

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Financial Technology (Fintech) dan E-wallet

Financial Technology (fintech) merupakan inovasi layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah aktivitas transaksi, investasi, dan manajemen keuangan. Menurut (Bank Indonesia, 2024.), *fintech* terbagi dalam beberapa kategori seperti pembayaran digital, *peer-to-peer lending*, manajemen investasi, serta asuransi digital yang seluruhnya bertujuan meningkatkan inklusi keuangan nasional. *Fintech* menjadi motor penggerak penting dalam transformasi digital sektor keuangan di Indonesia. Laporan (Sriyono et al., 2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan layanan *fintech*, khususnya pembayaran digital, berperan besar dalam memperluas akses keuangan masyarakat dan mendorong inklusi keuangan secara menyeluruh.

Salah satu produk *fintech* yang paling populer adalah *digital wallet* atau *E-wallet*, yaitu aplikasi yang memungkinkan pengguna menyimpan saldo elektronik untuk digunakan dalam berbagai transaksi non-tunai. Berdasarkan laporan (MarketResearchIndonesia, 2025), transaksi pembayaran digital di Indonesia meningkat sebesar 38,62% (*year-on-year*) menurut data Bank Indonesia, menunjukkan tingkat adopsi yang sangat tinggi di masyarakat. Sejalan dengan itu, Bank Indonesia juga mencatat bahwa pada 2024 nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 80,03 triliun pada Februari 2024, meningkat 44,24% dibanding tahun sebelumnya, dengan volume mencapai 43,5 miliar transaksi atau tumbuh 36,1% YoY (Antara, 2024.); (Kompas, 2025)

Perkembangan ini juga tampak di tingkat regional. Di Jakarta, volume transaksi *QRIS* pada kuartal I 2025 tercatat mencapai 907 juta transaksi, naik 166% YoY dengan nilai transaksi mencapai Rp 2,2 miliar pada Juni 2025 (Bisnis Jakarta, 2025). Angka-angka tersebut menunjukkan

bahwa *E-wallet* bukan sekadar tren, melainkan bagian integral dari transformasi digital ekonomi Indonesia. Menurut survei dari VOI (2022), sekitar 71% responden di Indonesia aktif menggunakan *E-wallet* dalam berbagai transaksi keuangan, mencerminkan perubahan perilaku konsumen menuju sistem pembayaran digital. Namun demikian, peningkatan penggunaan *digital wallet* juga menimbulkan kekhawatiran terhadap aspek keamanan dan kepercayaan pengguna, sebagaimana disoroti oleh (Indonesia Business Post, 2023) yang menyebut bahwa meskipun pertumbuhan transaksi uang elektronik mencapai 11,39% YoY pada Februari 2023, isu keamanan data masih menjadi perhatian utama pengguna.

Dengan demikian, perkembangan *fintech* dan *E-wallet* di Indonesia menunjukkan kombinasi antara pertumbuhan pesat secara ekonomi dan tantangan dalam aspek kepercayaan serta keamanan sistem. Ke depan, inovasi *fintech* perlu diiringi dengan peningkatan regulasi, literasi digital, dan sistem keamanan untuk memastikan keberlanjutan serta kepercayaan publik terhadap ekosistem keuangan digital.

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk memahami perilaku pengguna terhadap teknologi baru. Model ini diperkenalkan oleh (Davis, 1989) dan menyatakan bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). PEOU merujuk pada tingkat keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi akan mudah dipahami dan dioperasikan tanpa usaha yang besar, sedangkan PU merujuk pada tingkat keyakinan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata bagi penggunanya (Davis, 1989). Dalam model TAM klasik, PU dan PEOU memengaruhi sikap (*attitude toward using*), yang kemudian membentuk

behavioral intention to use, dan akhirnya menghasilkan perilaku penggunaan aktual.

Dalam konteks *E-wallet*, TAM sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana generasi muda mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pembayaran digital, karena kemudahan dan kegunaan merupakan dua pertimbangan utama dalam adopsi teknologi keuangan. Penelitian oleh (Haedar et al., n.d.) menunjukkan bahwa baik PU maupun PEOU berpengaruh signifikan terhadap intensi menggunakan *E-wallet* di kalangan Generasi Y dan Z di Jawa. Selanjutnya, riset oleh (Khoirun Nisa et al., n.d.) memperluas model TAM dengan memasukkan variabel keamanan (*security*) dan kepercayaan (*trust*), dan menemukan bahwa meskipun PU dan PEOU saja tidak cukup, faktor *trust* secara penuh memediasi hubungan antara *security* dan intensi penggunaan *E-wallet*.

Lebih lanjut, studi oleh (Sambung et al., n.d.) menguji *E-wallet* di Indonesia menggunakan perluasan TAM yang mencakup PU dan *perceived security & privacy*, dan menemukan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian oleh (Eka Prasetya et al., 2023) juga memberikan bukti empiris bahwa kepercayaan (*trust*) memegang peran kunci dalam adopsi *E-wallet*, dengan variabel keamanan dan risiko sebagai faktor tambahan yang memediasi di dalam model. Selain itu, riset oleh (Wijaya et al., 2024) mengembangkan TAM dengan memasukkan *perceived risk*, *security* dan *trust* sebagai mediator, menegaskan bahwa model TAM klasik perlu diperluas ketika diterapkan pada konteks layanan keuangan digital yang sangat terkait dengan isu keamanan dan kepercayaan pengguna.

