

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir berjalan sangat cepat dan menjadi salah satu pendorong utama tumbuhnya ekonomi digital nasional. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet pada tahun 2025 diperkirakan mencapai 80,66% atau sekitar 229,4 juta penduduk dari total populasi 284,4 juta jiwa. Angka ini terus meningkat sejak 2018 yang masih berada di kisaran 64,80%, naik menjadi 73,70% pada 2020, kemudian 77,01% pada 2022, 78,19% pada 2023, hingga 79,50% di tahun 2024. Tren tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi infrastruktur penting yang menunjang aktivitas masyarakat sekaligus mempercepat proses transformasi digital di Indonesia.



Gambar 1.1 Penetrasi dan Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2025

Sumber: APJII (2025)

Meskipun secara umum penggunaan internet semakin meluas, pemanfaatannya belum sepenuhnya merata di seluruh kelompok masyarakat. Survei APJII mencatat bahwa penetrasi internet pada laki-laki mencapai 82,73%, sedikit lebih tinggi dibandingkan perempuan yang sebesar 78,57%. Dari sisi generasi, kelompok

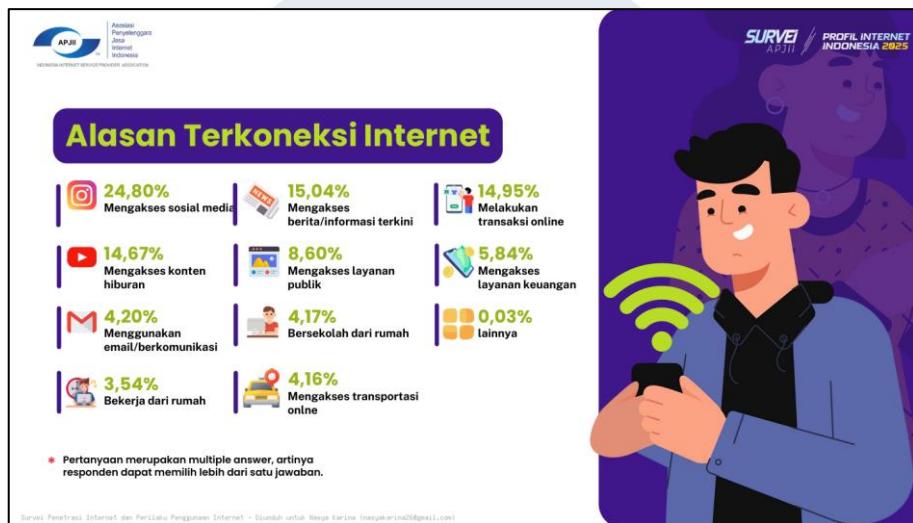
milenial memiliki penetrasi tertinggi sebesar 89,12% dengan kontribusi lebih dari seperempat pengguna, disusul oleh Gen Z dengan penetrasi 87,80%. Sementara itu, kelompok usia yang lebih tua, seperti *Baby Boomers* dan *Pre Boomer*, menunjukkan tingkat penggunaan yang jauh lebih rendah. Jika dilihat dari pendidikan dan wilayah, penetrasi tertinggi terdapat pada kelompok berpendidikan perguruan tinggi (91,27%) dan masyarakat yang tinggal di daerah urban (83,53%), sedangkan kelompok tidak lulus SD dan masyarakat di wilayah rural memiliki tingkat penetrasi yang lebih rendah. Kondisi ini menggambarkan bahwa akses internet di Indonesia masih menghadapi tantangan pemerataan, baik dari sisi demografis maupun geografis. Gambar 1.2. Kondisi ini menegaskan bahwa meskipun internet telah menjadi bagian penting kehidupan masyarakat Indonesia, masih ada tantangan besar terkait pemerataan akses di berbagai kelompok sosial dan wilayah.



Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Berdasarkan Gender, Generasi, Pendidikan, Daerah
Sumber: APJII (2025)

Alasan masyarakat Indonesia menggunakan internet juga semakin beragam. Survei APJII tahun 2025 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna mengakses internet untuk media sosial, diikuti pencarian berita atau informasi, serta konsumsi konten hiburan. Aktivitas yang berkaitan langsung dengan ekonomi digital, seperti transaksi online, pemanfaatan layanan publik, dan penggunaan layanan keuangan berbasis digital, juga mulai menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini

mengindikasikan bahwa fungsi internet tidak lagi sebatas sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah berkembang menjadi alat penting untuk mendukung aktivitas ekonomi dan layanan publik sehari-hari. Gambar 1.3 menegaskan bahwa fungsi internet tidak hanya terbatas pada komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana penting dalam mendukung aktivitas ekonomi digital masyarakat Indonesia.



Gambar 1.3 Alasan Terkoneksi Internet
Sumber: APJII (2025)

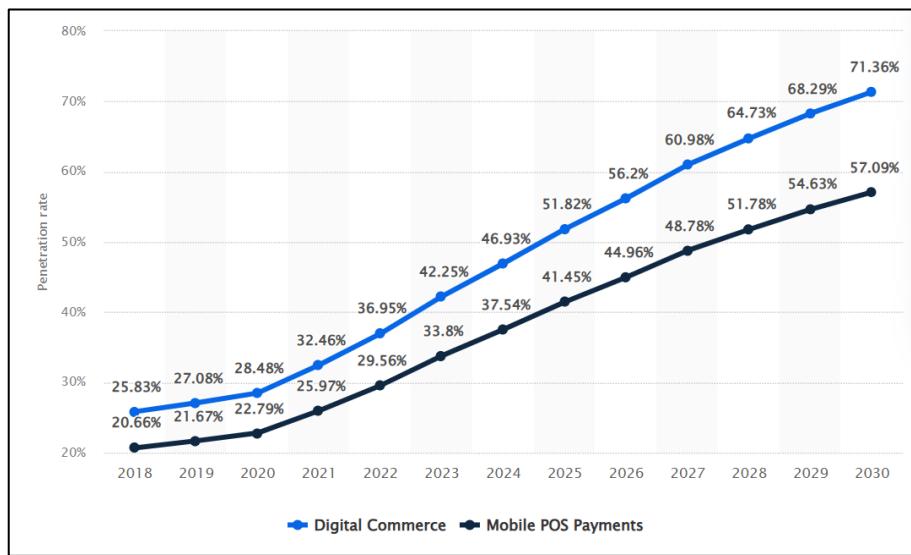
Pertumbuhan internet tersebut berjalan beriringan dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* di Indonesia. DataReportal yang dirangkum GoodStats menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif smartphone naik tajam dari sekitar 52 juta orang pada tahun 2015 menjadi lebih dari 200 juta orang pada tahun 2023. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa mayoritas masyarakat kini memiliki perangkat yang mendukung berbagai aktivitas digital, termasuk transaksi keuangan berbasis aplikasi. Kombinasi antara penetrasi internet yang tinggi dan tingginya kepemilikan *smartphone* menjadi pondasi utama berkembangnya ekosistem keuangan digital, salah satunya dalam bentuk layanan dompet digital atau *e-wallet*. Dengan semakin tingginya adopsi *smartphone*, keberadaan ponsel pintar bersama internet menjadi pondasi utama bagi pertumbuhan ekosistem keuangan digital, khususnya *e-wallet*, yang semakin melekat dalam aktivitas transaksi sehari-hari sebagaimana terlihat pada Gambar 1.4.



Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Aktif Smartphone di Indonesia (2015-2023)

Sumber: GoodStats (2024)

