

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model teori yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) merupakan teori yang menjelaskan mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh seseorang dalam organisasi. UTAUT merupakan model teori yang diciptakan dari kebutuhan yang menyatukan beberapa teori penerimaan teknologi yang sebelumnya terpisah dan saling bersaing satu sama lain. UTAUT merupakan hasil penggabungan dari delapan model penerimaan teknologi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku dari penggunaan teknologi oleh individu.

Model UTAUT memiliki struktur yang terdiri dari empat determinan utama yang mempengaruhi niat perilaku dan penggunaan teknologi, yaitu diantaranya *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) yang mengukur seberapa jauh seseorang mempercayai bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaan. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) merupakan alat untuk mengukur tingkat kemudahan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi. *Social influence* (pengaruh sosial) untuk mengukur persepsi seseorang bahwa pengaruh dari orang lain disekitar dapat mendorong penggunaan teknologi, dan *facilitating conditions* (kondisi pendukung) merupakan alat untuk mengukur keyakinan individu dari adanya infrastruktur organisasi dan hal-hal yang mendukung penggunaan suatu sistem.

Model UTAUT merupakan model teori yang berbeda dengan model-model sebelumnya, adanya peran penting terhadap empat variabel

moderator yaitu *gender* (jenis kelamin), *age* (usia), *experience* (pengalaman), dan *voluntariness of use* (kesukarelaan penggunaan). Keempat variabel ini berpengaruh terhadap hubungan antara determinan utama dengan niat dan perilaku penggunaan teknologi. Model UTAUT memiliki keunggulan dalam menjelaskan hingga 70% varian dalam penggunaan teknologi lebih tinggi dibandingkan dengan model-model sebelumnya yang hanya menjelaskan 17-53% varian saja, hal ini menjadikannya alat yang sangat bermanfaat untuk meneliti adanya kemungkinan keberhasilan dalam pengenalan dan penggunaan teknologi baru oleh seseorang.

2.1.2 E-Wallet

Beberapa definisi *e-wallet* menurut para ahli. Menurut Ramli & Hamzah (2021), *e-wallet* merupakan suatu platform berbasis perangkat seluler yang memberikan fasilitas pembayaran yang dilakukan secara non-tunai dari transaksi penjualan baik dari jarak dekat maupun jarak jauh antara pembeli dan penjual. Menurut Izzah et al. (2021) dalam Nurmalasari et al. (2025), *e-wallet* merupakan suatu alat elektronik atau layanan secara online yang memungkinkan seseorang melakukan transaksi secara elektronik, memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menyimpan uang dan melakukan transaksi dengan berbagai tujuan, termasuk pembayaran tagihan dan pulsa, pembelian makanan, tiket transportasi, dan layanan lainnya. Menurut Phuong et al. (2020), *e-wallet* adalah dompet virtual yang memungkinkan para pelanggan untuk mengisi saldo ke akun mereka yang terdaftar pada penyedia layanan dompet digital dan dapat menggunakannya untuk melakukan transaksi secara online maupun offline guna untuk membayar barang dan jasa.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *e-wallet*, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* merupakan dompet digital yang memerlukan koneksi internet dalam penggunaannya. *E-wallet* juga merupakan alat pembayaran yang praktis dan mudah digunakan,

sehingga tidak perlu membawa uang tunai dan kartu fisik. Setiap orang yang ingin melakukan transaksi atau pembayaran dengan *e-wallet* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan smartphone, dan sesuai dengan gaya hidup modern yang serba praktis dan efisien. *E-wallet* menawarkan keamanan yang lebih terjamin kepada para penggunanya dengan adanya sistem perlindungan ganda seperti PIN, OTP, dan biometrik untuk memastikan bahwa hanya pemilik akun *e-wallet* tersebut yang dapat mengakses, dengan adanya sistem keamanan ini akan mengurangi adanya penipuan ataupun kebocoran data pribadi pengguna dari kejahatan siber.

2.1.3 Performance Expectancy

Beberapa definisi *performance expectancy* menurut para ahli. Menurut Venkatesh et al. (2003), *performance expectancy* merujuk pada sejauh mana seseorang memperkirakan bahwa penggunaan dari suatu sistem akan membantu diri mereka dalam mencapai peningkatan kinerja pada suatu pekerjaan. Menurut (Min et al., 2008; Jambulingam, 2013) dalam Sair & Danish (2018), *performance expectancy* merupakan persepsi individu bahwa dengan adanya penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja dalam diri seseorang terhadap suatu pekerjaan. Menurut Thusi & Maduku (2020), *performance expectancy* adalah keyakinan dan kepercayaan konsumen bahwa suatu sistem teknologi bermanfaat dan memberikan keuntungan dari penggunaannya.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *performance expectancy*, dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* diperlukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan *e-wallet*, apakah setelah digunakan dapat meningkatkan kinerja atau keuntungan dalam melakukan transaksi, hal ini berpengaruh pada niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet*. *Performance expectancy* menjadi faktor yang penting terhadap niat perilaku seseorang dikarenakan ekspektasi kinerja yang positif akan

