudah mereka digunakan. Untuk meningkatkan kemudahan penggunaan e-wallet DANA, aplikasi terus mengembangkan platform dan meningkatkan layanan mereka (Monica & Japariato 2022; Andrianto et al., 2025; Belananda et al., 2025). Temuan riset ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berdampak pada persepsi kenyamanan. Keterkaitannya dan sangat penting untuk memberikan pengalaman yang memuaskan.

Perceived enjoyment terhadap behavioral intention

Perolehan hasil *inner model* menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention* berdampak negative tidak signifikan terhadap *perceived enjoyment*. Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur bertanda negatif sebesar -0.122, koefisien jalur bertanda negatif menjelaskan bahwa semakin rendah nyaman yang dirasakan dalam menggunakan, maka semakin rendah niat berperilaku mahasiswa untuk menggunakan e-wallet DANA. Nilai p-value sebesar $0,283 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan jika persepsi kenyamanan dalam menggunakan berpengaruh negatif tidak signifikan dalam memunculkan niat berperilaku mahasiswa untuk menggunakan e-wallet DANA.

Kondisi tersebut diakibatkan karena mahasiswa memiliki berbagai motivasi yang mempengaruhi perilaku mereka. Keputusan yang mereka buat seringkali lebih dipengaruhi oleh motivasi akademik, tujuan jangka panjang, dan pengaruh sosial dari teman sekelas atau lingkungan akademik daripada kenyamanan yang dirasakan saat menggunakan barang atau jasa tertentu. Persepsi kenyamanan memberikan efek pada niat mahasiswa untuk berperilaku namun pada studi ini efek tersebut tidak terbukti diakibatkan karena mayoritas responden berorientasi pada motif akademik.

Pada saat mahasiswa dituntut untuk menghadapi tantangan akademik, mereka belajar untuk menganggap kenyamanan sebagai hal yang relatif. Dalam situasi yang tidak nyaman, mahasiswa seringkali beradaptasi dan berusaha sebaik mungkin untuk berperilaku, sehingga kenyamanan bukanlah prioritas utama yang dapat diabaikan jika dihadapkan pada tujuan yang lebih penting (Prameswari, 2021).

Karakteristik mahasiswa yang heterogen juga memberikan kontribusi, mahasiswa memiliki cara berpikir dan bertindak yang unik, diantara mereka lebih mementingkan kenyamanan, sementara kelompok lain lebih berkonsentrasi pada hasil yang ingin dicapai. Persepsi kenyamanan yang dianggap berpengaruh negatif, meskipun persepsi bahwa seseorang merasa nyaman menggunakan suatu barang atau jasa dapat berdampak negatif, pengaruh ini tidak signifikan terhadap niat berperilaku mahasiswa (Kesuma & Nurbaiti, 2023).

Hal ini disebabkan karena beragamnya motivasi yang dimiliki, kemampuan adaptasi mahasiswa terhadap ketidaknyamanan, dan keragaman karakteristik individu. Pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor tersebut sangat penting dalam merancang intervensi atau strategi untuk mendorong niat berperilaku positif di kalangan mahasiswa.

Perceived ease of use terhadap behavioral intention

Inner model menunjukkan bahwa *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* berdampak positif signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,906, koefisien jalur bertanda positif menjelaskan bahwa semakin tinggi kemudahan dalam penggunaan aplikasi e-wallet DANA, maka semakin tinggi niat berperilaku mahasiswa untuk menggunakan e-wallet DANA. Nilai p-value sebesar $0,000 <$

0,05 sehingga dapat dinyatakan jika persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan dalam memunculkan niat berperilaku mahasiswa untuk menggunakan e-wallet DANA.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sangat penting untuk meningkatkan niat pengguna, bahwa aplikasi e-wallet DANA dapat digunakan oleh siapapun juga bahkan oleh orang yang tidak terlalu berpengalaman karena kemudahan dalam penggunaannya yang praktis. Kemudahan dalam penggunaan sistem dapat membuat orang lebih tertarik untuk menggunakan dan belajar fitur yang mendukungnya. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan menunjukkan kredibilitas penyedia layanan melalui sistem berbasis web, e-wallet harus digunakan dengan mudah dan memiliki instruksi penggunaan yang jelas sehingga berdampak pada tingginya ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi e-wallet di masa depan dan menggunakannya lagi di transaksi berikutnya karena kebutuhan akan e-wallet membentuk perilaku menggunakan aplikasi. Hal ini diakibatkan karena mahasiswa sangat tertarik untuk menggunakan aplikasi e-wallet di saat ini dan menggunakannya lagi di transaksi berikutnya karena kebutuhan akan e-wallet membentuk perilaku menggunakan aplikasi DANA (Davis et al., 1989).