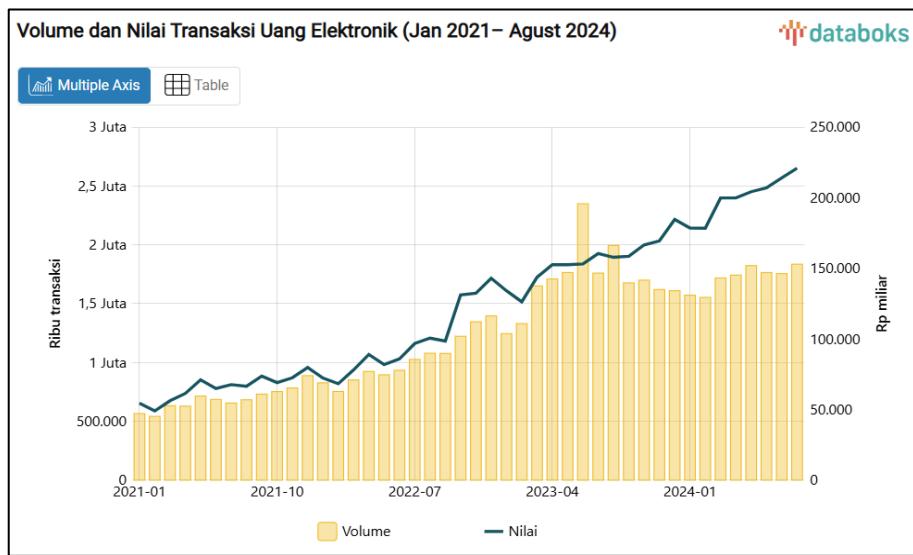
Sejalan dengan itu, berbagai indikator juga menunjukkan pergeseran perilaku masyarakat dari transaksi tunai menuju transaksi digital. Proyeksi dari Statista tahun 2025 memperkirakan bahwa penetrasi layanan pembayaran digital di Indonesia akan terus meningkat hingga 2030, baik untuk transaksi *digital commerce* maupun *mobile point-of-sale (POS) payments*. *Digital commerce* merujuk pada pembayaran yang dilakukan di platform *e-commerce*, sedangkan *mobile POS payments* adalah transaksi digital yang dilakukan langsung di *merchant* fisik dengan memanfaatkan perangkat mobile, misalnya melalui QRIS. Pada tahun 2025, penetrasi *digital commerce* diperkirakan berada di kisaran lebih dari 50%, sementara *mobile POS payments* berada di atas 40%, dan keduanya terus naik hingga 2030. Hal ini menandakan bahwa layanan pembayaran digital semakin diterima dan digunakan dalam berbagai konteks transaksi, baik *online* maupun *offline*. Gambar 1.5 memperlihatkan bahwa penetrasi *digital commerce* dan *mobile POS payments* di Indonesia.



Gambar 1. 5 Proyeksi Tingkat Penetrasi Layanan Pembayaran Digital di Indonesia (2018-2030)
Sumber: Statista (2025)

Data dari Bank Indonesia juga memperkuat gambaran pergeseran tersebut. Pada Agustus 2024, volume transaksi uang elektronik tercatat sekitar 1,84 miliar kali, meningkat dibandingkan bulan sebelumnya, dengan nilai transaksi mencapai ratusan triliun rupiah. Secara kumulatif, sepanjang Januari hingga Agustus 2024, nilai transaksi uang elektronik mencapai lebih dari seribu triliun rupiah dan tumbuh cukup tinggi dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Sebagian besar transaksi tersebut berasal dari kegiatan isi ulang saldo, belanja, dan transfer antar uang elektronik. Angka ini menunjukkan bahwa uang elektronik telah berkembang dari sekadar alternatif pembayaran menjadi salah satu instrumen utama yang mendorong digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia. Data ini dapat dilihat pada gambar 1.6 berikut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