Dengan demikian, model TAM tidak hanya menjelaskan pengaruh PEOU dan PU dalam niat dan perilaku penggunaan teknologi, tetapi dalam konteks fintech dan *E-wallet* juga harus mempertimbangkan variabel tambahan seperti keamanan dan kepercayaan. Hal ini penting agar penelitian Anda dapat menjelaskan dengan lebih komprehensif bagaimana

Generasi Z di Indonesia memutuskan untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

2.1.3 Perceived Ease of Use (PEOU)

Perceived Ease of Use (PEOU) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan bebas dari kesulitan (Davis, 1989). Dalam konteks layanan keuangan digital seperti *E-wallet*, PEOU menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dipelajari, antarmuka pengguna sederhana, fitur transaksi mudah dipahami, serta sistem dapat digunakan tanpa upaya yang berarti. Kemudahan ini menjadi faktor penting karena pengguna cenderung lebih menerima teknologi yang dianggap praktis dan efisien dalam membantu aktivitas mereka sehari-hari.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan teknologi keuangan digital. Penelitian oleh (Suryati & Yoga, 2021) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, bersama dengan kepercayaan dan keamanan, berpengaruh signifikan terhadap niat individu untuk menggunakan *E-wallet*. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Haedar et al., n.d.) yang mengidentifikasi bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas layanan berkontribusi besar terhadap niat penggunaan *E-wallet* di kalangan Generasi Y dan Z. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh (Salsabila & Widarmanti, 2023) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap intensi penggunaan, tetapi juga melalui *perceived enjoyment*, yang mencerminkan kenyamanan dan kesenangan pengguna ketika berinteraksi dengan sistem digital.

Lebih lanjut, penelitian oleh (Silvia & Roosdhani, n.d.) menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-wallet* melalui variabel mediasi *attitude* di kalangan Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah

suatu aplikasi digunakan, semakin positif pula sikap pengguna terhadap teknologi tersebut. Hasil penelitian serupa juga ditunjukkan oleh Rahmatullaili dan Wiliasih (2024), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi preferensi Generasi Z di Jakarta dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berperan penting dalam meningkatkan niat dan keputusan pengguna untuk mengadopsi *E-wallet*, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi digital.

2.1.4 Perceived Usefulness (PU)

Perceived Usefulness (PU) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata (Davis, 1989). Dalam konteks *E-wallet*, PU mencakup persepsi bahwa aplikasi dapat menghemat waktu, meningkatkan efisiensi transaksi, menyediakan fitur yang bermanfaat seperti cashback atau promo, serta mempermudah aktivitas finansial sehari-hari. Survei IDN Times (2024) menemukan bahwa sekitar 94% pengguna Generasi Z memilih *E-wallet* karena dianggap lebih praktis, efisien, dan ekonomis berkat adanya promo serta bebas biaya admin, menunjukkan bahwa manfaat nyata sangat mempengaruhi niat menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh (Nikhlatu Salma & Permatasari, n.d.) juga mendukung temuan ini dengan membuktikan bahwa PU berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-wallet*. Penelitian (Kustono et al., 2020) terhadap mahasiswa di Jember menemukan bahwa PU memiliki pengaruh positif terhadap sikap dan kemudian terhadap niat penggunaan *E-wallet* (Kustono et al., 2020). Selanjutnya, riset (Indriyani & Hasyim, 2022) menunjukkan bahwa PU memediasi pengaruh antara pengetahuan keuangan dan dukungan pemerintah terhadap minat menggunakan *E-wallet* di Sulawesi. Penelitian (Migueli et al., 2024) di Yogyakarta juga mengonfirmasi bahwa PU

memiliki pengaruh langsung positif terhadap niat menggunakan *E-wallet*, meskipun PEOU tidak langsung mempengaruhi niat (Migueli et al., 2024). Dengan demikian, semakin tinggi persepsi manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna termasuk aspek efisiensi, kemudahan, dan nilai tambah seperti promo maka semakin besar pula kemungkinan mereka berniat untuk menggunakan *E-wallet*.

2.1.5 Perceived Security & Privacy (SP)

Perceived Security & Privacy merujuk pada persepsi individu terhadap tingkat keamanan dan perlindungan data pribadi yang diberikan oleh suatu sistem teknologi. Dalam konteks *E-wallet*, variabel ini berkaitan dengan kepercayaan pengguna bahwa transaksi digital aman dari penipuan, data pribadi tidak disalahgunakan, serta adanya perlindungan dari ancaman siber. Menurut laporan Bisnis Indonesia (2025), aplikasi *E-wallet* di Indonesia rentan terhadap serangan berbasis AI, termasuk *deepfake* dan bot jahat yang mengancam keamanan data pengguna isu ini membuat pengguna semakin peduli terhadap aspek keamanan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh (Nikhlatu Salma & Permatasari, n.d.) juga menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, yang menandakan bahwa rasa aman merupakan syarat penting bagi Generasi Z untuk tetap menggunakan *E-wallet*. Sebelumnya, penelitian oleh (Khoirun Nisa et al., n.d.)) menemukan bahwa keamanan (*security*) memengaruhi intensi menggunakan *E-wallet* melalui mediasi kepercayaan (*trust*) di kota Malang. Studi oleh Rante & Toii (2023) menunjukkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi *E-wallet DANA*, memperkuat bahwa keamanan bukan hanya aspek teknis namun juga psikologis yang memengaruhi keputusan pengguna. Selain itu, penelitian Utomo & Yasir (2024) melalui model E-Servqual menemukan bahwa aspek *privacy* (perlindungan data pribadi) dan *security* secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna *digital wallet* di Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa dalam era keuangan digital, persepsi keamanan dan privasi menjadi komponen kunci dalam membentuk niat dan keputusan adopsi teknologi pembayaran digital terutama di kalangan pengguna muda yang sangat mempertimbangkan kepercayaan serta integritas data saat memilih layanan keuangan digital.