DANA merupakan salah satu merek e-wallet yang paling populer di Indonesia terus meningkatkan layanan mereka, mulai dari kemudahan penggunaan hingga fitur yang membantu masyarakat menyelesaikan berbagai kebutuhan dengan menggunakan satu aplikasi. Selain itu, aplikasi saat ini juga didukung berbagai fitur yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi dengan history akun mereka tercatat. Konsumen memiliki kemampuan untuk melihat setiap transaksi yang telah dilakukan, dan mereka dapat melakukannya sewaktu-waktu disaat diperlukan (Putri et al., 2025). Prameswari (2021) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* berkorelasi positif dan memiliki kemampuan untuk memprediksi niat perilaku seseorang untuk mengadopsi teknologi. *Perceived ease of use* menunjukkan nilai path yang positif terhadap *behavior intention*. Ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki kekuatan yang signifikan untuk mempengaruhi *behavior intention* pada pengguna aplikasi pembayaran digital.

Perceived ease of use terhadap behavioral intention melalui perceived enjoyment

Hasil komputasi pada *inner model* menunjukkan bahwa *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* melalui *perceived enjoyment* berdampak negative tidak signifikan. Nilai koefisien jalur bertanda negatif sebesar -0,091 koefisien jalur bertanda negatif menjelaskan bahwa semakin rendah kemudahan melalui kenyamanan yang dirasakan dalam menggunakan e-wallet DANA, maka semakin rendah *behavioral intention*. Nilai p-value sebesar $0,388 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan jika kemudahan penggunaan berpengaruh negatif tidak signifikan dalam meningkatkan *behavioral intention*.

Efek *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* melalui *perceived enjoyment* menunjukkan hasil negatif yang tidak signifikan. Hal ini diakibatkan karena adanya harapan yang berbeda dari masing-masing pengguna (mahasiswa) perihal teknologi yang mereka gunakan. *Perceived ease of use* yang sesuai dengan harapan pengguna berdampak pada kenyamanan pengguna. Namun, jika harapan tersebut tidak terpenuhi, meskipun *perceived ease of use* tinggi, namun kenyamanan menggunakan rendah maka tidak dapat berkontribusi signifikan terhadap niat berperilaku. Kondisi tersebut juga disebabkan karena faktor eksternal seperti lingkungan yang kurang mendukung atau tidak terbiasa dengan teknologi baru, pengguna mengalami kesulitan yang lebih besar, sehingga meskipun *perceived ease of use* tinggi, ketidaknyamanan pengguna dapat menghambat kenyamanan dalam menggunakan aplikasi, sehingga *perceived enjoyment* tidak mampu berfungsi sebagai mediator yang efektif (Febbyola et al., 2023).

Faktor lain yang mendasari kausalitas negatif tidak signifikan tersebut adalah teknologi yang mudah digunakan, tetapi penggunaannya tidak selalu berdampak pada kenyamanan penggunanya, sehingga *perceived ease of use* tidak selalu berkorelasi positif dengan *perceived enjoyment* sehingga dampaknya terhadap *behavioral intention* menjadi negatif tidak signifikan. Secara garis besar hal ini diakibatkan karena adanya perbedaan harapan pengguna, pengaruh faktor eksternal, serta karakteristik dari teknologi itu sendiri (Monica & Japariato, 2022).