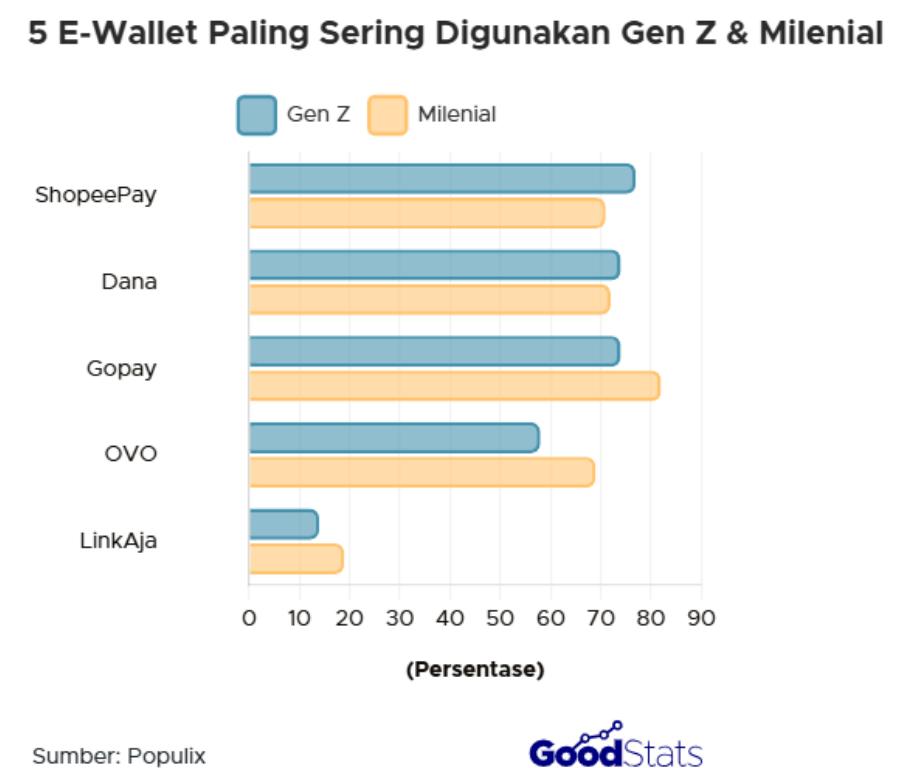


Gambar 1. 6 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik (Jan 2021- Agust 2024)

Sumber: Katadata (2024)

Sebagian besar transaksi uang elektronik di Indonesia kini difasilitasi oleh platform dompet digital atau *e-wallet*, yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Pertumbuhan *e-wallet* ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin terbiasa dengan pembayaran berbasis aplikasi. Selain itu, meningkatnya jumlah merchant yang mendukung pembayaran digital juga turut memperluas ekosistem penggunaan *e-wallet* di berbagai sektor, baik *online* maupun *offline*.

Preferensi penggunaan *e-wallet* di Indonesia menunjukkan dinamika yang berbeda di antara generasi muda, khususnya Gen Z dan Milenial. Berdasarkan survei GoodStats (2025), GoPay tercatat sebagai dompet digital dengan penetrasi tertinggi di kalangan Milenial, yakni mencapai 82%, melampaui ShopeePay yang berada di posisi kedua dengan 71%, serta OVO dan DANA yang masing-masing digunakan oleh 69% dan 72% Milenial. Sementara itu, LinkAja hanya mencatatkan 19% pengguna dari kelompok ini. Data ini menegaskan bahwa meskipun ShopeePay sering disebut sebagai primadona di kalangan Gen Z, bagi generasi Milenial justru GoPay menjadi *e-wallet* yang paling dominan digunakan. Kondisi ini dapat dilihat lebih jelas pada Gambar 1.7 yang menampilkan distribusi penggunaan lima *e-wallet* paling populer di kalangan Gen Z dan Milenial.