meyakinkan pengguna bahwa *e-wallet* akan memudahkan seseorang dalam melakukan transaksi sehari-hari. *Performance expectancy* mengevaluasi seberapa besar manfaat yang dirasakan pengguna dari penggunaan *e-wallet* yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang dan keputusannya untuk menggunakan teknologi ini pada aktivitas finansial sehari-hari seseorang. Pada penelitian ini *performance expectancy* merujuk pada penelitian Thusi & Maduku (2020) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* merupakan keyakinan dan kepercayaan konsumen bahwa dari penggunaan sistem teknologi seperti melakukan transaksi dengan sistem pembayaran digital *e-wallet* LinkAja dapat membawa manfaat dan keuntungan dari penggunaannya.

2.1.4 Effort Expectancy

Beberapa definisi *effort expectancy* menurut para ahli. Menurut Venkatesh et al. (2003) menyatakan *effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang memiliki kaitan dengan penggunaan suatu sistem. Menurut Attuquayefio & Addo (2014), *effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan pengguna dari menggunakan suatu sistem. Menurut Catherine et al. (2017), *effort expectancy* adalah jumlah upaya yang dibutuhkan oleh seseorang untuk menggunakan suatu sistem, meskipun sistem tersebut terlihat rumit maupun sederhana.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *effort expectancy*, dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* dibutuhkan dalam penelitian yang penulis lakukan, dikarenakan *effort expectancy* dapat mempengaruhi niat perilaku penggunaan *e-wallet*. Pengguna dianggap memiliki niat yang tinggi saat menggunakan *e-wallet* jika mereka merasa bahwa proses penggunaan pada sistem tersebut dapat memudahkan mereka dan tidak memerlukan usaha yang besar. *Effort expectancy* juga menjelaskan bahwa persepsi ini dapat mendorong dan mendukung intensi pengguna untuk menggunakan *e-wallet* dalam jangka waktu yang panjang, semakin sedikit usaha yang dilakukan oleh

pengguna untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* maka akan semakin besar juga niat pengguna untuk memakai layanan sistem pembayaran dengan *e-wallet*.

Variabel *effort expectancy* memiliki peran sebagai salah satu prediktor yang memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hal ini berperan penting dalam memahami faktor-faktor yang memotivasi penggunaan *e-wallet* sebagai alternatif transaksi digital. Pada penelitian ini *effort expectancy* merujuk pada penelitian Venkatesh et al. (2003) yang menyatakan *effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang memiliki kaitan dengan penggunaan suatu sistem pembayaran aplikasi *e-wallet* LinkAja.

2.1.5 Social Influence

Beberapa definisi *social influence* menurut para ahli. Menurut Purani (2019); Zhou (2016) *social influence* merupakan pemahaman dari cara pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang dalam memberikan respons pada lingkungan sosialnya, seperti kecenderungan untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan perilaku orang lain, mengikuti aturan sosial, dan mematuhi figur otomatis. Menurut Venkatesh et al. (2003), *social influence* adalah keyakinan dan kepercayaan individu terhadap saran yang diberikan oleh orang lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sistem baru atau tidak. Menurut French & Raven (1959); Kelman (1958), *social influence* adalah perubahan pada pikiran, perasaan, sikap, atau perilaku seseorang yang merupakan hasil dari interaksi yang dilakukan dengan orang lain maupun kelompok yang dipandang sama atau ahli.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *social influence*, dapat disimpulkan bahwa *social influence* dibutuhkan untuk mengetahui niat perilaku penggunaan *e-wallet*, adanya rekomendasi dan persuasi yang dilakukan oleh orang-orang terdekat seperti keluarga,

teman, dan saudara akan memotivasi dan menggerakkan seseorang untuk ikut menggunakan teknologi tersebut. *Social influence* akan menunjukkan seberapa besar pengaruh pikiran dan perilaku lingkungan sosial dalam mengambil keputusan penggunaan aplikasi *e-wallet*, keberadaan seseorang dalam lingkungan sosial dapat memperkuat atau memperlemah niat perilaku penggunaan *e-wallet* tersebut. Dengan adanya *social influence*, menunjukkan kepada penulis mengenai faktor lingkungan dan norma sosial dapat memberikan perubahan niat dan perilaku dari penggunaan aplikasi *e-wallet*. Pada penelitian ini *social influence* merujuk pada penelitian Venkatesh et al. (2003) yang menunjukkan bahwa *social influence* merupakan keyakinan dan kepercayaan individu terhadap saran yang diberikan oleh orang lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sistem baru atau tidak, hal ini berlaku pada orang lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk ingin menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* LinkAja atau tidak.