2.1.6 Trust (Kepercayaan)

Trust atau kepercayaan adalah keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan akan memberikan keamanan, reliabilitas, dan integritas dalam setiap transaksi. Menurut Fred D. Davis (1989) dalam model TAM yang diperluas oleh Viswanath Venkatesh dan kolega, kepercayaan (*trust*) terbentuk dari reputasi penyedia, kualitas layanan, serta kepatuhan pada regulasi yang berlaku. Dalam konteks *E-wallet*, *trust* berarti pengguna yakin bahwa aplikasinya tidak hanya aman digunakan, tetapi juga dikelola oleh perusahaan yang kredibel dan diawasi oleh regulator seperti Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan. Kasus seperti wacana pemblokiran dompet digital yang terindikasi digunakan untuk judi online membuktikan bahwa *trust* dapat menurun apabila penyedia layanan tidak mampu menjaga integritasnya (Infobank, 2024). Sebaliknya, langkah DANA yang menerapkan *Zero Data Sharing Policy* dan sertifikasi ISO 27001:2022 merupakan contoh strategi untuk memperkuat *trust* pengguna (Detik Finance, 2025). Penelitian oleh (Ansori & Nugroho, n.d.) menunjukkan bahwa reputasi, keamanan, dan kustomisasi berdampak positif terhadap *trust*, dan *trust* secara signifikan mempengaruhi niat penerusan penggunaan aplikasi pembayaran *mobile* di Indonesia. Studi oleh (Julia et al., 2024) yang membandingkan pengguna E-wallet di Indonesia dan Malaysia menemukan bahwa *trust* dan kualitas layanan (*e-service quality*) memainkan peran kunci dalam mereuse aplikasi E-wallet. Penelitian oleh (Teja Kusuma Ramadhan & Edy Purwo Saputro, 2024) pada pengguna GoPay di Surakarta juga menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan E-wallet. Oleh karena itu, tanpa adanya kepercayaan yang memadai terhadap penyedia

layanan *E-wallet*, niat pengguna terutama di kalangan generasi muda untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital akan berkurang secara substansial.

2.1.7 Behavioral Intention (BI)

Behavioral Intention (BI) didefinisikan sebagai niat atau kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan di masa depan. Menurut (Ajzen, 1991) dalam *Theory of Planned Behavior*, niat merupakan prediktor utama dari perilaku aktual seseorang. Dalam konteks *E-wallet*, BI merujuk pada sejauh mana pengguna berniat untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital, merekomendasikannya kepada orang lain, atau meningkatkan frekuensi penggunaannya di masa mendatang. Faktor-faktor seperti *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Security*, dan *Trust* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap BI (Davis, 1989; Ajzen, 1991).

Penelitian oleh Primantari, Komaladewi, dan Sihotang (2024) dalam *User Behavioural Intention Model of E-wallet* menemukan bahwa promosi dan risiko privasi secara signifikan memengaruhi niat pengguna E-wallet di Bandung. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menggunakan E-wallet tidak hanya ditentukan oleh persepsi kemudahan dan kegunaan, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti keamanan dan manfaat tambahan. Penelitian Hakim, Afifah, dan Aryotejo (2023) melalui model *Meta-UTAUT* menunjukkan bahwa variabel *Trust*, *Service Smartness*, dan *Anxiety* berpengaruh terhadap BI dalam penggunaan ED-wallet di Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Limanan dan Keni, 2023) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap BI pengguna dompet digital.

Selain itu, (Nandru et al., 2024) menegaskan bahwa *Digital Financial Literacy*, *Facilitating Conditions*, dan *Performance Expectancy* turut mendorong peningkatan BI terhadap penggunaan E-wallet di Indonesia. Sementara itu, penelitian oleh (Tulung, 2022) yang berfokus

pada sektor usaha mikro dan menengah (UMKM) di Manado menemukan bahwa *Effort Expectancy* dan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap BI dalam penggunaan E-wallet di sektor makanan dan minuman. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Behavioral Intention* merupakan konstruk penting dalam memahami minat dan keputusan Generasi Z untuk mengadopsi teknologi E-wallet, yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (seperti kemudahan dan kegunaan) serta faktor eksternal (seperti keamanan, promosi, dan pengaruh sosial).

