

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan globalisasi suatu negara dipengaruhi salah satunya peningkatan ekonomi ditandai dengan mulai berkembangnya industri yang dapat memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat, tersedianya segala sesuatu tersebut maka akan memberikan daya beli masyarakat khususnya generasi milenial sebagai salah satu yang memiliki daya beli yang sangat tinggi. Konsumen dalam membeli suatu barang tidak lagi hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi juga untuk memenuhi keinginan atau kesenangan. Adanya keinginan ini seringkali mengakibatkan seseorang untuk membeli barang yang sebetulnya tidak diperlukan. Menurut Tambunan dalam Dikria (2016) “Perilaku konsumtif adalah kemauan untuk mengonsumsi barang yang sebenarnya tidak begitu diperlukan secara berlebihan dalam mencapai kepuasan yang maksimal. Tidak terdapat manfaat dalam perilaku konsumtif, karena perilaku konsumtif selain dapat mengurangi pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros”.

Perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi beberapa faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Perilaku konsumtif didefinisikan ketika seseorang melakukan pembelian secara impulsif dan prioritaskan keinginan daripada kebutuhan. Pada akhirnya, konsumsi



yang tidak terkendali akan berdampak pada gaya hidup dan perilaku seseorang. Agar generasi milenial dapat memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki, prinsip-prinsip ekonomi sangat penting. Akibatnya, untuk memenuhi kebutuhan seseorang, hal ini akan memengaruhi jumlah makanan yang mereka konsumsi. Maka dari itu dibutuhkan pemahaman mengenai literasi keuangan, Literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengelola uang dengan bijak, baik untuk kebutuhan sehari-hari, rencana investasi, maupun menabung. Namun, ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang dengan literasi keuangan tinggi tetap memiliki perilaku konsumtif, seperti: keadaan finansial, belum mewujudkan kesadaran, pengetahuan, dan kemampuan untuk mengelola keuangan secara nyata, masih ada dana sisa yang digunakan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan.

Menurut Bhushan dalam (Arianti, 2020) mengungkapkan “Literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat penilaian informasi dan mengambil keputusan yang efektif dan tentang penggunaan dan pengelolaan uang. Memahami dan mengelola keuangan generasi milenial di era digital yang telah dipenuhi dengan berbagai macam teknologi canggih salah satunya *technology financial*. *Financial technology* (fintech) telah mengubah pola pikir serta memberikan dampak yang berbeda-beda dalam mengelola keuangan generasi milenial. Generasi milenial memanfaatkan



i keuangan sebagai alat yang memudahkan segala aktivitas-kehidupan sehari-hari, dan cara efektif untuk menyelesaikan

transaksi dengan cepat (W. D. Putri et al., 2023), sehingga hal itu akan mempengaruhi literasi keuangan generasi milenial seperti pengelolaan utang, investasi, dan perencanaan pensiun. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, termasuk dalam hal penggunaan dan adopsi teknologi keuangan. Saat ini penggunaan fintech semakin berkembang karena kemudahan dan kepraktisan bertransaksi (mulai dari yang sederhana, hemat waktu, banyak promo ditawarkan, tidak perlu ke bank, dan aman) yang ditawarkan oleh penyedia layanan fintech (Riquelme dan Rios, 2010).

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2019) gaya hidup merupakan bagaimana seseorang merealisasikan konsep diri masing-masing, dan ditentukan oleh pengalaman masa lalu, karakteristik dalam diri dan situasi sekarang. Gaya hidup seseorang mempengaruhi keseluruhan aspek perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Salah satu yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif yakni pertumbuhan teknologi keuangan (Fintech) telah mengubah cara individu akses dan mengelola layanan keuangan mereka. Di tengah era digital generasi milenial dianggap sebagai pengguna teknologi yang paling



inovatif dan responsif terhadap perubahan, khususnya di kota-kota besar seperti Makassar. Generasi milenial tumbuh bersama lahirnya komputer dan internet sehingga dapat dikatakan mereka memiliki kecerdasan alam dan keterampilan dalam menggunakan teknologi baru (Carrasco-Gallego, 2017) yang berkembang pesat, dan oleh karena itu, generasi milenial memiliki kecenderungan yang unik dalam mengadopsi teknologi salah satunya teknologi keuangan (*fintech*) serta dalam memahami dan mengelola keuangan mereka sendiri.

Kehadiran *fintech* dalam perkembangan jaman sekarang ini telah memudahkan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Perkembangan fintech telah memperkenalkan berbagai layanan baru, termasuk aplikasi perbankan digital, platform investasi online, dan layanan pembayaran digital. *Financial Technology* (Fintech) menawarkan kemudahan segala aktivitas dalam transaksi yang berkaitan dengan pinjam-meminjam, transaksi jual-beli dan juga pembayaran bisa menjadi lebih efektif, efisien dan ekonomis (Pramaishella & Fisabilillah, 2023). Dengan adanya fintech sudah menyediakan pengalaman baru dan efisien waktu lewat teknologi yang sangat mudah diakses melalui handphone (Firlianti et al., 2023). Fintech memiliki daya tarik konsumen dengan alasan (1) dapat memudahkan dalam proses bidang keuangan. (2) perkembangan teknologi yang menunjang (3) lebih fleksibel penggunaanya dibandingkan bisnis



ional. Financial teknologi ini berpengaruh positif terhadap perilaku generasi milenial terutama pada masa pandemi dimana

kebutuhan suatu konsumen terpenuhi dengan pertumbuhannya fintech secara seimbang. Generasi milenial, sebagai bagian dari populasi yang paling terpengaruh oleh kemajuan teknologi, memainkan peran kunci dalam mengadopsi inovasi-inovasi keuangan baru, termasuk e-wallet.

Di Indonesia, perkembangan *e-wallet* sangat pesat apalagi sejak ada pandemi covid-19 yang membuat masyarakat melakukan segala sesuatunya di rumah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Aplikasi e-wallet cukup beragam dan umumnya terintegrasi dengan berbagai situs *e-commerce*. E-wallet atau dompet digital merupakan salah satu jenis *financial technology* (fintech), yaitu alat pembayaran nontunai yang menggunakan media internet.

Menurut (Pandy & Crowe, 2017) e-wallet adalah media atau perantara digital yang dapat diakses melalui perangkat seluler (smartphone) yang menyimpan aplikasi, kredensial pembayaran, kartu loyalitas, dan kupon serta dapat digunakan untuk melakukan pembayaran jarak jauh. Menurut (Hutami, 2018) e-wallet adalah “dompet” sementara atau rekening yang berisi dana dalam aplikasi online untuk memudahkan penggunaanya bertransaksi secara online. E-wallet berguna untuk menyimpan uang secara online dan offline menggunakan QR Code. Untuk



nakan dompet digital, pengguna harus mengunduh terlebih dahulu khusus yang dikembangkan oleh bank atau pihak ketiga

terpercaya. Mengintegrasikan e-commerce dan E-wallet merupakan salah satu strategi yang digunakan toko online untuk memudahkan pengguna membayar di websitenya. Tidak mengherankan jika integrasi penggunaan e-wallet dengan *merchant e-commerce* tertentu turut mempengaruhi peningkatan pengguna e-wallet. Selain itu, pembayaran e-wallet lebih nyaman dan cepat dibandingkan sistem perbankan tradisional karena menghemat waktu dan uang (F. Alam et al., 2021) E-wallet memberikan kemudahan, kecepatan, serta rasa aman dan nyaman saat bertransaksi dimana saja dan kapan saja.

(Bank Indonesia, 2016) e-wallet adalah sebuah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran (Winarto et al., 2021) karena kemudahan serta fitur yang ditawarkan e-wallet semakin banyak, kini e-wallet semakin diminati oleh masyarakat. Menurut Riset Jakpat dan Lembaga Ipsos, sekitar 68% dari pengguna e-wallet berasal dari generasi millennial. Generasi Milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1982 sampai dengan 2000 dalam buku Profil Generasi Milenial, 2018. (Wijoyo et al., 2020) pada info komputer menyatakan Riset Jakpat (jajakpendapat) merupakan suatu platform mobile survey atau aplikasi yang dapat menghubungkan antara pihak penyedia survei dengan responden atau



1.