KESIMPULAN

Salah satu komponen penting dalam interaksi pengguna dengan teknologi adalah persepsi kemudahan penggunaan, yang menunjukkan seberapa mudah dan sederhana suatu sistem atau alat digunakan oleh pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang nyata terhadap perasaan kepuasan. Ketika pengguna (mahasiswa) tidak terhalang oleh masalah teknis, mereka lebih cenderung menyukai proses. Ini karena mereka tidak perlu menghadapi kompleksitas sistem, menggali informasi, berinteraksi dengan antarmuka, atau mencapai tujuan.

Mahasiswa memiliki berbagai motivasi yang mempengaruhi perilaku mereka, sehingga persepsi kenyamanan dalam menggunakan e-wallet DANA tidak mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya. Motivasi akademik mereka, tujuan jangka panjang, dan pengaruh sosial dari teman dan lingkungan akademik mereka seringkali lebih memengaruhi keputusan mereka daripada kenyamanan yang mereka rasakan saat membeli barang atau jasa tertentu. Dalam studi ini, persepsi kenyamanan mahasiswa mempengaruhi keinginan mereka untuk berperilaku, tetapi dalam kasus ini, ini tidak terbukti karena mayoritas responden berfokus pada motivasi akademik.

Persepsi bahwa e-wallet DANA mudah digunakan memengaruhi niat berperilaku mahasiswa untuk menggunakannya. Ini penting untuk meningkatkan niat pengguna, karena aplikasi e-wallet DANA mudah digunakan bahkan oleh orang yang tidak terlalu berpengalaman. Hasil negatif yang tidak signifikan ditunjukkan oleh efek persepsi kemudahan penggunaan terhadap tujuan perilaku melalui persepsi kesenangan. Hal ini disebabkan oleh harapan yang berbeda dari pengguna, yaitu mahasiswa, terhadap teknologi yang mereka gunakan. Ketidaknyamanan pengguna dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan yang memenuhi harapan pengguna. Namun, jika harapan tersebut tidak terpenuhi, maka tidak dapat mempengaruhi niat berperilaku secara signifikan. Ini terjadi bahkan jika kenyamanan penggunaan dianggap tinggi tetapi kenyamanan penggunaan dianggap rendah.

Aplikasi DANA memiliki kriteria *user-friendly interface*, untuk itu pihak manajemen perusahaan harus terus berinovasi untuk membuatnya lebih mudah digunakan dan memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan fitur chat live dan inovasi, perusahaan dapat

menangani keluhan pelanggan, membuat tiap fitur lebih mudah digunakan, halamannya lebih mudah dibaca, informasinya lebih jelas, dan history pembayarannya lebih mudah ditemukan. Menurut penelitian ini, manajemen e-DANA harus memperhatikan kemudahan penggunaan dengan terus mengembangkan aplikasi e-wallet DANA untuk meningkatkan kemudahan penggunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p1006-1012>
- Ali, I., & Warraich, N. F. (2024). Meta-analysis of technology acceptance for mobile and digital libraries in academic settings using technology acceptance model (TAM). *Global Knowledge, Memory and Communication*. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2023-0360>
- Andrianto, M.F., Chandra, S. A. A. A., Sholahudin, M. S. I., Adjie, R. N., Widyastuti, U., & Kurnianti, D. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Pembayaran Digital QRIS pada Civitas Akademik. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(1), 3108-3120. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17575>
- Aulianto, D. R., Anggoro, W. T., Raharja, T. D., & Hermansyah, D. (2024). Analisis Penerimaan Informasi Kekayaan Intelektual dan Akuntabilitas Dokumen (INTIPDAQU) oleh Arsiparis Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 10(2), 117-137. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v10i2.67647>
- Belananda, M. R., Ian, M. R., & Jamal, J. (2025). Analisis Faktor-Faktor Konsumen Terhadap Purchase Intention Sepeda Listrik Menggunakan TAM3. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 9(1), 149-161. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2532>
- Bongso, R. W., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Flow Experience, Perceived Enjoyment, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Pemain Mobile Game Kota Kita. *eProceedings of Management*, 7(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13677/0>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2023). Role of mediator in examining the influence of antecedents of mobile wallet adoption on attitude and intention. *Global Business Review*, 24(4), 609-625. <https://doi.org/10.1177/0972150920924506>
- Cheng, Y. M. (2015). Towards an understanding of the factors affecting m-learning acceptance: Roles of technological characteristics and compatibility. *Asia Pacific Management Review*, 20(3), 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2014.12.011>
- Darusman, H., & Putri, R. A. E. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompot Digital