2.1.8 Actual System Use (ASU)

Actual System Use (ASU) merupakan tahap akhir dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menggambarkan penggunaan nyata suatu sistem teknologi oleh individu. Menurut (Davis, 1989) ASU mencerminkan sejauh mana pengguna benar-benar mengoperasikan sistem setelah memiliki niat penggunaan (*Behavioral Intention*). ASU dapat diukur melalui frekuensi, durasi, intensitas, serta variasi aktivitas yang dilakukan dalam sistem tersebut. Dalam konteks *E-wallet*, ASU mencakup seberapa sering pengguna melakukan transaksi digital, memanfaatkan fitur-fitur seperti pembayaran QRIS, transfer saldo, atau pembelian produk digital, serta menjadikan aplikasi tersebut sebagai alat utama dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Semakin tinggi tingkat penggunaan aktual, semakin besar pula tingkat keberhasilan adopsi teknologi tersebut di masyarakat (Davis, 1989; Chuttur, 2009).

Berbagai penelitian telah menegaskan bahwa *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Actual System Use*. (Sumantri et al., 2023) menemukan bahwa niat penggunaan (*intention to use*) memiliki dampak nyata terhadap penggunaan aktual sistem digital di lingkungan perusahaan di Indonesia, memperkuat validitas hubungan $BI \rightarrow ASU$ dalam model TAM. (Isnaini & Siti Jamilah, 2025) juga mengonfirmasi bahwa pada konteks *E-wallet*, *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap

ASU, namun hubungan ini dapat dimoderasi oleh faktor religiositas yang memengaruhi keputusan pengguna dalam bertransaksi secara digital. Studi (Raya Puspitek et al., 2025) menunjukkan bahwa faktor *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Behavioral Intention* berperan signifikan dalam meningkatkan penggunaan aktual sistem akuntansi digital, menandakan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan tetap menjadi determinan utama ASU.

Sementara itu, (Turner et al., 2010) melalui *systematic literature review* menemukan bahwa hubungan antara niat dan penggunaan aktual tidak selalu konsisten, karena adanya pengaruh faktor eksternal seperti kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), norma sosial, dan kepercayaan terhadap sistem. Dalam konteks pendidikan digital, (Wang et al., 2025) mendefinisikan ASU sebagai “*a key behavioural variable in the TAM, directly reflecting a user’s acceptance and reliance on a system,*” yang berarti bahwa penggunaan aktual mencerminkan penerimaan dan ketergantungan pengguna terhadap sistem teknologi. Berdasarkan temuan tersebut, ASU dapat disimpulkan sebagai indikator utama keberhasilan adopsi teknologi, termasuk pada penggunaan *E-wallet* di kalangan Generasi Z, di mana frekuensi dan konsistensi penggunaan menjadi bukti nyata penerimaan terhadap layanan keuangan digital.

2.2 Model Penelitian

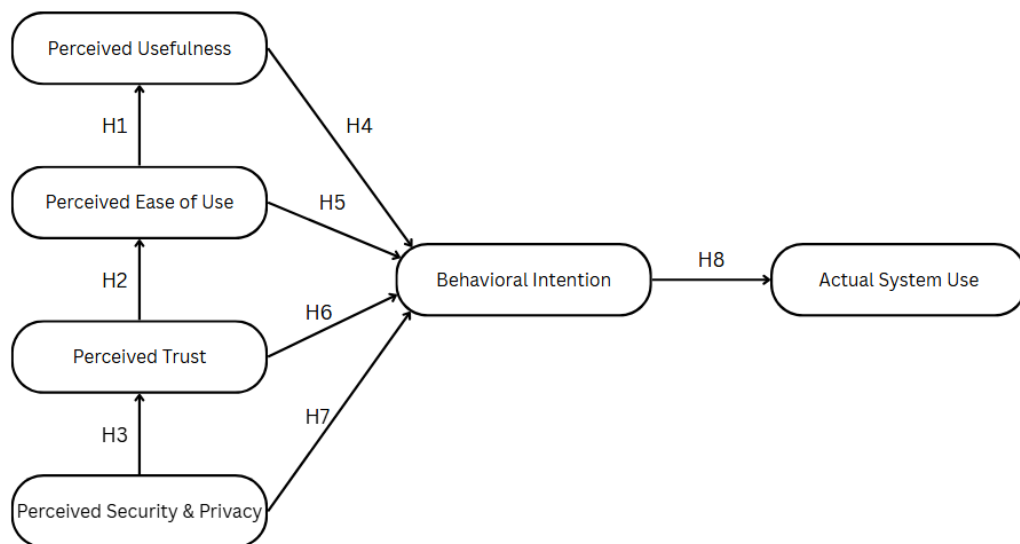
Model penelitian ini mengadaptasi kerangka dari (Nikhlatu Salma & Permatasari, n.d.) yang memperluas *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan menambahkan variabel *Perceived Security* dan *Trust*. Model tersebut menekankan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan *E-wallet* dipengaruhi oleh faktor kemudahan, kegunaan, keamanan, dan kepercayaan, serta pada akhirnya berujung pada perilaku aktual (*actual system use*).