2.1.6 Facilitating Conditions

Beberapa definisi *facilitating conditions* menurut para ahli. Menurut Phichitchaisopa & Naenna (2013), *facilitating conditions* adalah suatu kondisi yang mencakup konsep kontrol perilaku yang telah direncanakan dan teori perilaku, hal ini melibatkan keadaan yang dipercayai oleh seseorang untuk mendukung setiap kegiatan yang sedang dilakukannya. Menurut Venkatesh et al. (2003), *facilitating conditions* merupakan tingkat kepercayaan seorang individu bahwa keberadaan suatu organisasi dan sarana dapat mendukung penggunaan sistem teknologi. Menurut Kurt & Tingöy (2017), *facilitating conditions* merupakan keyakinan dan kepercayaan yang dirasakan oleh pengguna terhadap lingkungan belajar virtual sebagai suatu sistem yang memudahkan dan efektif dengan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung penggunaannya.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *facilitating conditions*, dapat disimpulkan bahwa *facilitating conditions* dapat menunjukkan sejauh mana seseorang percaya bahwa ada sarana yang mendukung dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga adanya faktor ini dapat memberikan efisiensi dan kemudahan seseorang dalam menggunakan sistem yang akan terpicu pada niat pengguna. *Facilitating conditions* berperan penting dikarenakan sebagai faktor sumber daya dan dukungan perangkat teknologi dan koneksi internet, sehingga meningkatkan pandangan positif dan motivasi seseorang terhadap penggunaan *e-wallet*. Selain itu, penulis juga dapat mengidentifikasi faktor yang mempermudah atau menghambat penggunaan *e-wallet* setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Pada penelitian ini *facilitating conditions* merujuk pada penelitian Venkatesh et al. (2003), yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* adalah tingkat kepercayaan seorang individu bahwa keberadaan suatu organisasi dan prasarana dapat mendukung mereka dalam menggunakan sistem pembayaran digital seperti *e-wallet*.

2.1.7 Trust

Menurut Zhang et al. (2018), *trust* merupakan keyakinan seseorang terhadap integritas, kebajikan, kompetensi, keterampilan, dan kemampuan terhadap orang lain. Menurut Kim & Garrison (2009); Pavlou (2003) *trust* merupakan perasaan yakin seseorang bahwa mereka dapat mempercayai dan mengandalkan komitmen yang telah dibuat oleh orang lain. Menurut Namahoot & Laohavichien (2016) *trust* adalah keterampilan, pengetahuan, serta kemampuan dari suatu penyedia layanan dalam meyakinkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan *trust*, dapat disimpulkan bahwa *trust* memiliki pengaruh dalam menentukan niat perilaku konsumen terhadap penggunaan aplikasi *e-wallet*, semakin tinggi rasa percaya seseorang maka akan semakin meningkat

kepercayaannya dalam menggunakan suatu layanan atau sistem, dan jika tingkat kepercayaan konsumen rendah, maka niat terhadap penggunaan suatu sistem juga akan menurun. *Trust* menjadi pemegang kunci dalam membentuk niat pengguna dikarenakan kepercayaan menyertakan keyakinan seseorang untuk mempertimbangkan diri menggunakan aplikasi *e-wallet* yaitu mengenai keamanan bertransaksi, perlindungan privasi, serta citra dari penyedia layanan dan sistem yang secara keseluruhan dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan aplikasi *e-wallet*. Selain itu, *trust* mempengaruhi sikap dan pikiran positif pengguna terhadap sistem pembayaran *e-wallet*, apabila seseorang merasa percaya terhadap layanan yang digunakan, maka sikap dan pikiran mereka juga akan positif, hal ini dapat mendorong niat penggunaan *e-wallet* yang semakin tinggi. Pada penelitian ini *trust* merujuk pada penelitian Zhang et al. (2018), yang menunjukkan bahwa *trust* merupakan keyakinan seseorang terhadap integritas, kebajikan, kompetensi, keterampilan, dan kemampuan terhadap orang lain. Dalam konteks penelitian yang dilakukan oleh penulis, *trust* menjadi faktor yang penting agar pengguna percaya bahwa terdapat manfaat dan keuntungan dari pemakaian sistem pembayaran *e-wallet* LinkAja.