Gambar 1. 7 5 E-wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial

Sumber: GoodStats, 2025

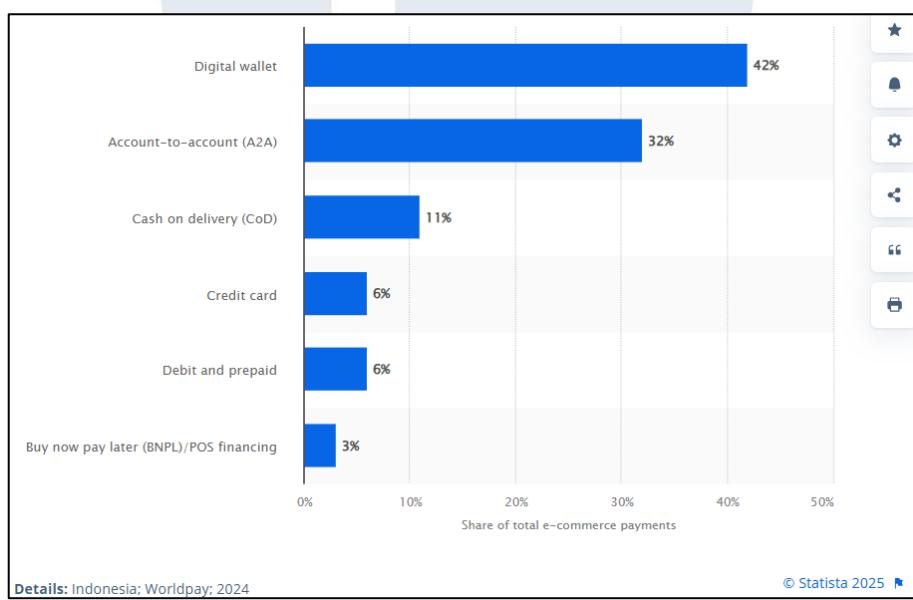
Selain regulasi, inklusi keuangan juga menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi *e-wallet*. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang dirilis OJK dan BPS mencatat bahwa indeks literasi keuangan Indonesia telah mencapai 66,46%, sedangkan inklusi keuangan berada pada level 80,51% (OJK, 2025). Data ini dapat dilihat pada Tabel 1.1, yang menunjukkan tren peningkatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal. Meskipun demikian, sebagian kelompok masyarakat, termasuk Milenial, belum sepenuhnya memanfaatkan layanan keuangan digital, sehingga literasi dan inklusi keuangan tetap menjadi tantangan penting dalam memperluas penggunaan *e-wallet*.

Tabel 1. 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional Tahun 2025

No.	Indeks	Metode	Hasil Survei
1	Literasi	Keberlanjutan	66,46%
		Cakupan DNKI	66,64%
2	Inklusi	Keberlanjutan	80,51%
		Cakupan DNKI	92,74%

Sumber: OJK & BPS (2025)

Penggunaan *e-wallet* di Indonesia tidak hanya berkembang dalam transaksi sehari-hari, tetapi juga semakin mendominasi sebagai metode pembayaran utama dalam belanja online. Berdasarkan laporan Statista (2025), *e-wallet* tercatat sebagai metode pembayaran paling populer dalam *e-commerce* Indonesia pada tahun 2024 dengan pangsa 42%, mengungguli *account-to-account* (A2A) sebesar 32%, *cash on delivery* (COD) sebesar 11%, kartu kredit 6%, debit/*prepaid* 6%, serta *buy now pay later* (BNPL) hanya 3%. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.8 yang memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia semakin beralih menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode konvensional. Dominasi ini menegaskan bahwa *e-wallet* telah menjadi pilihan utama dalam transaksi online karena dinilai lebih cepat, praktis, dan aman.



Gambar 1.8 Metode Pembayaran Menggunakan *E-wallet* di Indonesia Tahun 2024
Sumber: Statista (2025)

Meskipun *e-wallet* telah mendominasi transaksi online di Indonesia secara nasional, penggunaannya tidak merata di seluruh wilayah. Data pada Gambar 1.9, menunjukkan bahwa Jabodetabek menguasai 50% pangsa pasar *e-wallet* di lima besar kota Indonesia, jauh lebih tinggi dibandingkan Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar yang masing-masing hanya memiliki 10%, 10%, 5%, dan 5%. Ketidakmerataan ini menjelaskan pemilihan Jabodetabek sebagai lokasi penelitian karena wilayah ini memiliki penetrasi *e-wallet* tertinggi dengan volume

transaksi terbesar, populasi millennial yang besar dan aktif menggunakan teknologi digital, keragaman karakteristik sosial-ekonomi yang cukup untuk menguji model penelitian, serta infrastruktur digital yang maju. Oleh karena itu, fokus penelitian pada Jabodetabek merupakan pilihan yang tepat untuk memahami faktor-faktor yang mendorong adopsi *e-wallet* pada pasar yang paling berkembang, sehingga hasil penelitian dapat memberikan wawasan bermanfaat bagi perusahaan *fintech* dan peneliti di masa depan.