Secara rinci, hubungan antarvariabel dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, *Perceived Ease of Use* memengaruhi *Perceived Usefulness*, karena semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar pula manfaat yang

dirasakan pengguna (Davis, 1989). Kedua, *Perceived Trust* berpengaruh terhadap PEOU, karena pengguna yang percaya pada sistem lebih cenderung merasa nyaman dan mudah dalam menggunakannya. Ketiga, *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Trust*, sebab keamanan yang tinggi meningkatkan keyakinan pengguna terhadap penyedia layanan.

Selanjutnya, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara langsung memengaruhi *Behavioral Intention to Use*. Demikian juga, *Perceived Security* dan *Perceived Trust* memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku. Pada akhirnya, *Behavioral Intention to Use* memengaruhi *Actual System Use*, sesuai dengan teori perilaku Ajzen (1991).

Model ini relevan dengan kondisi di Indonesia, khususnya di Jakarta, di mana Gen Z memiliki tingkat adopsi E-wallet tertinggi, namun tetap mempertimbangkan aspek keamanan dan kepercayaan dalam penggunaan teknologi keuangan digital.



Gambar 2.1 Framework Penelitian
Sumber: Salma & Permatasari (2025)

2.3 Hipotesis

Berdasarkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 2.1, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.3.1 H1: Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Ease of Use* (PEOU) diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan bebas dari kesulitan (Davis, 1989). Sementara itu, *Perceived Usefulness* (PU) menggambarkan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Hubungan antara keduanya dijelaskan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan suatu sistem secara langsung memengaruhi persepsi terhadap kegunaannya. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna menilai bahwa sistem tersebut memberikan manfaat yang signifikan dalam aktivitasnya.

Penelitian (Mutahar et al., 2018) menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap PU dalam konteks *mobile banking*, menandakan bahwa persepsi kemudahan memperkuat persepsi kegunaan. Hasil serupa ditemukan oleh Alharbi dan Drew (2014) pada studi e-learning, di mana PEOU terbukti berkontribusi besar terhadap pembentukan PU. Selanjutnya, studi oleh Saha, Roy, dan Ray (2025) menunjukkan bahwa dalam sektor digital, hubungan PEOU terhadap PU bersifat kuat dan signifikan karena kemudahan antarmuka meningkatkan persepsi manfaat penggunaan sistem. Penelitian lain oleh (Al-Emran & Granić, 2021) juga menegaskan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kegunaan dalam konteks teknologi pendidikan. Selain itu, Salma dan Permatasari (2025) membuktikan bahwa pada konteks *E-wallet*, PEOU berpengaruh positif terhadap PU di kalangan Generasi Z, di mana semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap manfaat layanan tersebut.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, hubungan antara PEOU dan PU bersifat konsisten di berbagai konteks penelitian. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diajukan: *Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness*.

2.3.2 H2: Perceived Trust berpengaruh positif terhadap Perceived Ease of Use.

Dalam konteks adopsi teknologi, *Perceived Trust* menggambarkan sejauh mana pengguna memiliki keyakinan bahwa sistem atau penyedia layanan digital dapat diandalkan, aman, dan bertanggung jawab dalam mengelola data serta transaksi mereka (Li, 2016). Kepercayaan ini berperan penting karena dapat mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Hubungan antara *Perceived Trust* (PT) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) dapat dijelaskan melalui aspek psikologis: ketika pengguna mempercayai suatu teknologi, mereka cenderung merasa lebih nyaman dan menganggap sistem tersebut lebih mudah digunakan.

Penelitian oleh (Al-Debei et al., 2015) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dalam konteks *mobile banking* di Yordania. Hasil serupa dikemukakan oleh Pavlou (2003), yang menemukan bahwa kepercayaan menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan persepsi kemudahan pada sistem transaksi daring. Selain itu, penelitian oleh (Khoirun Nisa et al., n.d.) di Indonesia menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *ease of use* dalam penggunaan *E-wallet*, terutama melalui mediasi persepsi keamanan dan kenyamanan pengguna. Studi lain oleh (Eka Prasetya et al., 2023) juga menguatkan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan sistem berdampak pada persepsi kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan dompet digital. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Nikhlatu Salma & Permatasari, n.d.) yang membuktikan bahwa *perceived trust* memiliki hubungan positif dengan

perceived ease of use di kalangan Generasi Z, karena rasa aman dan percaya membuat pengguna lebih yakin bahwa sistem mudah dipahami dan dioperasikan.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem digital akan memperkuat persepsi kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi. Oleh karena itu, diajukan hipotesis kedua (H2): *Perceived Trust berpengaruh positif terhadap Perceived Ease of Use*.

2.3.3 H3: Perceived Security & Privacy berpengaruh positif terhadap Perceived Trust.

Perceived Security & Privacy (PSP) merujuk pada sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem digital mampu menjaga kerahasiaan data pribadi serta melindungi mereka dari potensi penyalahgunaan informasi atau ancaman siber (Salisbury et al., 2001). Dalam konteks layanan keuangan digital seperti *E-wallet*, keamanan (*security*) dan privasi (*privacy*) merupakan dua elemen penting yang secara langsung memengaruhi *Perceived Trust* (PT). Pengguna yang merasa data pribadinya terlindungi dan transaksi mereka aman akan lebih cenderung mempercayai penyedia layanan. Sebaliknya, pelanggaran keamanan, kebocoran data, atau penyalahgunaan informasi dapat menurunkan kepercayaan pengguna terhadap sistem.