Adapun kinerja dari e-wallet berdasarkan hasil survey (IPSOS, 2020) sebanyak 71% dari jumlah pengguna aktif milenial menggunakan e-wallet untuk pertama kalinya karena tergiur oleh promo yang ditawarkan namun karena sudah terbiasa serta tingkat kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya, loyalitas mereka semakin bertambah dan tidak semata-mata karena adanya promo. Dari hasil survey Ipsos juga mengatakan bahwa milenial dalam menggunakan e-wallet rata-rata sebesar 40% digunakan untuk transaksi pembayaran jasa transportasi dan 32% digunakan untuk pembelian makanan atau minuman secara online lalu 28% sisanya digunakan untuk jenis pembayaran merchant. Beberapa platform e-wallet yang sudah populer dan banyak digunakan di Indonesia sendiri meliputi aplikasi DANA, OVO, LinkAja, serta Go-Pay, ShopeePay (Alfaris, 2023).

Dalam konteks ini, *Model Technology Acceptance (TAM)* menjadi kerangka kerja yang relevan untuk memahami perilaku konsumtif terhadap adopsi teknologi yakni penggunaan e-wallet. Model ini menekankan pentingnya persepsi pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi dalam mempengaruhi niat dan perilaku pengguna. Model TAM telah terbukti menjadi kerangka kerja yang efektif dalam menganalisis penerimaan pengguna terhadap teknologi baru, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti persepsi kegunaan dan

dan penggunaan.



Adapun jumlah penduduk berdasarkan umur dan jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1  
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Sulawesi Selatan (Jiwa)

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Sulawesi Selatan (Jiwa)		
	Laki laki (Ribu jiwa)	Perempuan (Ribu Jiwa)	Jumlah (Ribu Jiwa)
	2023	2023	2023
25–29	398,9	389,3	788,2
30–34	373,7	370,3	744,0
35–39	344,0	347,4	691,3
40–44	320,8	330,0	650,8
Jumlah	1.437,4	1.437	2.874,3

Sumber: BPS Sulawesi Selatan, 2023

Seperti pada Tabel 1.1 bahwa generasi milenial yang ada di Sulawesi selatan dalam kelompok umur 25-29, dan jika dilihat dari masyarakat perkotaan Indonesia tampaknya sudah cukup akrab dengan teknologi dompot digital atau *e-wallet*. Menurut laporan *Wulandari dalam bi.co.id (2023)* sejak pandemi COVID-19 membuat masyarakat menjadi lebih melek akan teknologi. Dari sebelumnya segala aktivitas dilakukan dengan tatap muka, pandemi membuat masyarakat mengenal lebih dalam aktivitas dengan *online* atau *daring*. Maraknya infeksi virus COVID-19 juga membuat masyarakat enggan untuk keluar rumah karena takut



Segala aktivitas masyarakat dilakukan di rumah, kondisi ini k kegiatan *online*.

Transaksi pembayaran pun dilakukan secara *online* atau non tunai.

Hal ini membuat penggunaan dompet digital seketika naik daun. Riset Neurosensum Indonesia (dalam Cakti, 2020) mengungkapkan sebelum pandemi, penggunaan dompet digital hanya berkisar 10%, namun sepanjang tahun 2020 terjadi lonjakan persentase penggunaan dompet digital yang mencapai 44%, bahkan memungkinkan pertumbuhan pengguna akan terus meningkat. Survei lain dilakukan oleh Ipsos di Asia Tenggara (Kurniawan, 2022). Survei menemukan hasil menarik bahwa saat belanja online, masyarakat lebih banyak menggunakan dompet digital dibanding rekening bank. ShopeePay, OVO, GoPay, DANA dan LinkAja menjadi lima aplikasi dompet digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Sepanjang tahun 2020, ShopeePay berhasil unggul dan menempati posisi pertama sebagai dompet digital yang paling diminati dan sering digunakan dengan persentasi sebesar 34%. Kemudian secara berturut-turut diikuti oleh OVO sebesar 28%, GoPay sebesar 17%, Dana sebesar 14%serta Link Aja sebesar 8%. Riset terbaru yang dilakukan InsightAsia bertajuk '*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*' juga menunjukkan dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat, dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif nakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan



Penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%). Riset ini melibatkan 1.300 responden dan dilaksanakan di tujuh kota besar di Indonesia meliputi Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang dan Pekanbaru sepanjang 19 September hingga 30 September 2022. Hasil riset ini menunjukkan perubahan peta. Riset menyebut, di tahun 2022, GoPay sebagai platform dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Posisi kedua diduduki oleh OVO dengan 70% responden pernah menggunakan, dan 53% menggunakan dalam tiga bulan terakhir. Olehnya itu penulisan ini bertujuan untuk menganalisis atau memperluas pemahaman tentang literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi milenial, khususnya di Sulawesi Selatan dengan penerapan model TAM.

Saat ini layanan fintech tidak hanya diterapkan pada industri perbankan dan dana investasi saja, namun sudah merambah hampir seluruh sektor, termasuk telekomunikasi dan grosir (Singh et al., 2020). Meskipun fintech berperan penting dalam mendukung kegiatan perekonomian, penerapan fintech masih menghadapi tantangan di beberapa negara. (Ryu, 2018) menjelaskan bahwa faktor penghambat adopsi fintech antara lain risiko finansial, ketidakpastian hukum, keamanan data, serta sistem operasional perusahaan fintech yang belum optimal. Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan juga menjadi



hambatan bagi kesadaran masyarakat dalam adopsi fintech (Morgan & Trinh, 2019); (Yoshino et al., 2020). Beberapa penelitian terbaru menyoroti adopsi fintech dan mengaitkannya dengan niat perilaku dan niat penggunaan berkelanjutan. (Lifen Zhao et al., 2010) menjelaskan niat berperilaku sebagai keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Sementara itu, (Jünger & Mietzner, 2020) dan (Hu et al., 2019) mengintegrasikan kepercayaan dan transparansi untuk memanfaatkan teknologi. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada niat berperilaku, namun kurang menyelidiki dampak perilaku konsumtif dan hubungannya terhadap literasi keuangan dan gaya hidup, terutama generasi milenial di kota Makassar.

Ada banyak penelitian di Indonesia yang menerapkan TAM model seperti pada Gambar 1.1, akan tetapi yang fokus pada implementasi fintech masih kurang.

Gambar 1.1  
Fokus Penelitian TAM di Indonesia Penelitian



Sumber: (Ilmi et al., 2020)



Penelitian yang dilakukan oleh (Mayasari et al., 2011) terhadap berbasis online di perbankan pada pengguna Klik BCA. Penelitian

ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap persepsi manfaat dan sikap nasabah dalam menggunakan internet banking. Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap sikap dan intensi perilaku nasabah dalam menggunakan internet banking.

Dalam penelitian yang dilakukan beberapa tahun terakhir, ditemukan bahwa masyarakat sudah mulai menyadari tentang keuntungan dari menggunakan mobile banking sebagai media untuk melakukan aktivitas perbankan, yang dimana ketika seseorang merasakan suatu manfaat dalam menggunakan fitur dalam aplikasi mobile banking (Yuan et al., 2016). Dalam penelitian (Pikkarainen et al., 2004) disaat yang sama juga mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* tidak terlalu mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap sistem mobile banking (Pikkarainen, et al., 2004). *Perceived ease of use* dianggap kurang mempengaruhi pada penerimaan terhadap sistem teknologi dikarenakan pada saat ini kemampuan masyarakat dalam mengadopsi sistem teknologi baru terbilang cepat. Selain itu, terdapat penelitian juga mengemukakan bahwa *perceived ease of use* bukan faktor penentu utama dalam meningkatkan minat penggunaan pada *mobile banking* (Soesilo, 2006).

Penelitian yang dilakukan (Nathan et al., 2022) berdasarkan Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech, sementara literasi in ditemukan tidak signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech.