2.1.8 Perceived Risk

Beberapa definisi *perceived risk* menurut para ahli. Menurut (Brewer, 2004), (Slovic, 2016) dalam Srirajakulendra & Medis (2022), *perceived risk* dapat didefinisikan sebagai penilaian subjektif yang dilakukan oleh setiap individu terhadap karakteristik dan tingkat resiko tertinggi yang dirasakan oleh seseorang. Menurut Rewah et al. (2022), menyebutkan bahwa *perceived risk* didefinisikan sebagai pandangan dari sisi konsumen mengenai kerugian dan dampak negatif subjektif yang tidak sesuai dengan keadaan yang akan dialami oleh konsumen. Menurut Sandy & Firdausy (2021), mengatakan *perceived risk* adalah ketidakpercayaan yang dirasakan oleh konsumen saat mereka membeli

suatu produk terutama saat produk tersebut memiliki harga yang sangat mahal.

Menurut Littler & Melanthiou (2006), mengidentifikasikan bahwa *perceived risk* memiliki enam dimensi utama yang dirasakan, diantaranya adalah *financial risk*, *performance risk*, *time risk*, *social risk*, *psychological risk*, dan *security risk*, uraiannya adalah sebagai berikut:

- a. *Financial Risk* menurut Kuisma et al. (2007) adalah kemungkinan dari hasil dan tindakan yang dapat membawa kerugian finansial terhadap konsumen melalui hilangnya uang pada saat melakukan transaksi atau mentransfer uang melalui internet. Menurut M. Lee (2009) *financial risk* merupakan potensi kerugian moneter yang merupakan akibat adanya kesalahan transaksi atau penyalahgunaan pada rekening bank. Menurut Hanafizadeh (2012) *financial risk* merupakan kesalahan seseorang dalam memasukkan spesifikasi transaksi seperti nomor rekening, jumlah uang, dan tak terkendali terhadap rekening pribadi.
- b. *Performance Risk* menurut M. Lee (2009) merupakan kerugian yang muncul akibat adanya kekurangan atau gangguan yang terjadi pada situs web perbankan internet. Menurut Littler & Melanthiou (2006) *performance risk* adalah kerugian yang dirasakan konsumen saat uang tidak ditransfer dengan tepat waktu, dan para nasabah yang mengalami kesulitan saat mengakses halaman web perbankan dan tidak mendapatkan pelayanan yang baik dan cukup mengenai web baru atau solusi yang diminta oleh konsumen. Menurut Kuisma et al. (2007) *performance risk* adalah kerugian yang dirasakan konsumen disebabkan karena adanya kekurangan pada situs web pembayaran melalui internet.
- c. *Time Risk* menurut Hanafizadeh (2012) adalah lama waktu yang dihabiskan oleh konsumen saat melakukan transaksi melalui sistem pembayaran elektronik. Menurut Demirdogen et al. (2010) *time risk* adalah kondisi dimana nasabah harus menghabiskan banyak waktu

untuk mempelajari dan memperdalam cara mengakses situs dan layanan sistem pembayaran melalui internet. Lalu, menurut Littler & Melanthiou (2006) mengatakan bahwa *time risk* adalah kemungkinan nasabah kehilangan waktu dalam melakukan transaksi yang salah, memasukkan data dan informasi yang dibutuhkan, serta menunggu respon dari situs pembayaran digital, server internet, kecepatan unduh, dan sebagainya.

- d. *Social Risk* menurut Murray & Schlacter (1990) adalah kemungkinan seseorang merendahkan martabat dan kepentingan orang lain, yang mengacu pada kemungkinan dari penggunaan sistem pembayaran digital akan berdampak adanya ketidaksetujuan dari lingkungan sosial seperti keluarga dan teman. Adanya pikiran positif dan negatif dari anggota keluarga dan teman tentang sistem pembayaran digital akan berdampak pada sikap penggunaan sistem pembayaran digital tersebut, dan tidak berkomunikasi dengan petugas bank dapat meningkatkan pengguna sistem perbankan digital khawatir. Menurut M. Lee (2009); Littler & Melanthiou (2006) *social risk* merupakan risiko yang dapat muncul karena adanya opini negatif dari lingkungan pertemanan, keluarga, maupun pekerjaan. Persepsi yang diberikan orang sekitar memberikan dampak positif dan negatif terhadap persepsi pelanggan. Menurut Featherman & Pavlou (2003) *social risk* merupakan potensi hilangnya status dan martabat dalam kelompok sosial jika terjadi penipuan atau kesalahan.
- e. *Psychological Risk* menurut Featherman & Pavlou (2003) adalah potensi kehilangan harga diri dan rasa tidak tenang pada diri sendiri atas pengalaman bertransaksi yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Kaplan et al. (1974) *psychological risk* adalah kemungkinan yang dirasakan oleh setiap individu yang mengalami stress mental karena perilaku pembeliannya.
- f. *Security Risk* menurut M. Lee (2009) merupakan suatu potensi kerugian yang diakibatkan karena adanya penipuan dan penyerangan