Menurut (Kim et al., 2008) *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap *trust*, karena persepsi keamanan menciptakan keyakinan bahwa platform dapat diandalkan. Penelitian oleh (Flavián & Guinalíu, 2006) menambahkan bahwa perlindungan privasi menjadi faktor utama pembentuk kepercayaan pelanggan terhadap layanan daring. Dalam konteks perbankan digital, Cheng, Lam, dan Yeung (2006) menemukan bahwa keamanan data dan kebijakan privasi yang jelas meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem perbankan elektronik. Di Indonesia, penelitian Nisa dan Solekah (2022) menunjukkan bahwa variabel *security*

dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada pengguna *E-wallet*, karena rasa aman dan perlindungan data menjadi dasar kepercayaan terhadap penyedia layanan. Penelitian Rante dan Toii (2023) juga menguatkan temuan tersebut, di mana pengguna *DANA E-wallet* dengan persepsi keamanan tinggi cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih besar terhadap aplikasi.

Selain itu, Salma dan Permatasari (2025) menegaskan bahwa bagi Generasi Z, perlindungan privasi dan keamanan data pribadi merupakan faktor penting dalam membangun *trust* terhadap layanan keuangan digital. Semakin tinggi tingkat keamanan dan privasi yang dirasakan, semakin besar pula keyakinan pengguna terhadap kredibilitas dan integritas penyedia layanan. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, diajukan hipotesis ketiga (H3): *Perceived Security & Privacy berpengaruh positif terhadap Perceived Trust*.

2.3.4 H4: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Perceived Usefulness (PU) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata (Davis, 1989). Dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM), PU merupakan determinan utama yang secara langsung memengaruhi *Behavioral Intention to Use* (BI), yakni niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh & Davis, 2000). Hubungan ini didasarkan pada asumsi bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari suatu sistem, semakin kuat pula niat mereka untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Dalam konteks *E-wallet*, pengguna yang meyakini bahwa aplikasi dapat meningkatkan efisiensi, menghemat waktu, dan memberikan nilai tambah seperti promo atau kemudahan transaksi akan lebih cenderung memiliki niat tinggi untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Penelitian oleh Aboelmaged dan Gebba (2013) menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BI dalam konteks adopsi layanan *mobile banking*. Hasil serupa dikemukakan oleh Chauhan dan Shah (2023), yang menemukan bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor utama dalam mendorong minat penggunaan *digital payment systems* di kalangan pengguna muda. Penelitian di Indonesia oleh Rahmawati, Setiawan, dan Putra (2024) juga menegaskan bahwa PU merupakan prediktor kuat terhadap niat penggunaan *E-wallet*, karena manfaat praktis seperti efisiensi dan aksesibilitas menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Selain itu, Limanan dan Keni (2023) membuktikan bahwa pengguna *E-wallet* di Indonesia memiliki intensi yang tinggi untuk menggunakan aplikasi ketika mereka merasa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata dalam kehidupan finansial mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Salma dan Permatasari (2025), yang menemukan bahwa PU berpengaruh positif signifikan terhadap BI di kalangan Generasi Z, memperkuat peran manfaat yang dirasakan sebagai pendorong utama adopsi *E-wallet*.

Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna terhadap suatu teknologi, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Berdasarkan temuan empiris tersebut, diajukan hipotesis keempat (H4): *Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use*.

2.3.5 H5: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use.

Perceived Ease of Use (PEOU) merupakan persepsi individu mengenai tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem teknologi tanpa memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), PEOU dianggap sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use* (BI), yaitu niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh & Davis, 2000). Hubungan

antara kedua variabel ini dijelaskan melalui logika bahwa ketika suatu sistem dianggap mudah digunakan, pengguna akan lebih cenderung berniat untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan dapat menciptakan pengalaman positif, mengurangi hambatan teknis, serta meningkatkan kepercayaan diri pengguna dalam mengoperasikan teknologi digital seperti *E-wallet*.

Penelitian oleh Aboelmaged dan Gebba (2013) menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam konteks *mobile banking*, di mana kemudahan antarmuka dan kepraktisan sistem meningkatkan minat pengguna untuk bertransaksi secara digital. Hasil serupa ditemukan oleh Alalwan, Dwivedi, dan Rana (2017) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi besar terhadap niat penggunaan teknologi keuangan digital (*fintech*), terutama pada generasi muda yang terbiasa dengan interaksi berbasis aplikasi. Penelitian di Indonesia oleh Haedar dan Gunanto (2023) memperkuat temuan tersebut, di mana PEOU terbukti berpengaruh signifikan terhadap BI pada pengguna *E-wallet* dari Generasi Y dan Z, karena mereka lebih responsif terhadap aplikasi yang intuitif dan user-friendly. Selain itu, Monica dan Japariato (2023) juga menemukan bahwa PEOU tidak hanya berpengaruh langsung terhadap BI, tetapi juga secara tidak langsung melalui *perceived enjoyment*, menunjukkan bahwa kemudahan menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan minat penggunaan. Penelitian Salma dan Permatasari (2025) pun menegaskan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu pendorong utama niat Generasi Z dalam menggunakan *E-wallet*, karena aplikasi yang mudah digunakan dianggap lebih praktis dan efisien dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Berdasarkan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam mendorong niat adopsi teknologi. Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) diajukan: *Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use*.