Berbeda dengan penelitian fintech (Yoshino et al., 2020); (Junger dan Mietzner 2020) yang menunjukkan hasil literasi keuangan terbukti berhubungan positif dengan adopsi fintech. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Davis (1989), Hu et al. (2019), dan Singh dkk. (2020) menjelaskan bahwa PU memiliki hubungan yang signifikan terhadap adopsi teknologi, termasuk fintech. Penelitian (Cheng et al., 2006), dan (Hu et al., 2019) mengintegrasikan PEU dengan adopsi fintech. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa PEU mempunyai hubungan yang signifikan terhadap adopsi teknologi. Wujud kepercayaan dalam adopsi teknologi digambarkan oleh (Kyung & Prabhakar, 2004) sebagai bentuk kepercayaan, artinya individu mengambil risiko karena menempatkan dirinya pada posisi yang rentan. Kepercayaan dalam penelitian ini mengacu pada kepercayaan pengguna terhadap keamanan data pribadi dan bahwa fintech dapat memberikan produk yang baik bagi pengguna. Penelitian sebelumnya yang menyelidiki hubungan antara kepercayaan dan adopsi teknologi dilakukan oleh (Nathan, 2009), dan (Chong et al., 2010).

Berbagai kritik TAM mendorong peneliti untuk menerapkan kerangka TAM pada rancangan model lainnya. (Glavee-Geo et al., 2017) menyelidiki adopsi layanan mobile banking di Pakistan menggunakan TAM dan Theory of Planned Behavior. (Shaw, 2014) menyelidiki perluasan TAM dengan mengidentifikasi perilaku pengguna dompet elektronik di Kanada



nakan konstruksi tambahan seperti kepercayaan, keamanan, dan kualitas gaya hidup. (Muñoz-Leiva et al., 2017) memperluas model

TAM dengan menggabungkan difusi inovasi, persepsi risiko, dan kepercayaan

untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap aplikasi mobile banking.

Wawancara terhadap generasi milenial di Sulawesi Selatan khususnya kota Makassar tahun 2024 mengenai pengadopsian layanan e-wallet diperoleh informasi bahwa milenial mulai mengenal e-wallet pada masa pandemi covid-19, dan mulai menjadi pengguna aktif dalam menggunakan layanan e-wallet. Beberapa faktor yang menjadi pemicu milenial dalam menggunakan e-wallet yaitu: tren, mudah, lingkungan, dan produk yang ditawarkan e-wallet. Penggunaan metode pembayaran dengan dompet digital pada periode 3-5 tahun lalu berkisar 10 %. Sementara 1-3 tahun belakangan tercatat sekitar 45 %. Sama halnya dengan penelitian (Nawawi, 2020) yang mengatakan e-wallet di kota Makassar telah berkembang sangat pesat dan digunakan oleh berbagai kalangan, salah satunya mahasiswa. Tiga alasan mendasar mahasiswa menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran, yakni karena adanya promo yang ditawarkan, kenyamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam pengoperasiannya. Namun, untuk menarik minat orang menggunakan e-wallet, para penyedia jasa harus bekerja sama dengan beragam merchant, yang promo-promonya semakin menarik minat



nya untuk menggunakan e-wallet dalam berbelanja. Dalam menggunakan e-wallet, mahasiswa tidak saja merasakan kenyamanan

dalam berbelanja, tapi juga kenyamanan dalam pembayaran karena dapat dilakukan dimana saja selama pengguna terhubung dengan internet. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh e-wallet salah satunya adalah tampilan aplikasi yang sederhana yang membuat banyak pengguna dapat memahami cara pengoperasiannya dengan cepat.

Salah satu inovasi terbesar dalam ekosistem keuangan digital adalah kehadiran dompet digital atau e-wallet. Kemudahan dan kepraktisan telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi, dari tunai menjadi non tunai. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai Rp 2,5 kuadriliun sepanjang tahun 2024. Khususnya di wilayah Sulawesi Selatan, pertumbuhan ekonomi digital juga menunjukkan tren serupa. Bank Indonesia wilayah Sulsel mencatat bahwa nominal transaksi uang elektronik di wilayah ini mencapai Rp 6,8 triliun pada tahun 2022, tumbuh 26% dari tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa ekosistem digital sudah sangat mapan, yang juga didukung oleh adopsi QRIS yang luas di kalangan UMKM. Meskipun kemudahan memberikan banyak manfaat, muncul kekhawatiran terkait potensi dampak negatifnya terhadap perilaku finansial masyarakat. Fenomena perilaku konsumtif yang sering terjadi yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, hal ini diperkuat oleh faktor psikologis dan sosial, seperti *Fear Of Missing Out*



, dimana individu merasa tertekan untuk membeli karena takut ketinggalan promo atau tren yang sedang viral di media sosial.

Meningkatnya penggunaan e-wallet dikalangan masyarakat khususnya milenial di Sulawesi Selatan telah memanfaatkan layanan e-wallet untuk menunjang aktivitas transaksi sehari-hari. Fenomena ini dinilai penting karena menyebabkan perubahan perilaku dan budaya masyarakat yang melakukan transaksi nontunai (*Less Cash Society*).

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengintegrasikan ketiga faktor utama ini yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif dalam satu model penelitian yang komprehensif. Penelitian ini secara spesifik berfokus pada konteks penggunaan E-Wallet dan mengintegrasikan variabel dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu persepsi kemudahan dan kegunaan, untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh variabel independen, tetapi juga mengkaji bagaimana teknologi itu sendiri memoderasi atau memfasilitasi perilaku konsumtif pada generasi milenial di Sulawesi Selatan.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

- a. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet?
- b. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet?



Apakah persepsi kemudahan memoderasi perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet?

- d. Apakah persepsi kegunaan memoderasi perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet?
- e. Apakah pengguna e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Sulawesi Selatan?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah persepsi kegunaan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial yang menggunakan e-wallet.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah pengguna e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Sulawesi Selatan.



### AAN PENELITIAN

gunaan teoritis

- 1) Kontribusi terhadap pengetahuan akademik: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur akademik tentang literasi keuangan, adopsi teknologi keuangan, dan perilaku pengguna milenial. Hal ini akan memperkaya pemahaman kita tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan dan adopsi teknologi di kalangan generasi milenial.
- 2) Pengembangan model TAM: Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan *Model Technology Acceptance (TAM)* dengan mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti literasi keuangan dan kepercayaan dalam konteks adopsi teknologi keuangan.
- 3) Pemahaman lebih mendalam tentang persepsi pengguna: Dengan menganalisis faktor-faktor seperti literasi keuangan dan gaya hidup, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana generasi milenial memandang dan mengadopsi teknologi keuangan.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merancang program-program literasi keuangan yang lebih efektif dan relevan bagi generasi milenial, dan menjadi lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, meningkatkan tabungan, dan mengurangi risiko keuangan di masa depan.



Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dan lembaga terkait dalam merancang kebijakan dan program literasi keuangan

serta promosi adopsi teknologi keuangan di kalangan generasi milenial.



## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### 2.1 TINJAUAN TEORI DAN KONSEP

##### 2.1.1 Perilaku Konsumtif

Menurut Pulungan (2018:105) “Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi beberapa barang yang sesungguhnya kurang ataupun tidak dibutuhkan (khususnya yang berkaitan dengan reaksi terhadap konsumsi beberapa barang sekunder, yakni beberapa barang yang tidak sangat diperlukan)”. Perilaku konsumtif terjadi dikarenakan masyarakat memiliki kecenderungan materialistic, hasrat yang begitu besar untuk mempunyai barang-barang tanpa memikirkan dengan baik kebutuhannya serta sebagian besar pembelian dilakukan berdasarkan kemauan untuk terpenuhinya hasrat kesenangan semata.

Menurut Triyaningsih (2011:174) “Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku atau kebiasaan mengahamburkan uang untuk membeli barang yang kurang bermanfaat”. Menurut Sumartono dalam Dikria (2016:147) mengatakan bahwa “Perilaku konsumtif sebagai tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas, seperti sebelum produk habis dipakai seseorang sudah an pembelian produk yang sejenis dari merek yang lain, membeli



produk karena ditawarkan suatu hadiah, dan membeli barang karena mengikuti orang lain”.