siber yang membahayakan keamanan para pengguna sistem pembayaran digital. Menurut Littler & Melanthiou (2006) *security risk* merupakan suatu masalah yang dirasakan oleh seseorang ketika menggunakan sistem pembayaran digital, resiko ini dapat muncul ketika pengguna memiliki perasaan khawatir akan kegiatan transfer uang dan informasi keuangan pribadi mereka dapat dilihat oleh orang lain tanpa sepengetahuan pengguna.

Berdasarkan definisi dan penjelasan mengenai *perceived risk*, dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* dapat memberikan pengaruh negatif yang cukup signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi *e-wallet*, banyak pengguna yang merasakan kerugian dari menggunakan *e-wallet* diakibatkan adanya kebocoran data maupun kehilangan dana, dengan ini menggambarkan niat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* akan menurun. *Perceived risk* juga mengikutsertakan adanya perasaan khawatir akan sistem yang gagal, ketidakamanan dalam bertransaksi, serta adanya kerugian finansial yang menghalangi keputusan para pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*, sehingga faktor ini menjadi salah satu yang penting untuk diteliti agar penulis dapat memahami hambatan apa yang dialami pengguna dalam pemakaian aplikasi *e-wallet*. *Perceived risk* juga membantu sistem *e-wallet* untuk lebih meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna, sehingga kepercayaan dan niat konsumen dalam menggunakan *e-wallet* dapat meningkat dan resiko kerugian yang dirasakan pengguna juga dapat berkurang. Pada penelitian ini *perceived risk* merujuk pada penelitian Rewah et al. (2022) yang mengatakan bahwa *perceived risk* dapat didefinisikan sebagai pandangan dari sisi konsumen mengenai kerugian dan dampak negatif subjektif yang tidak sesuai dengan keadaan yang akan dialami oleh konsumen.

2.1.9 Personal Innovativeness

Beberapa definisi mengenai *personal innovativeness* menurut para ahli. Menurut Agrawal & Prasad (1998), *personal innovativeness* diartikan sebagai dorongan dari dalam diri seseorang untuk menerima dan bereksperimen dengan teknologi baru tanpa ada ajakan dari orang lain dan lingkungan sosialnya. Menurut Thakur et al. (2015), mendefinisikan *personal innovativeness* adalah karakteristik kepribadian seseorang yang berani dalam mengambil risiko. Menurut Marwata & Alam (2016), menyebutkan *personal innovativeness* merupakan keinginan yang dimiliki konsumen untuk mencari dan mencoba hal baru yang dapat mengembangkan dan meningkatkan kelemahan yang ada pada suatu produk atau sistem.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *personal innovativeness*, dapat disimpulkan bahwa *personal innovativeness* menunjukkan bahwa seorang individu yang memiliki kecenderungan untuk mencoba sistem dan teknologi baru, maka dengan hal ini para pengguna memiliki tingkat *personal innovativeness* yang lebih tinggi dan memiliki niat yang besar untuk menggunakan sistem pembayaran *e-wallet*. Faktor ini juga membawa pengaruh yang positif terhadap niat perilaku pengguna mengenai *e-wallet*, karena individu yang inovasi dirinya tinggi dan terbuka akan tertarik akan manfaat dan kemudahan dari penggunaan *e-wallet*. Selain itu, *personal innovativeness* dapat mengidentifikasi seseorang yang berpotensi cepat dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga dapat meningkatkan pengadopsian sistem dan teknologi ini. Pada penelitian ini *personal innovativeness* merujuk pada penelitian Marwata & Alam (2016), yang menunjukkan bahwa *personal innovativeness* merupakan keinginan yang dimiliki konsumen untuk mencari dan mencoba hal baru yang dapat mengembangkan dan meningkatkan kelemahan yang ada pada sistem teknologi pembayaran digital *e-wallet* LinkAja.