2.3.6 H6: Perceived Trust berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use.

Perceived Trust (PT) didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa suatu sistem atau penyedia layanan teknologi akan bertindak secara andal, aman, dan berintegritas dalam menjalankan fungsinya (Gefen et al., 2003). Dalam konteks teknologi keuangan digital seperti *E-wallet*, kepercayaan menjadi elemen kunci yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use* (BI), karena pengguna hanya akan berniat menggunakan layanan jika mereka merasa yakin terhadap keamanan dan kredibilitas penyedia layanan. *Trust* juga berfungsi sebagai mekanisme psikologis untuk mengurangi persepsi risiko serta meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi digital.

Menurut Pavlou (2003), kepercayaan memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan sistem berbasis daring, karena pengguna yang percaya terhadap platform akan lebih mudah menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian oleh Alalwan, Dwivedi, dan Rana (2017) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam konteks *mobile banking*, di mana rasa percaya terhadap sistem dan lembaga penyedia layanan meningkatkan minat penggunaan. Penelitian Julia, Saufi, dan Buana Sakti (2023) juga menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ulang (*reuse intention*) aplikasi *E-wallet* di Indonesia dan Malaysia, menandakan bahwa pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih setia dan berniat terus menggunakan layanan tersebut. Selain itu, Ramadhan dan Saputro (2024) menunjukkan bahwa *trust* menjadi faktor dominan yang memengaruhi *behavioral intention* pengguna *GoPay* di Surakarta, karena persepsi keandalan dan keamanan sistem meningkatkan keyakinan pengguna. Penelitian Salma dan Permatasari (2025) juga memperkuat hubungan ini dengan menunjukkan bahwa *perceived trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* Generasi Z dalam

menggunakan *E-wallet*, yang berarti semakin tinggi kepercayaan terhadap layanan, semakin besar pula niat pengguna untuk mengadopsinya.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan terhadap penyedia layanan berperan penting dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan teknologi keuangan digital. Oleh karena itu, hipotesis keenam (H6) diajukan: *Perceived Trust berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use*.

2.3.7 H7: Perceived Security & Privacy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use.

Perceived Security & Privacy (SP) didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem digital mampu melindungi data pribadi dan transaksi mereka dari potensi risiko, penipuan, maupun akses tidak sah (Salisbury et al., 2001). Dalam konteks adopsi teknologi keuangan digital seperti *E-wallet*, persepsi keamanan memainkan peran penting dalam membentuk *Behavioral Intention to Use* (BI), karena pengguna hanya akan berniat menggunakan suatu layanan apabila mereka merasa sistem tersebut aman dan terpercaya. Rasa aman menciptakan keyakinan psikologis yang mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan keinginan untuk terus menggunakan layanan.

Menurut Kim, Ferrin, dan Rao (2008), persepsi keamanan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan karena rasa aman meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian dalam transaksi elektronik. Hasil penelitian oleh Flavián dan Guinalíu (2006) juga menegaskan bahwa sistem dengan perlindungan data yang baik mampu meningkatkan niat pengguna untuk berinteraksi secara daring. Di Indonesia, penelitian Nisa dan Solekah (2022) menemukan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *E-wallet*, karena perlindungan data dan keamanan transaksi menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk tetap menggunakan

aplikasi. Studi yang dilakukan oleh Rante dan Toii (2023) menunjukkan bahwa keamanan sistem *DANA E-wallet* berpengaruh langsung terhadap niat penggunaan, di mana semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, semakin kuat niat pengguna untuk terus bertransaksi. Selain itu, penelitian Salma dan Permatasari (2025) juga mengonfirmasi bahwa *perceived security* berperan penting dalam membentuk niat Generasi Z untuk menggunakan *E-wallet*, karena keamanan menjadi faktor utama dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap layanan digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keamanan sistem merupakan aspek krusial yang mendorong pengguna untuk berniat menggunakan teknologi keuangan digital. Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut, hipotesis ketujuh (H7) diajukan: *Perceived Security berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention to Use*.

2.3.8 H8: Behavioral Intention to Use berpengaruh positif terhadap Actual System Use.

Behavioral Intention to Use (BI) menggambarkan sejauh mana individu memiliki niat untuk menggunakan suatu teknologi dalam aktivitasnya di masa mendatang (Ajzen, 1991). Niat ini berfungsi sebagai prediktor utama dari perilaku aktual, yang dalam konteks teknologi disebut sebagai *Actual System Use* (ASU), yaitu tingkat penggunaan nyata dari suatu sistem oleh individu (Venkatesh & Davis, 2000). Hubungan antara BI dan ASU telah dikonfirmasi dalam berbagai penelitian berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin besar kemungkinan mereka benar-benar menggunakannya secara nyata.

Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989) menjelaskan bahwa *behavioral intention* merupakan variabel perantara yang menjembatani persepsi individu terhadap teknologi dengan tindakan penggunaan aktual. Temuan serupa dikemukakan oleh Venkatesh dan Bala (2008), yang menegaskan bahwa BI

merupakan faktor paling konsisten dalam memprediksi ASU di berbagai konteks teknologi, termasuk sistem informasi, *e-learning*, dan layanan digital. Dalam konteks keuangan digital, penelitian Chauhan dan Shah (2023) menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual di kalangan generasi muda, menandakan adanya keselarasan antara intensi dan perilaku. Penelitian di Indonesia oleh Prasetya dan Shuhidan (2023) juga menemukan bahwa BI berpengaruh positif terhadap ASU pengguna *E-wallet*, di mana semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi, semakin sering mereka benar-benar melakukan transaksi digital. Selain itu, Salma dan Permatasari (2025) membuktikan bahwa BI memiliki pengaruh langsung terhadap ASU pada pengguna *E-wallet* dari Generasi Z, menunjukkan bahwa niat yang kuat mendorong perilaku penggunaan yang konsisten dan berulang.

Berdasarkan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* merupakan faktor penentu utama dalam penggunaan aktual teknologi keuangan digital. Oleh karena itu, hipotesis kedelapan (H8) diajukan: *Behavioral Intention to Use berpengaruh positif terhadap Actual System Use*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil penelitian yang relevan
1	Kevin Tamaela dkk. (2025)	<i>Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Generasi Z dalam Penggunaan E-Wallet di Kota Ambon</i>	Menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> dan minat penggunaan e-wallet pada Gen Z, sehingga kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi kegunaan.

No	Peneliti	Judul	Hasil penelitian yang relevan
2	Salma, S. N., & Permatasari, D. (2025)	<i>Investigating E-Wallet Adoption Among Gen Z Students</i>	Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, dan perceived trust berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention menggunakan e-wallet pada mahasiswa Gen Z.
3	Fadhil Syafa Baihaqi1 & Muhammad Azhari, S.E., MAB2 (2025)	<i>PERSEPSI PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI Z DI BANDUNG BERDASARKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)</i>	Perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention, dan behavioral intention berpengaruh signifikan terhadap actual usage generasi Z di Bandung dalam menggunakan e-wallet.
4	Novemy Triyandari Nugroho & Sundari (2025)	<i>Kepuasan Pengguna E-Wallet: Studi pada Generasi Z di Era Digital</i>	Perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived security berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna e-wallet generasi Z, dengan perceived ease of use sebagai faktor yang paling dominan.
5	Shafiq Haedar & Endy Gunanto Marsasi (2025)	<i>How Perceived Usefulness, Ease of Use, and Quality Affect E-Wallet Intention in Gen Y and Z: A TAM Perspective</i>	Perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap intention to use e-wallet pada Gen Y dan Gen Z, dan kualitas layanan memperkuat niat tersebut.
6	Febrianus David Dagang Kerans, Umi Widyastuti, & Meta Bara Berutu (2024)	<i>Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Security terhadap Continuance Intention</i>	Perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived security berpengaruh positif signifikan terhadap trust; trust kemudian berpengaruh positif terhadap continuance intention

No	Peneliti	Judul	Hasil penelitian yang relevan
		<i>melalui Trust</i>	menggunakan e-wallet.
7	Machmudin Eka Prasetya, & Shuhaida Mohamed Shuhidan (2023)	<i>Security, Risk and Trust in E-Wallet Payment Systems: Empirical Evidence from Indonesia</i>	Perceived security berpengaruh positif signifikan terhadap trust, perceived risk berpengaruh negatif terhadap trust, dan trust berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention menggunakan e-wallet.
8	Roby Sambung, Danes Jaya Negara, & Nor Afita Saidah Fatimah (2023)	<i>PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED SECURITY TERHADAP USE TO E-WALLET DENGAN BEHAVIORAL INTENTION SEBAGAI MEDIASI</i>	Perceived usefulness dan perceived security berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention, dan behavioral intention berpengaruh signifikan terhadap use of e-wallet sehingga memediasi pengaruh keduanya.
9	Gina Oktavia Surbakti, Paham Ginting, & Endang Sulistya Rini (2023)	<i>THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED SECURITY AND E-TRUST ON USER SATISFACTION</i>	Perceived ease of use, perceived security, dan e-trust berpengaruh positif signifikan terhadap user satisfaction dalam penggunaan e-wallet.
10	Azzahra Lintang Zuniatami & Arya Samudra Mahardhika (2025)	<i>The Role of Perceived Security in E-Wallet Adoption Using TAM Among Generation Z</i>	Perceived security, perceived ease of use, dan perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention generasi Z dalam mengadopsi e-wallet berdasarkan model TAM.
11	Aulia Alka Riza & Addin Aditya (2024)	<i>Evaluating the Impact of Trust and Security on E-Wallet Adoption: Insights from the UTAUT2 Model in Indonesia</i>	Trust dan perceived security berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention mengadopsi e-wallet, bersama dengan konstruk lain dalam UTAUT2.

No	Peneliti	Judul	Hasil penelitian yang relevan
12	Bayu Wiratama, Made Virma Permana, Wahyono, & Angga Pandu Wijaya (2024)	<i>Penggunaan Ulang E-Wallet: Menguji Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust</i>	Perceived ease of use dan perceived security berpengaruh positif signifikan terhadap trust, dan trust berpengaruh signifikan terhadap intention to reuse/penggunaan ulang e-wallet.