Menurut Suharyat (2009) setiap perilaku yang ada pada diri manusia dipengaruhi oleh perkembangan dan pertumbuhannya. Saifudin Azwar dalam bukunya menjelaskan bahwa perilaku sebagai reaksi bersifat sederhana maupun kompleks dan merupakan ekspresi sikap seseorang. Sikap itu sudah terbentuk dalam dirinya karena sebagai tekanan atau hambatan dari luar maupun dalam dirinya. Potensi reaksi yang sudah terbentuk dalam dirinya akan muncul berupa perilaku aktual sebagai cerminan sikapnya. Jadi, perilaku dipengaruhi oleh aktor dalam diri maupun faktor lingkungan yang ada di sekitarnya. Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia baik yang diamati langsung, maupun yang dapat diamati pihak luar.

Perilaku konsumtif tidak muncul dengan sendirinya, tetapi adanya beberapa faktor yang menyebabkan individu berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Engel dalam Chrisnawati (2011:5) faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:



or Internal, terdiri dari:

otivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Proses-proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan.

b) Proses Belajar dan Pengalaman

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

c) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu. Strategi pemasaran harus berfokus pada pencocokan kepribadian konsumen dengan kepribadian produk.

d) Keadaan Ekonomi

Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.

e) Gaya hidup



Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktunya uang.

f) Sikap

Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang menanggapi dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan.

2) Faktor Eksternal yaitu faktor yang ada di luar individu, terdiri dari:

a) Faktor Kebudayaan Budaya mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

b) Faktor Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan status sosial ekonomi yang berjajar dari yang rendah hingga yang tinggi.

c) Faktor Keluarga Keluarga mempunyai peranan terbesar, terutama dalam pembentukan seseorang.

d) Kelompok Acuan merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen.



Dasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor internal yang ada di diri individu dan faktor eksternal yang ada di luar diri individu.

### 2.1.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan bagaimana seseorang dalam mengelola keuangan yang mereka miliki. Menurut Bhushan dalam (Arianti, 2020) mengungkapkan “Literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat penilaian informasi dan mengambil keputusan yang efektif dan tentang penggunaan dan pengelolaan uang. Menurut (Laily, 2016) menyatakan bahwa “Literasi keuangan merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap individu guna menghindari masalah dalam keuangan karena setiap orang sering dihadapkan pada situasi dimana ia harus mengorbankan satu kepentingan demi kepentingan lainnya”. Atkinson (2011) menyatakan bahwa “Literasi keuangan didefinisikan sebagai kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlakukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat sehingga tercapai kesejahteraan keuangan yang diinginkan setiap individu”. Memiliki literasi keuangan yang baik akan membantu setiap orang khususnya mahasiswa dalam mengelola keuangan atas pendapatan yang diterima.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai literasi keuangan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan suatu proses bagaimana seseorang dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilakunya untuk dapat mengelola keuangan dengan terhindar dari masalah-masalah keuangan yang sering dihadapi orang. Dengan bertambahnya literasi keuangan masyarakat,



diharapkan masyarakat akan membuat keputusan keuangan yang baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal dan terencana.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam Alimin (2019) menyatakan bahwa “Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan”. Menurut Hanifah (2019) menyatakan “Faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan mahasiswa diantaranya gender, pendidikan pengelolaan keuangan keluarga dan besarnya pengiriman uang saku”.

#### a. Gender

Beberapa studi mengungkapkan bahwa laki-laki lebih pandai dalam mengelola keuangan dibandingkan perempuan. Dari hal tersebut maka laki-laki lebih memiliki kepercayaan yang tinggi dalam mengelola keuangan. Hal ini memperlihatkan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki motivasi berbeda.

#### b. Pendidikan pengelolaan keuangan keluarga

Tempat yang paling dominan dan paling utama dalam menentukan sikap ng anak adalah keluarga, orang tua menjadi teladan untuk anak ka tentang bagaimana anaknya bertindak dengan mengandalkan



pengetahuan yang diberikan oleh orang tua dalam segala bidang termasuk keuangan.

c. Besarnya pengiriman uang saku

Perbedaan tingkat status sosial ekonomi akan berdampak pada munculnya perbedaan persepsi atas suatu objek. Penghasilan setiap orang tua berada pada tingkat yang berbeda-beda, jika orang tua yang memiliki penghasilan besar maka anak-anaknya akan diberi uang saku yang besar juga dan begitu sebaliknya jika penghasilan orang tua rendah maka uang saku yang diterima juga akan rendah.

Adapun Indikator Literasi Keuangan berkaitan dengan sesuatu yang perlu diukur. Literasi keuangan sendiri mencakup bagaimana seseorang mengelola dan mengambil keputusan atas keuangan pribadinya. Menurut Chen (2018) menyebutkan bahwa “Literasi keuangan dibagi dalam empat aspek meliputi Pengetahuan umum tentang keuangan (*general personal finance knowledge*), tabungan dan pinjaman (*saving and borrowing*), asuransi (*insurance*) dan investasi (*investment*)”.

a. Pengetahuan umum tentang keuangan

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan pribadi, yakni bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta



ahami konsep dasar keuangan.

rgan dan pinjaman

Tabungan adalah akumulasi dana berlebih yang diperoleh dengan sengaja mengonsumsi lebih sedikit dari pendapatan. Pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman. Contoh pinjaman berkenaan dengan penggunaan kartu kredit.

c. Asuransi

Asuransi merupakan suatu alat untuk mengurangi risiko keuangan, dengan cara pengumpulan unit-unit ekposur (*exposure*) dalam jumlah yang memadai, untuk membuat agar kerugian individu dapat diperkirakan. Kemudian, kerugian yang dapat diramalkan itu dipukul merata oleh mereka yang bergabung.

d. Investasi

Investasi adalah menyimpan atau menempatkan uang agar bisa bekerja sehingga dapat menghasilkan uang yang lebih banyak. Cara yang sering digunakan seseorang dalam berinvestasi yakni dengan meletakkan uang ke dalam surat berharga termasuk saham, obligasi, dan reksa dana atau dengan membeli *real estate*.

Literasi keuangan dapat memainkan peran yang sangat signifikan dalam membantu masyarakat, khususnya di daerah seperti Sulawesi Selatan, untuk mengatasi tantangan ekonomi yang mereka hadapi. S. Alam et al., (2016)



ilahan utama yang dihadapi sektor informal adalah: (1) kurangnya in pemerintah, (2) akses permodalan relatif sulit, (3) pengelolaan tidak profesional, (4) kurangnya keterampilan tenaga kerja, (5)

kurangnya jaringan pemasaran, (6) retribusi, (7) kebijakan tata kota, (8) umumnya tidak memiliki izin usaha, (9) persaingan, dan (10) adanya pungutan liar. Ada tiga alternatif strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan sektor informal, yaitu: (1) pemberdayaan, (2) formalisasi (legal/perizinan usaha), dan (3) lokalisasi, yaitu menyediakan lokasi bagi sektor informal. Pengembangan sektor informal memerlukan dukungan dan komitmen dari para pemangku kepentingan, terutama pemerintah daerah. Di samping itu, dukungan dari lembaga-lembaga seperti perguruan tinggi, LSM, dan sektor swasta.

Berikut adalah beberapa cara literasi keuangan dapat berhubungan dengan penanggulangan kemiskinan di Sulawesi Selatan:

#### 1. Meningkatkan Pengelolaan Keuangan Pribadi

Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Pribadi:

- a. Literasi keuangan yang baik membantu individu memahami cara mengelola pendapatan mereka, merencanakan anggaran, mengurangi pengeluaran yang tidak perlu, serta menabung untuk kebutuhan darurat. Masyarakat yang paham cara mengelola keuangan pribadi akan memiliki kemampuan untuk mengalokasikan pendapatan mereka secara bijaksana, sehingga meningkatkan kestabilan finansial mereka.

Dengan memiliki pengelolaan keuangan yang lebih baik, keluarga atau individu di Sulawesi Selatan dapat meningkatkan daya beli mereka,



menghindari terjatut utang, dan meningkatkan taraf hidup mereka meskipun dengan pendapatan yang terbatas.