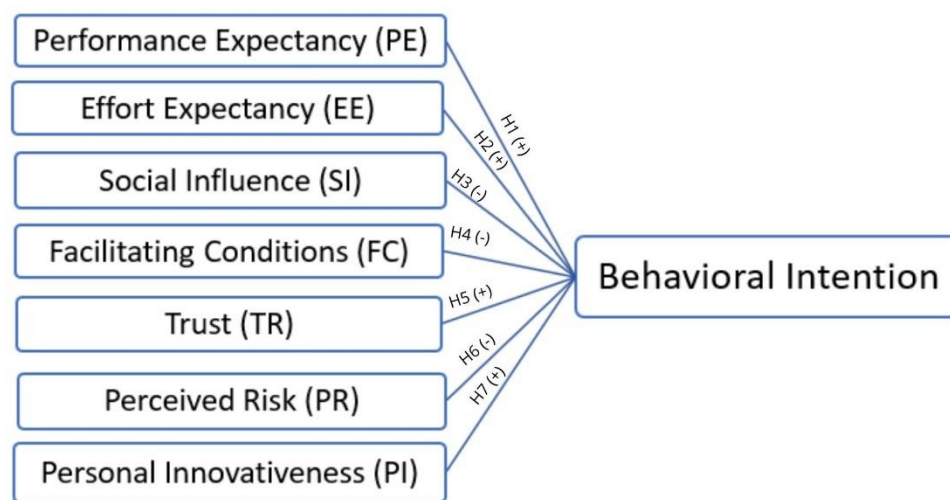
2.1.10 Behavioral Intention

Beberapa definisi mengenai *behavioral intention* menurut para ahli. Menurut Chai & Dibb (2014), *behavioral intention* adalah seberapa jauh seseorang telah merumuskan rencana dalam keadaan sadar untuk menentukan perilaku yang akan dilakukan pada masa mendatang. Menurut Venkatesh et al. (2003), *behavioral intention* merupakan kesiapan para pengguna untuk menggunakan suatu produk dan layanan. Menurut Warshaw & Davis (1985), *behavioral intention* merupakan kemungkinan setiap individu yang dalam keadaan sadar membuat suatu penataan dan susunan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu di masa mendatang.

Berdasarkan beberapa definisi dan penjelasan mengenai *behavioral intention*, dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* menjadi hal utama yang membuat perilaku seseorang pada penggunaan *e-wallet* meningkat, sehingga dapat mengukur niat dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai kemungkinan seseorang dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* di masa mendatang. *Behavioral intention* juga menjadi mediator antara faktor-faktor yang sudah dijelaskan sebelumnya, dengan adanya variabel ini penelitian dapat lebih memahami proses yang terjadi pada diri seseorang yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *e-wallet*. Selain itu, *behavioral intention* juga dapat membantu dalam mengukur seberapa besar pengaruhnya dalam mendorong dan memotivasi keinginan seseorang dalam menggunakan sistem pembayaran *e-wallet*, hal ini sangat penting digunakan untuk mengevaluasi potensi penggunaan sistem teknologi pada populasi tertentu terutama di kalangan Gen Z dan generasi milenial yang saat ini menjadi target utama dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*. Pada penelitian ini *behavioral intention* merujuk pada penelitian Warshaw & Davis (1985), yang menunjukkan bahwa *behavioral intention* merupakan kemungkinan setiap individu yang dalam keadaan sadar membuat suatu penataan dan susunan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu di masa mendatang.

2.2 Model Penelitian

Penelitian ini menerapkan kerangka penelitian berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya yang berjudul “Examining The Dynamics of Mobile Banking App. Adoption During The COVID-19 Pandemic: A Digital Shift in The Crisis” (Rahman et al., 2024).



Gambar 2.1 Model Penelitian
Sumber: (Rahman et al., 2024)

Pada gambar 2.1 diatas, dapat dilihat kerangka konseptual yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian studi ini. Peneliti tidak melakukan modifikasi dari kerangka konseptual yang asli. Seluruh variabel dan hipotesis yang ada pada penelitian sebelumnya sepenuhnya diterapkan kembali pada penelitian ini.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, serta model penelitian yang digunakan

berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai jurnal utama pada penelitian ini, sehingga keenam hipotesis penelitian dapat dikembangkan untuk diteliti lebih lanjut. Berikut ini uraian mengenai hubungan antara setiap variabel dan penjelasn mengenai hipotesisnya, sebagai berikut.

2.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* E-Wallet LinkAja

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Esawe (2022), menjelaskan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention e-wallet* LinkAja. Selain itu, menurut studi yang dilakukan Menurut studi yang dilakukan oleh Chao (2019), mengatakan bahwa faktor *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Adapun studi yang dilakukan oleh Sair & Danish (2018), menjelaskan bahwa faktor *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Selain itu, terdapat studi yang dilakukan oleh Hung et al. (2019) mengatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna, yang dimana semakin bermanfaat suatu sistem maka niat penggunaannya akan semakin meningkat. Ada juga menurut studi yang dilakukan oleh Butarbutar et al. (2022) yang memberikan pernyataan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* para pengguna *e-wallet*, hal ini menunjukkan niat penggunaan terhadap sistem akan meningkat jika sistem tersebut memberikan manfaat lebih bagi para penggunanya.