Millennial respondents are primarily parents, with most of them already working as either employees or entrepreneurs.



Gambar 1. 9 *Millennials Area*
Sumber: IDN (2025)

Selain tantangan adopsi yang belum merata, faktor manfaat yang dirasakan (*perceived ease of use*) menjadi salah satu penentu utama dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan *e-wallet*. *Perceived ease of use* merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas aktivitas mereka (Davis, 1989). Dalam konteks *e-wallet*, hal ini tercermin dari kemudahan pengguna untuk melakukan pembayaran lebih cepat, aman, dan praktis dibandingkan metode konvensional. Menurut laporan Visa (2023), 92% pengguna dompet digital di Indonesia menilai bahwa faktor keamanan dan efisiensi transaksi merupakan alasan utama mereka beralih ke *e-wallet*. Bagi generasi Milenial yang menjadi kelompok usia produktif,

kepraktisan ini semakin penting karena menunjang gaya hidup serba cepat dan kebutuhan mobilitas tinggi. Namun, apabila pengguna tidak merasakan manfaat nyata dari *e-wallet*, baik dari segi kecepatan, keamanan, maupun kenyamanan, maka tingkat adopsinya akan cenderung rendah.

Selain manfaat yang dirasakan, faktor risiko juga menjadi aspek penting dalam menentukan adopsi *e-wallet*. *Perceived risk* dipahami sebagai ketidakpastian mengenai kemungkinan kerugian yang dapat terjadi saat menggunakan layanan digital (Bauer, 1960). Risiko ini dapat berupa ancaman keamanan data, potensi penipuan, hingga kegagalan sistem yang dapat menurunkan kepercayaan pengguna. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* (Alalwan et al., 2018; Arfi et al., 2021). Dalam konteks Indonesia, isu keamanan dan perlindungan data pribadi masih menjadi perhatian utama, khususnya bagi Milenial yang lebih berhati-hati dalam mengelola transaksi digital. Oleh karena itu, pemahaman mengenai persepsi risiko menjadi krusial dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-wallet*.

Di samping risiko yang dirasakan, faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga sangat menentukan dalam adopsi *e-wallet*. Konsep ini merujuk pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem teknologi akan bebas dari usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, semakin tinggi pula niat pengguna untuk mengadopsinya (Venkatesh & Bala, 2008; Alalwan et al., 2018). Dalam konteks *e-wallet*, fitur antarmuka yang sederhana, proses registrasi yang cepat, serta integrasi dengan layanan sehari-hari menjadi faktor kunci yang memudahkan pengguna, khususnya Milenial yang cenderung mengutamakan kepraktisan. Dengan demikian, *perceived ease of use* dapat dipandang sebagai salah satu faktor fundamental yang memperkuat minat generasi ini dalam mengadopsi layanan dompet digital.

Namun, meskipun *e-wallet* dirasa bermanfaat dan mudah digunakan, adopsinya tetap bergantung pada tingkat kepercayaan pengguna. *Trust* menjadi faktor mediasi

penting yang menghubungkan *perceived ease of use*, *ease of use*, dan *risk* dengan keputusan adopsi. *Trust* didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penyedia *e-wallet* mampu menjaga keamanan, privasi, serta memberikan pelayanan sesuai harapan(Gefen et al., 2003). Penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa *trust* memperkuat pengaruh persepsi positif terhadap niat penggunaan (Featherman & Pavlou, 2003). Bagi Milenial di Indonesia, kepercayaan ini tercermin dari preferensi memilih *e-wallet* bereputasi baik dengan fitur keamanan berlapis dan layanan transparan.