## 2. Mengurangi Ketergantungan pada Pembiayaan Berisiko Tinggi

Literasi Keuangan dan Pengelolaan Utang:

- a. Masyarakat dengan literasi keuangan yang baik lebih cenderung untuk menghindari peminjaman uang dari sumber yang tidak formal atau berisiko tinggi, seperti rentenir atau lembaga keuangan dengan bunga yang sangat tinggi. Keberadaan rentenir di daerah-daerah miskin sering kali memperburuk kondisi keuangan keluarga, karena mereka terjebak dalam utang yang tak berkesudahan.
- b. Dengan peningkatan literasi keuangan, individu bisa lebih bijaksana dalam memilih sumber pembiayaan yang aman dan terjangkau, seperti lembaga keuangan formal atau akses ke program pembiayaan pemerintah yang lebih rendah risikonya, yang dapat mengurangi dampak buruk dari utang berlebihan.

## 3. Mendorong Tabungan dan Investasi

Literasi Keuangan dan Budaya Menabung:

- a. Literasi keuangan yang baik akan mendorong masyarakat untuk menabung dan berinvestasi untuk masa depan. Misalnya, melalui pemahaman tentang pentingnya dana darurat dan perencanaan pensiun, masyarakat di Sulawesi Selatan dapat mengurangi



ketergantungan pada bantuan eksternal dalam menghadapi situasi darurat.

- b. Selain itu, masyarakat yang paham tentang investasi dapat lebih memanfaatkan peluang ekonomi, seperti berinvestasi dalam produk-produk lokal atau usaha kecil yang dapat meningkatkan pendapatan mereka dalam jangka panjang, sehingga membantu mereka keluar dari kemiskinan.

#### 4. Meningkatkan Akses terhadap Layanan Keuangan Formal

Literasi Keuangan dan Akses ke Layanan Keuangan:

- a. Salah satu hambatan utama bagi masyarakat miskin di Sulawesi-Selatan adalah keterbatasan akses ke layanan keuangan formal, seperti perbankan, kredit, atau asuransi. Literasi keuangan membantu masyarakat memahami cara mengakses dan memanfaatkan layanan tersebut untuk kebutuhan produktif, seperti modal usaha atau pengelolaan risiko.
- b. Dengan meningkatnya literasi keuangan, masyarakat dapat lebih mudah membuka rekening tabungan, mengakses pinjaman dengan bunga yang lebih rendah untuk memulai usaha, atau melindungi diri melalui asuransi kesehatan dan jiwa yang dapat membantu mereka dalam jangka panjang.



dorong Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Mikro dan Kecil

asi Keuangan dan Kewirausahaan:

- a. Literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan pemahaman tentang manajemen usaha, perencanaan bisnis, dan pengelolaan arus kas. Bagi masyarakat yang ingin berwirausaha di Sulawesi Selatan, literasi keuangan membantu mereka dalam merancang rencana bisnis yang solid, serta memahami cara mengelola keuntungan dan kerugian.
- b. Meningkatkan literasi keuangan pada pengusaha mikro dan kecil dapat memperbaiki keberlanjutan bisnis mereka, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong perekonomian lokal yang dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan.

#### 6. Peningkatan Pendidikan dan Kesadaran Finansial

##### Literasi Keuangan dan Pendidikan:

- a. Program pendidikan yang meningkatkan literasi keuangan dapat memberi dampak jangka panjang dalam mengurangi kemiskinan. Jika generasi muda di Sulawesi Selatan mendapatkan pendidikan keuangan sejak dini, mereka akan lebih siap dalam menghadapi tantangan ekonomi masa depan, sehingga mengurangi peluang mereka terjerumus ke dalam kemiskinan.
- b. Kesadaran tentang pentingnya pendidikan finansial juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program-program pemerintah yang dirancang untuk membantu penanggulangan kemiskinan, seperti program bantuan sosial atau akses ke pelatihan keterampilan.



## 7. Peningkatan Kesejahteraan Sosial

Literasi Keuangan dan Kesejahteraan Sosial:

- a. Literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dengan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk merencanakan kehidupan mereka. Dengan memahami pentingnya proteksi sosial, perencanaan masa depan, dan cara mengelola pendapatan, masyarakat dapat mengurangi kerentanannya terhadap ketidakpastian ekonomi, seperti bencana alam atau kondisi kesehatan yang buruk.
- b. Individu yang literat secara finansial akan lebih mampu mengakses berbagai sumber daya untuk mendukung kesejahteraan mereka, termasuk bantuan sosial atau sumber daya pemerintah lainnya.

## 8. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Literasi Keuangan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia:

- a. Literasi keuangan dapat membantu meningkatkan keterampilan manajerial dan pengelolaan sumber daya manusia, khususnya di kalangan keluarga miskin. Misalnya, dengan mengetahui cara yang efisien untuk mengelola waktu dan uang, individu bisa lebih produktif, yang dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga.
- b. Peningkatan keterampilan ini juga dapat memperbaiki kemampuan individu dalam mengakses peluang kerja atau pendidikan, yang berpotensi meningkatkan mobilitas sosial dan mengurangi kemiskinan Sulawesi Selatan.



Secara keseluruhan, literasi keuangan memiliki peran yang sangat besar dalam penanggulangan kemiskinan di Sulawesi Selatan. Meningkatkan literasi keuangan di kalangan masyarakat dapat membantu mereka mengelola pendapatan mereka dengan lebih baik, mengurangi ketergantungan pada utang berisiko tinggi, meningkatkan akses ke layanan keuangan formal, dan mendorong kewirausahaan yang produktif. Semua ini berkontribusi pada pengurangan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi dalam jangka panjang.

Pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah di Sulawesi Selatan dapat bekerja sama untuk meningkatkan literasi keuangan melalui program pelatihan, pendidikan finansial, dan penyuluhan, untuk memberdayakan masyarakat dan memberikan mereka alat yang mereka butuhkan untuk keluar dari kemiskinan.

### 2.1.3 Gaya Hidup

Menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2019) gaya hidup merupakan bagaimana seseorang merealisasikan konsep diri masing-masing, dan ditentukan oleh pengalaman masa lalu, karakteristik dalam diri dan situasi sekarang. Gaya hidup seseorang mempengaruhi keseluruhan aspek perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Gaya hidup merupakan



lup individu yang cenderung menghabiskan waktu atau aktivitas dalam lingkungannya (ketertarikannya) dan apa yang mereka anggap bagi diri mereka sendiri (Simamora, 2016). Sedangkan menurut

Sumarwan (2017), Gaya Hidup adalah kegiatan minat dan opini individu. Gaya hidup seseorang cepat berubah, cepat mengganti selera terhadap makanan, minuman hingga pakaian seiring dengan perubahan hidupnya. Jika menurut Kotler dan Keller (2016) gaya hidup adalah pola hidup individu yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat dan opininya. Dari beberapa definisi gaya hidup dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah aktivitas, minat dan opini seseorang untuk menggambarkan pola hidup seseorang dilingkungannya.

Faktor – faktor yang mempengaruhi gaya hidup Menurut Amstrong (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, antara lain :

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan pikiran yang akan dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang akan di organisasikan melalui pengalaman ataupun mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang.

b. Pengalaman atau Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi sosial dalam tingkah laku. Pengalaman dapat diperoleh dari masa lalu melalui tindakan yang pernah dilakukan dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar pasti akan dapat di dapatkan.



Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri

Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal sangat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan citra merek yang bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.

- e. Motif Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *pretise* merupakan contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup yang hedonis.

f. Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti.

Kategori Gaya Hidup Menurut Simamora (2016) mengkategorikan gaya hidup menjadi 2 bagian, untuk penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Gaya hidup normative merupakan gambaran harapan-harapan kultural yang akan kepada individu-individu oleh masyarakat dan merujuk pada n ekonomi dan konsumsi sebuah masyarakat.



2) Gaya hidup pribadi merupakan keyakinan individu tentang aktivitas konsumsi individu dalam masyarakat kultur dan subkultur mereka.