Meskipun dari beberapa studi mengatakan *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, terdapat studi lain yang mengatakan hal sebaliknya, yaitu seperti studi yang dilakukan oleh Odelia & Ruslim (2023) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *e-wallet*. Menurut studi yang diteliti oleh Utomo et al. (2021) mengatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan

terhadap *behavioral intention* para pengguna *e-wallet*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1: *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Chao (2019), menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi. Menurut studi yang dilakukan oleh (Hung et al., 2019), mengatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna. Menurut studi yang dilakukan oleh Odelia & Ruslim (2023), yang menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna. Adapun studi yang dilakukan oleh Tenk et al. (2020), mengatakan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* terhadap penggunaan aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan studi penelitian yang dilakukan oleh Utomo et al. (2021) menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*.

Meskipun berdasarkan beberapa studi sebelumnya mengatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, adapun studi yang dilakukan oleh Butarbutar et al. (2022), pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna. Adapun studi yang dilakukan oleh Esawe (2022), yang mengatakan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral*

intention penggunaan aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan data-data yang telah didapatkan dari beberapa studi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, membuktikan bahwa variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2: *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.3 Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention E-Wallet LinkAja

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Esawe (2022), menyatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* para pengguna aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan studi yang diteliti oleh Tenk et al. (2020), mengatakan variabel *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Pusporini et al. (2024) mengatakan bahwa *social influence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Herzallah et al. (2025), mengatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Lalu, berdasarkan studi penelitian yang dilakukan oleh Phan et al. (2020) menjelaskan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*.

Meskipun berdasarkan beberapa studi penelitian sebelumnya menyatakan *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Anandya (2023) yang menyatakan bahwa *social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Adapun studi penelitian yang dilakukan oleh Meiranto et al. (2025) menyatakan bahwa variabel *social influence* tidak

berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* para pengguna *e-wallet*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *social influence* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Kurniawan & Anandya (2023) mengatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Herzallah et al. (2025) menyatakan *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *e-wallet*. Lalu, terdapat studi penelitian yang dilakukan oleh Meiranto et al. (2025) mengatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut Puasa et al. (2020) menjelaskan bahwa variabel *facilitating conditions* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Menurut studi penelitian yang dilakukan oleh Subhani et al. (2024) mengatakan variabel *facilitating conditions* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*.

Meskipun berdasarkan beberapa studi sebelumnya mengatakan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, terdapat pula studi yang dilakukan Utomo et al. (2021) mengatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh yang tidak signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Adapun studi yang diteliti oleh Esawe (2022) mengatakan bahwa *facilitating conditions*

berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.5 Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* E-Wallet LinkAja

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Matar & Nader Aloqaily (2025) mengatakan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut studi penelitian yang dilakukan oleh Mustaffa et al. (2023) mengatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut studi yang dilakukan oleh Wu & Tsang (2008) menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* terhadap penggunaan *e-wallet*. Adapun studi yang dilakukan oleh Rahayu (2022) menyatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Omwansa et al. (2015) mengatakan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* terhadap penggunaan *e-wallet*.

Meskipun berdasarkan beberapa studi sebelumnya mengatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, menurut studi yang dilakukan oleh To & Trinh (2021) menyatakan bahwa *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *trust* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H5: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.6 Pengaruh Perceived Risk terhadap Behavioral Intention E-Wallet LinkAja

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Azka Safira .E .R et al (2024) menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Lalu, berdasarkan penelitian yang dilakukan Rewah et al. (2022) yang menjelaskan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan studi penelitian yang dilakukan oleh Omwansa et al. (2015) menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Meskipun *perceived risk* memiliki pengaruh yang signifikan, terdapat studi yang dilakukan oleh Khan & Abideen (2023) yang menyatakan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna sistem pembayaran *e-wallet*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *perceived risk* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H6: *Perceived Risk* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.3.7 Pengaruh Personal Innovativeness terhadap Behavioral Intention E-Wallet LinkAja

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Rahman et al. (2024) menyatakan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Herzallah et al. (2025) mengatakan bahwa *personal innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan studi penelitian yang dilakukan

oleh Meiranto et al. (2025) mengatakan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Adapun studi penelitian yang dilakukan oleh Simarmata (2020) menjelaskan bahwa *personal innovativeness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Menurut studi penelitian yang dilakukan oleh Qolbi et al. (2024) mengatakan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*.