Pada akhirnya, tujuan utama dari faktor-faktor tersebut bermuara pada adopsi *e-wallet* itu sendiri. *E-wallet* adoption mengacu pada keputusan pengguna untuk menerima dan menggunakan dompet digital sebagai bagian dari aktivitas transaksional sehari-hari (Venkatesh et al., 2003). Tingkat adopsi dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, risiko yang dipersepsikan, serta *trust* sebagai jembatan kepercayaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan digital meningkat signifikan ketika pengguna merasa aman sekaligus memperoleh kemudahan dan nilai tambah (Davis, 1989). Dalam konteks Milenial Indonesia, adopsi *e-wallet* menjadi isu penting karena kelompok ini memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi dan berpotensi besar dalam menentukan arah perkembangan pembayaran digital.

Sejumlah penelitian terdahulu telah berupaya menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan keuangan digital dengan menggunakan pendekatan model penerimaan teknologi. Salah satunya dilakukan oleh (Rababa et al., 2025a) di Yordania yang mengembangkan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan menambahkan variabel *perceived risk*, *trust*, dan *social influence* untuk menganalisis adopsi *mobile banking*. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived ease of use*, dan *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Namun, temuan yang menarik adalah *perceived risk* justru berpengaruh positif, sementara *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*. Temuan ini menegaskan

bahwa adopsi layanan keuangan digital sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, serta karakteristik layanan di masing-masing negara (Rababa et al., 2025a)

Meskipun penelitian (Rababa et al., 2025a) memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan digital melalui model TAM yang diperluas, terdapat beberapa kesenjangan yang membuat hasilnya belum sepenuhnya relevan dengan konteks Indonesia. Pertama, penelitian tersebut berfokus pada *mobile banking* di Yordania, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada adopsi *e-wallet* di Indonesia yang memiliki karakteristik pasar, regulasi, dan perilaku pengguna yang berbeda. Kedua, variabel *trust* ditemukan tidak signifikan dalam penelitian (Rababa et al., 2025a), sementara di Indonesia aspek kepercayaan sangat krusial mengingat maraknya isu keamanan digital dan potensi penipuan dalam transaksi *e-wallet*. Ketiga, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti peran *perceived ease of use* dan *perceived risk*, sementara variabel *perceived risk* dan *trust* belum dikaji secara mendalam pada konteks *e-wallet* di Indonesia.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* di Indonesia. Faktor-faktor yang diteliti mencakup *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *perceived ease of use* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini difokuskan pada generasi Milenial sebagai responden utama, karena kelompok ini merupakan pengguna internet terbesar sekaligus motor penting dalam transaksi digital, namun masih menunjukkan keraguan dalam adopsi penuh terhadap *e-wallet*. Dengan demikian, peneliti merumuskan judul penelitian: “**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED RISK, DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP E-WALLET ADOPTION DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia telah mendorong pertumbuhan ekosistem keuangan digital, termasuk *e-wallet* yang kini menjadi metode pembayaran utama. Namun, adopsi *e-wallet* di kalangan

masyarakat, khususnya generasi Milenial, masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian pengguna belum sepenuhnya beralih dari metode pembayaran konvensional karena faktor kebiasaan, keterbatasan literasi digital, serta kekhawatiran terhadap keamanan dan kepercayaan layanan.

Berbagai penelitian terdahulu menekankan pentingnya *faktor perceived ease of use*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* dalam mempengaruhi adopsi teknologi digital. Akan tetapi, dalam konteks Indonesia, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan mempengaruhi keputusan Milenial untuk menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk memahami peran manfaat, kemudahan, risiko, serta kepercayaan dalam meningkatkan adopsi *e-wallet* di Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut.

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*?
2. Apakah *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*?
4. Apakah *trust* memediasi pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *e-wallet adoption*?
5. Apakah *trust* memediasi pengaruh positif dan signifikan *perceived risk* terhadap *e-wallet adoption*?
6. Apakah *trust* memediasi pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *e-wallet adoption*?
7. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*?
8. Apakah *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*?
9. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*?