Klasifikasi Gaya Hidup Mowen dan Minor (2018) mengklasifikasikan gaya hidup berdasarkan tipologi *Values and Lifestyle (VALS)* dan *Stanford Research Internasional* sebagai berikut :

- a. *Actualized*, yaitu orang yang memiliki pendapatan paling tinggi dengan sumber daya yang ada mereka sertakan dalam suatu atau semua orientasi diri.
- b. *Fulfilled*, yaitu orang yang matang, bertanggung jawab dan berpendidikan tinggi. Mereka berpendapatan tinggi tetapi termasuk konsumen yang praktis dan berorientasi pada nilai.
- c. *Believers*, konsumen konservatif kehidupan mereka berpusat pada keluarga, agama, masyarakat dan bangsa.
- d. *Achievers*, yaitu orang-orang yang sukses, berorientasi pada pekerjaan, konservatif dalam berpolitik yang paling mendapatkan kepuasan dari pekerjaan dan keluarga mereka. Mereka menghargai otoritas dan status, serta menyukai produk dan jasa terkenal yang memamerkan kesukaan mereka.
- e. *Stivers*, yaitu orang-orang dengan nilai yang serupa dengan *Achievers* sumber daya ekonomi, sosial dan psikologisnya lebih sedikit.



*ience*, yaitu konsumen yang mempengaruhi lingkungan mereka an cara yang praktis.

- g. *Struggles*, yaitu orang yang berpenghasilan rendah dan terlalu sedikit sumber dayanya untuk dimasukkan kedalam orientasi yang loyal pada merek.

Indikator Gaya Hidup menurut Kotler dan Keller (2016), indikator gaya hidup sebagai berikut :

- 1) Kegiatan (*Activity*), merupakan sesuatu yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dikonsumsi atau digunakan konsumen dan kegiatan apa yang dilakukan konsumen untuk mengisi waktu luang.
- 2) Minat (*Interest*), merupakan gaya hidup yang menjadi kenikmatan sebagai tujuan aktivitas apapun yang dilakukan hanya untuk mencapai kesenangan hidup.
- 3) Opini (*Opinion*), pandangan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, barang, sosial, dan ekonomi. Opini digunakan untuk mendeskripsikan masukan yang diterima untuk menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi.

#### 2.1.4 *Financial Technology*

*Financial Technology* (Fintech) merupakan industri berbasis teknologi pada sektor jasa keuangan yang menghasilkan inovasi yang dapat memfalisitasi layanan keuangan diluar lembaga keuangan konvensional. Hal ini memudahkan akses masyarakat terhadap produk keuangan selama



aksi. Dalam pengertian lebih luas, *Financial Technology* (Fintech) didefinisikan sebagai industri yang menggunakan teknologi untuk meng sistem keuangan dan layanan keuangan secara lebih efektif dan

efisien. Berbicara tentang berarti berbicara tentang inovasi teknologi (*technology innovation*), gangguan proses (*process disruption*), dan transformasi layanan (*service transformation*). (Schueffel, 2018) mengatakan bahwa fintech merupakan suatu industri dimana teknologi menjadi platform utama untuk memudahkan aktivitas keuangan dan merupakan gabungan dari layanan dan teknologi keuangan yang mentransformasikan praktik bisnis konvensional atau aktivitas keuangan yang sebelumnya harus dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan secara remote dan hanya dalam hitungan detik (Bank Indonesia, 2016).

Menurut Bank Indonesia, *Financial Technology* (fintech) adalah pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang dapat berdampak pada sistem keuangan, efisiensi, keamanan, dan sistem pembayaran. Karna kemudahan dan kecepatan ini, fintech menjadi populer di kalangan milenial dan diperkirakan akan terus berkembang. Fintech atau kependekan dari financial technology menurut Nasional Digital *Research Center* (NDRC), istilah fintech adalah sebuah inovasi yang menggunakan teknologi modern di bidang keuangan. Fintech adalah layanan keuangan berbasis teknologi, dimana fintech merupakan layanan yang inovatif di bidang layanan keuangan yang



nakan sistem online. Menurut Pricewaterhouse Coopers atau PwC  
skan, bahwa fintech merupakan segmen dinamis dari sektor jasa

keuangan dan teknologi berfokus pada startup yang bergerak dan berinovasi di industri produk dan jasa.

Pribadiono (2016) dalam (Nurcholidah & Harsono, 2021), *Financial Technology* (FinTech) merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern. Menurut Dorfleitner (2017), FinTech merupakan industri yang bergerak dengan sangat cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda. Menurut Hsueh (2017), Teknologi Keuangan juga disebut sebagai FinTech, merupakan model layanan keuangan baru yang dikembangkan melalui inovasi teknologi informasi. Teknologi keuangan merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna item informasi dalam melaksanakan tugasnya, dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau lunak yang digunakan Rasyid (2017).

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi keuangan atau *Financial Technology* adalah layanan yang menggabungkan teknologi dan fitur keuangan dimana layanan ini menyediakan inovasi pada bisnis dengan sentuhan teknologi modern. Fintech sendiri merupakan momentum global di banyak negara, tidak terkecuali di Indonesia. Hal ini tidak



rupakan mengingat Indonesia diperkirakan akan menjadi salah satu ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2025. Dengan

kelompok masyarakat berpendapatan menengah (middle income) yang terus tumbuh, potensi faktor demografi (porsi penduduk usia produktif yang besar), populasi pengguna teknologi digital yang makin besar, dan jumlah pengguna internet yang diperkirakan akan mencapai 200 juta pada tahun 2020, membuat peluang untuk tumbuhnya industri Fintech di Indonesia menjadi semakin prospektif.

Adapun Tipe-tipe *Financial Technology* (Fintech) Menurut Hsueh (2017), Terdapat tiga tipe financial technology yaitu :

- a. Sistem pembayaran melalui pihak ketiga (*Third-party payment systems*)

Contoh-contoh sistem pembayaran melalui pihak ketiga yaitu *crossborder EC, online-to-offline (O2O)*, sistem pembayaran mobile, dan platform pembayaran yang menyediakan jasa seperti pembayaran bank dan transfer.

- b. *Peer-to-Peer (P2P) Lending*

*Peer-to-Peer Lending* merupakan platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. *Peer-to-Peer Lending* menyediakan mekanisme kredit dan manajemen risiko. Platform ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efisien.



*pdfunding*

*pdfunding* merupakan tipe FinTech di mana sebuah konsep atau produk seperti desain, program, konten, dan karya kreatif dipublikasikan

secara umum dan bagi masyarakat yang tertarik dan ingin mendukung konsep atau produk tersebut dapat memberikan dukungan secara finansial. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan, dan memprediksi permintaan pasar.

Kelebihan dan Kekurangan *Financial Technology* (FinTech) Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016),

a. Kelebihan dari Fintech adalah:

- 1) Melayani masyarakat Indonesia yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional dikarenakan ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat di daerah tertentu.
- 2) Menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional dimana masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan.

b. Kekurangan dari Fintech adalah :

- 1) Fintech merupakan pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkan dana dan kurang mapan dalam menjalankan usahanya dengan modal yang besar, jika dibandingkan dengan bank.
- 2) Ada sebagian perusahaan Fintech belum memiliki kantor fisik, dan kurangnya pengalaman dalam menjalankan prosedur terkait sistem keamanan dan integritas produknya.



Tantangan *Financial Technology* (FinTech) Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), Adapun tantangan pada Fintech adalah:

- a. Peraturan dalam Mendukung Pengembangan FinTech. Adopsi peraturan terkait tanda tangan (digital signature) dan penggunaan dokumen secara digital sehingga dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh industri FinTech.
- b. Koordinasi antar Lembaga dan Kementerian Terkait Untuk mengoptimalkan potensi FinTech dengan lingkungan bisnis (*business environment*) yang kompleks, maka perlu juga dukungan dari berbagai kementerian dan lembaga terkait.