Meskipun berdasarkan beberapa studi sebelumnya mengatakan bahwa *personal innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, menurut Thakur & Srivastava (2014) menemukan bahwa *personal innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* memiliki pengaruh untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H7: *Personal Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention E-Wallet LinkAja*

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
1.	Esawe (Esawe, 2022)	Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior (2022)	Pada penelitian ini, mengatakan bahwa <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
			<p>penggunaan <i>e-wallet</i>. Sementara itu, untuk variabel <i>effort expectancy</i> dan <i>facilitating conditions</i> tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>e-wallet</i>. Oleh karena itu, berfokus pada <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> untuk meningkatkan <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i>.</p>
2.	(Chao, 2019)	Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model (2019)	<p>Pada penlitian ini, menyatakan bahwa <i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i>, dimana hal ini dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan <i>e-wallet</i> di masa mendatang.</p>
3.	(Hung et al., 2019)	An Empirical Analysis of Perceived Transaction	Menurut hasil dari penelitian ini, variabel

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
		Convenience, Performance Expectancy, Effort Expectancy and Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users (2019)	<i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> LinkAja.
4.	(Sair & Danish, 2018)	Effect of performance expectancy and effort expectancy on the mobile commerce adoption intention through personal innovativeness among Pakistani consumers (2018)	Berdasarkan hasil studi penelitian ini, variabel <i>performance expectancy</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> .
5.	(Butarbutar et al., 2022)	Analysis of the Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Lifestyle Compatibility on Behavioral Intention QRIS in Indonesia (2022)	Menurut hasil studi penelitian ini, variabel <i>performance expectancy</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> . Sementara itu, untuk variabel <i>effort expectancy</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
6.	(Odelia & Ruslim, 2023)	The Impact of Performance Expectancy,	Berdasarkan penelitian ini, variabel <i>effort</i>

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
		Effort Expectancy, Habit, and Price Value on The Behavioral Intention of Tokopedia Users in Jakarta (2023)	<i>expectancy</i> memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> , sementara itu <i>performance expectancy</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
7.	(Utomo et al., 2021)	The Effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, and Habit on Behavior Intention in Using Mobile Healthcare Application (2021)	Berdasarkan penelitian ini, variabel <i>performance expectancy</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> , dan pada variabel <i>effort expectancy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>e-wallet</i>
8.	(Tenk et al., 2020)	E-Wallet Adoption: A Case In Malaysia (2020)	Berdasarkan jurnal ini, variabel <i>effort expectancy</i> dan <i>social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
9.	(Pusporini et al., 2024)	Enhancing Behavioral Intention to Use Digital Wallets: The Role of Expectations and Social Influence (2024)	Berdasarkan hasil dari studi penelitian ini, variabel <i>social influence</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i>
10.	(Herzallah et al., 2025)	Determinants of mobile wallet usage among Gen Z: Extending the UTAUT2 model with moderating effects of personal innovativeness and gender (2025)	Menurut hasil studi penelitian ini, variabel <i>social influence</i> , <i>facilitating conditions</i> , dan <i>personal innovativeness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
11.	(Kurniawan & Anandya, 2023)	Factors affecting behavioral intention and use behavior on e-wallet services (2023)	Berdasarkan penelitian ini, variabel <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
12.	(Meiranto et al., 2025)	Does Personal Innovativeness Influence the Behavior of Gen Z in Using Digital Banking in	Berdasarkan penelitian ini, variabel <i>facilitating conditions</i> dan <i>personal innovativeness</i> memiliki

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
		the Indonesian Banking Industry? UTAUT3 Perspective with Behavioral Intention as a Mediating Variable (2025)	pengaruh yang positif terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
13.	(Puasa et al., 2020)	Consumers' Behavioral Intention to Use E-Wallet During The Pandemic of Covid-19: Applying The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (2020)	Berdasarkan hasil studi penelitian ini, variabel <i>facilitating conditions</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan <i>e-wallet</i> .
14.	(Subhani et al., 2024)	Unveiling The Dynamics of E-Wallet Adoption in Pakistan: Exploring The Mediating Influence of Facilitating Conditions on Behavioral Intentions (2024)	Pada penelitian ini, variabel <i>facilitating conditions</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> .
15.	(Matar & Nader Aloqaily, 2025)	The mediating influence of perceived usefulness on consumer behaviour towards driving e-wallet adoption in Jordan (2025)	Pada penelitian ini, variabel <i>trust</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> . Hal ini menandakan <i>trust</i> mempengaruhi

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
			seseorang untuk menggunakan <i>e-wallet</i> .
16	(Mustaffa et al., 2023)	The Effect of Trust on Behavioral Intentions: An Empirical Investigation among Malaysian Online Shoppers (2023)	Berdasarkan hasil studi penelitian ini, variabel <i>trust</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>behavioral intention e-wallet</i> .

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