- Indonesia) Di Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 129-149. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.305>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Technology acceptance model. *J Manag Sci*, 35(8), 982-1003. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-45274-2>
- Djami, F., & Maulany, R. (2025). Analisis Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty pada Aplikasi E-Wallet DANA. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(1), 621-633. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2505>
- Dwi Fitri Syanni, D. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan User Experience terhadap Behavior Intention to Use Layanan Podcast pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23117>
- Febbyola, R., Mardani, R. M., & Ramadhan, T. S. (2023). Analisa perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap behavior intention pada digital payment (Studi kasus mahasiswa Universitas Islam Malang 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23117>
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). *PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use*. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Iqbal, J. & Arisman. (2018). Metode Pembelajaran E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Modelling (TAM) Untuk Pembelajaran Akuntansi. *InFestasi*, 14(2), 116-125. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v14i2.4856>
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 694-703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537-554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Lim, X. J., Ngew, P., Cheah, J. H., Cham, T. H., & Liu, Y. (2022). Go digital: can the money-gift function promote the use of e-wallet apps?. *Internet Research*, 32(6), 1806-1831. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2021-0406>
- Maharani, S. A., & Sundari, E. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust dan Security terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: pada Pengguna BRI Mo di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1), 161-176. <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i1.2975>
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa pengaruh perceived ease of use dan melalui perceived enjoyment terhadap behavior intention pada digital payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9-15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Mufidah, S. N., Alrasyid, H., & Novianto, A. S. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan Fintech Payment Dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z Pengguna LinkAja Syariah di Indonesia). *Jurnal Warta Ekonomi*, 8(01). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jwe/article/view/26841>

- Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, N., & Suyanto, M. (2024). Marketing research trends using technology acceptance model (TAM): A comprehensive review of researches (2002–2022). *Cogent business & management*, 11(1), 2329375. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2329375>
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128-138. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Prabowo, A. S., Vikasari, C., Widianingsih, B., & Hazrina, F. (2025). Analisis Penerimaan Teknologi pada Platform Pasar Banjarwaru dengan Metode Technology Acceptance Model 3. *Infotekmesin*, 16(1), 207-216. <https://doi.org/10.35970/infotekmesin.v16i1.2559>
- Pramestiani, A. P., Fitriati, A., Santoso, S. B., & Azizah, S. N. (2025). Model Penerimaan QRIS: Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1253-1270. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6.1298>
- Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126-139. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v2i2.191>
- Putri, I. A. K. S., Prawitasari, P. P., Suryanata, I. G. N. P., & Kustina, K. T. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Pada Generasi Z Di Kota Denpasar. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 695-710. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1.750>
- Ramadhan, T. K., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust terhadap Behavioral Intention Pengguna Gopay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5501-5517. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2856>
- Rosnidah, I., Muna, A., Musyaffi, A. M., & Siregar, N. F. (2019). Critical factor of mobile payment acceptance in millennial generation: Study on the UTAUT model. In *International Symposium on Social Sciences, Education, and Humanities (ISSEH)*. Atlantis Press. 123-127. <https://doi.org/10.2991/isseh-18.2019.30>
- Samuel, S., & Purba, J. T. (2025). Collaboration technology usage for decision in utilising e-wallet in the new normal society: evidence from Greater Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management and Decision Making*, 24(1), 35-55. <https://doi.org/10.1504/IJMDM.2025.142940>
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 213-227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>
- Sjahrudin, H., Nugroho, A. P., Litamahuputty, J. V., & Agustina, W. (2023). Theory Of Planed Behavior Terhadap Niat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v7i2.9498>

- Syanni, D.F. (2020). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan User Experience terhadap Behavior Intention to Use Layanan Podcast pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yulianti, B. A., & Satya, I. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Food Quality, Dan Customer Satisfaction Melalui Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Pada Pelanggan Gofood Di Wilayah DKI Jakarta. *Solusi*, 19(4), 452-464.