Resiko *Financial Technology* (FinTech) Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), Resiko yang dialami oleh pengguna FinTech. Sehingga diperlukan adanya strategi untuk melindungi konsumen dan kepentingan nasional. Strategi untuk melindungi konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Perlindungan dana pengguna Potensi kehilangan maupun penurunan kemampuan finansial, baik yang diakibatkan oleh penyalahgunaan, penipuan, maupun force majeure dari kegiatan FinTech.
- b. Pelindungan data pengguna Isu privasi pengguna FinTech yang rawan terhadap penyalahgunaan data baik yang disengaja maupun tidak sengaja



angan hacker atau malware) Strategi untuk melindungi kepentingan nasional adalah sebagai berikut :

- 1) Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT) Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh FinTech menimbulkan potensi penyalahgunaan untuk kegiatan pencucian uang maupun pendanaan terorisme.
- 2) Stabilitas Sistem Keuangan Perlu manajemen risiko yang memadai agar tidak berdampak negatif terhadap stabilitas sistem keuangan.

Adapun indikator teknologi keuangan, menurut Rasyid (2017) yaitu:

a. Manfaat penggunaan (*usefull*)

Manfaat atau benefit yang akan diterima pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang tersedia.

b. Mudah digunakan (*easy to use*)

Kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang tersedia.

c. Tampilan *website* (*website design*)

Tampilan desain website perusahaan yang memiliki produk *financial technology* dan dapat diakses oleh konsumen.

d. Ketersediaan sistem (*system availability*)

Tersedianya sistem layanan yang dapat diakses oleh semua konsumen.

e. Privasi (*privacy*)



Ik *financial technology* menyediakan ruang privasi yang hanya bias  
es oleh *user* atau pengguna.

anan (*safety*)

Ada tidaknya keamanan yang didapatkan oleh pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang ditawarkan, keamanan dari kejahatan *cyber crime*, *virus*, *system error* dan sebagainya.

#### 2.1.5 Electronic Wallet (E-Wallet)

*E-wallet* atau dompet elektronik adalah salah satu bentuk *financial technology* (*fintech*) yang menjadi alternatif metode pembayaran dengan memanfaatkan media internet. *E-wallet* atau dompet elektronik berguna untuk menyimpan uang yang digunakan untuk transaksi secara *online* maupun *offline* dengan menggunakan QR code. *E-wallet* ini berbasis aplikasi di *smartphone*. Hal ini memungkinkanmu menyimpan uang di *e-wallet* ini dan menggunakannya untuk pembayaran berbagai kebutuhan.

Mengacu pada peraturan Bank Indonesia (BI) pada tahun 2016 nomor 18/40/PBI/2016, e-wallet merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat menampung juga dana untuk melakukan pembayaran. E-wallet adalah implementasi perangkat-perangkat lunak yang membolehkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital, pembayaran digital serta berbagai jenis transaksi tanpa uang tunai.

E-wallet telah digambarkan sebagai cara untuk membayar sesuatu uang tunai. E-wallet telah digambarkan sebagai cara untuk membayar dengan perangkat seperti komputer atau smartphone. E-wallet mengambil fungsi dompet fisik, dengan semua konten dan perilakunya,



serta mengintegrasikannya ke dalam perangkat digital (Muhammad Taufik Hidayat et al., 2020). Selain memberikan banyak keuntungan yang salah satunya memudahkan para penggunanya untuk melakukan transaksi jual beli tentunya E-wallet juga memiliki kelemahan yang mengakibatkan para penggunanya sangat berhati-hati dalam menentukan pilihan menggunakan E-wallet.

Clara, 2023 , Dompot digital atau e-wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa. Uang atau saldo yang ada di dalam e-Wallet adalah uang yang sebelumnya memang sudah disimpan dalam dompet digital tersebut. Dalam kasus yang lain, untuk top up e-wallet juga bisa dilakukan dengan cara menautkan rekening bank ke akun dompet digitalnya. (Pranowo, 2018) E-wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. Kuganathan dan Wikramanayake (2014) e-wallet atau yang sering disebut dengan mobile wallet adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat



Ewallet dikatakan sebagai jenis terbaru dari e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja online, dan untuk berbagi layanan yang tersedia.

Berdasarkan dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa e-wallet adalah suatu layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan instrumen pembayaran yang diantara lainnya adalah alat pembayaran yang menggunakan aplikasi dan juga uang elektronik, menampung dana dan juga melakukan pembayaran secara online antara setiap penggunanya. Karena di dalamnya terdapat uang elektronik, tentu saja setiap akun juga dilengkapi dengan data identitas yang lengkap terkait pemilik akun. Selanjutnya, keberadaan aplikasi dompet digital memiliki fungsi yang sangat beragam, tidak hanya untuk alat pembayaran saja, namun juga bisa digunakan sebagai alat untuk memverifikasi terhadap suatu aktivitas jual beli. Beberapa manfaat dari *e-wallet* adalah:

1. Mewujudkan *cashless society*

Pada 2014, Bank Indonesia menggagas Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk membuat masyarakat semakin mengenali transaksi nontunai. Selain praktis dan nyaman, transaksi nontunai dapat mempermudah dalam mengatur keuangan. Gerakan ini sendiri digagas karena melalui transaksi nontunai, Bank Indonesia dapat mengurangi anggaran sebesar Rp3,5 triliun. Anggaran tersebut digunakan untuk mencetak uang baru, juga untuk menggantikan uang yang sudah kumal.



nya promosi

lapat berbagai promosi seperti potongan harga atau *cashback* yang

kamu manfaatkan. Beberapa aplikasi juga menyediakan sistem poin

setiap melakukan transaksi yang dapat kamu tukar dengan hadiah menarik.

3. Mempermudah pencatatan transaksi

Karena berbasis elektronik, kamu juga akan lebih mudah dalam mengetahui pengeluaranmu.

4. Lebih aman

Asalkan kamu menjaga akun, *password*, dan tidak memberikan OTP kepada pihak lain, *e-wallet* adalah sistem yang cukup aman dari pencurian dana. Bahkan, kamu juga tidak perlu lagi untuk panik kala dompet tertinggal, karena tetap bisa bertransaksi melalui dompet digital.

5. Dapat melakukan berbagai transaksi

Fitur dan layanan *e-wallet* yang semakin lengkap membuat kita semakin mudah untuk bertransaksi, baik untuk berbelanja, investasi, hingga bersedekah. Meskipun begitu, kamu tetap harus bijak dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Menurut berbagai penelitian yang salah satunya dilakukan oleh CNBC, transaksi secara *online* cenderung membuat kita lebih boros. Hal ini karena individu tidak melihat atau merasakan nominal uang yang dikeluarkan.

E-Wallet sebagai ekosistem keuangan digital

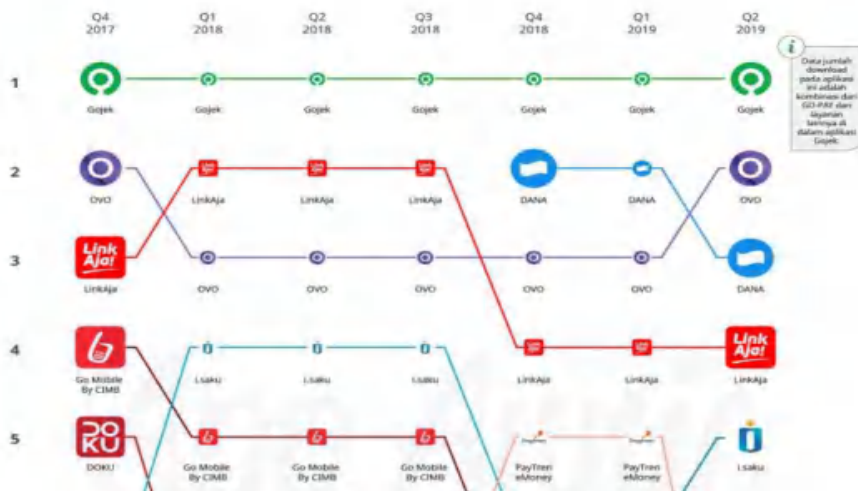


alnya e-wallet hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang. Namun seiring waktu, e-wallet telah menjadi ekosistem yang

[terintegrasi dengan berbagai layanan, seperti transportasi daring, pengiriman makanan, E-commerce, dan bahkan perbankan. Ini membuat e-wallet menjadi titik pusat bagi aktivitas digital harian pengguna. Selain itu e-wallet juga menyediakan program promosi, cashback, dan diskon untuk memperkuat ekosistem digital (Krismajayanti, dkk. 2024).