10. Apakah *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang dapat dicapai adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *trust* pada pengguna *e-wallet*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived risk* terhadap *trust* pada pengguna *e-wallet*.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *trust* pada pengguna *e-wallet*.
4. Untuk menganalisis peran *trust* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *perceived ease of use* dan *e-wallet adoption*.
5. Untuk menganalisis peran *trust* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *perceived risk* dan *e-wallet adoption*.
6. Untuk menganalisis peran *trust* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *perceived ease of use* dan *e-wallet adoption*.
7. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *e-wallet adoption*.
8. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived risk* terhadap *e-wallet adoption*.
9. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *e-wallet adoption*.
10. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *trust* terhadap *e-wallet adoption*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi

e-wallet pada generasi Milenial di wilayah Jabodetabek, serta menjadi sumber pengetahuan tambahan dalam mengembangkan model penelitian terkait *Technology Acceptance Model* (TAM) dan variabel *trust* sebagai mediasi dalam konteks keuangan digital.

2. Bagi penyedia layanan *e-wallet*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia layanan *e-wallet* seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Milenial di wilayah Jabodetabek untuk mengadopsi layanan mereka, mencakup *perceived ease of use*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust*. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam merancang strategi peningkatan *perceived ease of use* melalui fitur yang relevan dan fungsional, memperkuat *perceived ease of use* dengan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, mengurangi *perceived risk* melalui peningkatan keamanan dan transparansi data, serta membangun *trust* melalui pelayanan yang konsisten, komunikasi yang jelas, dan perlindungan pengguna yang terjamin. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap *layanan e-wallet* mereka.

3. Bagi regulator dan pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak seperti Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyusun kebijakan yang mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan digital, serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan pembayaran berbasis teknologi..

4. Bagi pengguna *e-wallet*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya generasi Milenial, mengenai manfaat, kemudahan, serta risiko dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan pemanfaatan layanan keuangan digital secara bijak dan aman.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang masih terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilaksanakan pada periode September hingga Desember 2025, yang mencakup tahap perencanaan, pengumpulan data, analisis, serta penyusunan laporan akhir penelitian.
2. Lokasi penelitian difokuskan pada wilayah Jabodetabek, yang dianggap mewakili daerah dengan tingkat adopsi teknologi dan penggunaan *e-wallet* tertinggi di Indonesia.
3. Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *e-wallet adoption*.
4. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *perceived ease of use*, dengan *trust* sebagai variabel mediasi.
5. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* dari kalangan generasi milenial yang aktif menggunakan layanan dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang akan dijelaskan selama penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab I, penelitian diawali dengan pemaparan berbagai fenomena yang menjadi dasar dilakukannya penelitian. Fenomena-fenomena tersebut diuraikan dalam bagian latar belakang penelitian, kemudian diikuti dengan perumusan masalah yang muncul berdasarkan kondisi aktual. Selanjutnya, disajikan pertanyaan penelitian yang dirumuskan dari masalah yang telah diidentifikasi, serta dijelaskan pula tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, hingga sistematika penulisan yang menjadi pedoman dalam penyusunan penelitian ini.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab II, penelitian ini membahas berbagai teori dasar (*grand theory*) yang menjadi landasan bagi setiap variabel yang diteliti. Teori-teori tersebut digunakan untuk menjelaskan alasan mengapa masing-masing variabel relevan dalam penelitian ini. Pembahasan diawali dengan teori yang berkaitan dengan variabel dependen, yaitu *e-wallet adoption*, kemudian dilanjutkan dengan teori yang mengaitkannya dengan variabel independen, yaitu *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *perceived ease of use*, serta teori mengenai *trust* yang berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara variabel independen dan dependen.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini menjelaskan terkait gambaran umum dari objek penelitian, desain penelitian yang digunakan, sampel penelitian, tabel operasionalisasi variabel yang digunakan, dan metode penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, dan data didapatkan melalui data primer.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini, dijelaskan mengenai deskripsi penelitian terkait hasil data yang telah dikumpulkan, diuji, dan dianalisis untuk membuktikan hipotesis yang telah dikembangkan sebelumnya.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V, hasil dari penelitian yang dilakukan akan disimpulkan, dan juga terdapat saran dari penelitian yang telah dilakukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, serta untuk pihak-pihak yang terlibat.