Berikut ini beberapa jenis layanan e-wallet yang ada di Indonesia (Andini, 2020).

Gambar 2.1 Grafik e-Wallet yang banyak paling digunakan



Sumber: <https://www.liputan6.com>

#### a. OVO (Grabpay)

Sempat dibekukan oleh Bank Indonesia, e-wallet dari Grab kini hadir kembali dengan nama OVO. Saat pengguna mengaktifkan OVO pada

asi Grab, maka sisa saldo pada Grab Pay akan otomatis muncul pada OVO. OVO sudah diterima oleh 70% pusat perbelanjaan di Indonesia asuk kafe, bioskop, penyelenggara parkir, dan



supermarket.

b. GoPay

Saat ini saldo Go-Pay bisa digunakan untuk berbagai layanan yang ada di aplikasi Go-Jek, seperti membayar ongkos Go-Ride, memesan makanan, top up pulsa, dan layanan lainnya. Jadi sebenarnya, sekarang pun sudah bisa melakukan banyak hal dengan fitur Go-Pay. Hal ini mengingat aplikasi Go-Jek sudah menyediakan berbagai layanan yang melingkupi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

c. DANA

Dana merupakan aplikasi dompet digital yang sudah memperoleh izin dari pihak Bank Indonesia sebagai Lembaga Keuangan Digital (LKD), serta penggunaan emoney dan e-wallet. Aplikasi DANA terhubung dengan pihak kependudukan dan pencatatan sipil, sehingga masa approvalnya pun bisa dipersingkat. Aplikasi DANA bisa digunakan untuk membayar tagihan dan berbelanja di berbagai merchant. Bahkan terhubung dengan ATM Bersama, serta BPJS Kesehatan. Oleh karenanya, bisa dibilang aplikasi e-wallet ini berbeda dan lebih fleksibel.

d. LinkAja



an ini berupa aplikasi yang bisa digunakan untuk bertransaksi  
nya uang tunai di merchant yang menjadi rekanan Bank Mandiri dan  
onsel. Selain itu, aplikasi ini juga bisa melakukan keperluan lainnya

seperti transfer dan tarik tunai. Untuk bertransaksi secara offline, bisa dengan cara tap atau scan. Hingga saat ini, ada sekitar satu juta pengguna yang memanfaatkan layanan ini. Bagi nasabah bank Mandiri, menggunakan LinkAja akan lebih praktis karena semuanya bisa dikelola dalam satu rekening.

e. ShopeePay

Shopee Pay adalah fitur layanan dompet dan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana. Shopee Pay sendiri memiliki banyak manfaat, yaitu:

- 1) Untuk menerima pengembalian dana/*refund* dari seller Shopee
- 2) Untuk berbelanja menggunakan QRIS Shopee di *merchant* yang menyediakan pembayaran melalui Shopee
- 3) Membayar menggunakan Shopee Pay di merchant offline bisa mendapatkan cashback dan promo dengan syarat dan ketentuan berlaku.

Kehadiran e-wallet tentu sangat membantu dalam melakukan transaksi finansial. Berikut beberapa keuntungan ketika menggunakan e-wallet (Upadhayaya, 2012):

a. Kirim dan terima pembayaran dapat dilakukan di mana saja.



akukan pembayaran ataupun transfer menjadi lebih mudah

at mengelola akun dari ponsel.

at menerima atau transfer dana langsung ke e-wallet.

- e. Ada email atau pemberitahuan SMS setelah transaksi.

### 2.1.6 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali diusulkan oleh Davis (1986). TAM merupakan model yang obyektif, teoritis dan empiris yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan sistem informasi (Heijden, 2003). TAM merupakan model yang mempelajari penerimaan teknologi oleh individu yang menjelaskan bagaimana individu tersebut menerima dan menggunakan teknologi (Elwalda et al., 2016). Tujuan TAM adalah untuk mengetahui tingkat penerimaan suatu sistem teknologi baru pada pelaku pengguna teknologi informasi. TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu suatu model yang dikembangkan sebenarnya berfokus pada pembahasan terhadap perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Alfaris, 2023). TAM memiliki dua faktor persepsi utama yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*) (Hong, Thong, & Tam, 2006). Kegunaan persepsi (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke minat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.



enurut Ramadhan (2017), TAM adalah teori yang bertujuan untuk  
 ikan penjelasan mengenai faktor tertentu pada penerimaan teknologi  
 i secara general dan memaparkan perilaku para pengguna akhir (*end-*

*user*) teknologi informasi menggunakan beberapa variasi yang luas dan populasi pengguna guna menyediakan dasar-dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap landasan psikologis.

Menurut Davis, dkk (1989), TAM adalah sebuah teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi dengan berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*).

Menurut Nugroho (2008), TAM adalah teori sistem teknologi informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi mereka untuk bagaimana dan kapan menggunakan sistem informasi teknologi tersebut khususnya dalam hal manfaat dan kemudahan.

Menurut Jogiyanto (2007), TAM adalah sebuah teori yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. TAM digunakan untuk melihat bagaimana



dopsi responden dalam menerima teknologi informasi.

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki manfaat yang signifikan pengembangan teknologi, (Wicaksono, 2022) antara lain:

- a. Dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna TAM dapat membantu organisasi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, seperti *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga). Dengan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih baik dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.
- b. Dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi Dengan memperhatikan faktor-faktor pada TAM, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengguna.
- c. Dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis TAM dapat membantu organisasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait teknologi yang akan dikembangkan dan diterapkan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, organisasi dapat memilih teknologi yang paling cocok untuk pengguna dan

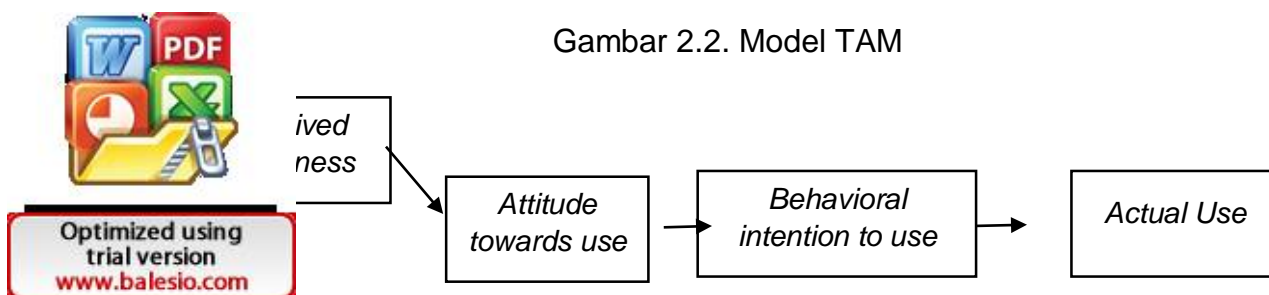


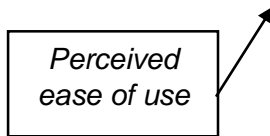
dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

- d. Dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan teknologi Dengan memperhatikan faktor-faktor pada TAM, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih efektif dan efisien bagi pengguna. Teknologi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka.
- e. Dapat meminimalkan risiko kegagalan penggunaan teknologi Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pada TAM, organisasi dapat meminimalkan risiko kegagalan penggunaan teknologi. Teknologi yang dirancang dengan baik dan dapat diterima dengan baik oleh pengguna dapat mengurangi kemungkinan kegagalan dalam penggunaan teknologi tersebut.

TAM bertujuan untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum serta menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (user) teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai.

Berikut ini merupakan diagram Teori Teknologi Acceptance Model yang dikemukakan Davis (1989):





Davis (1989) menyatakan dalam TAM, mengandaikan dua keyakinan tertentu yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kegunaan penggunaan (*perceived usefulness*) adalah proses yang terjadi dimana seseorang individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan prestasi kinerja individu tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memberi keyakinan kepada pengguna bahwa teknologi informasi tersebut merupakan hal yang mudah dan tidak membebani pengguna. Sikap terhadap pengaplikasian (*attitude towards use*) dapat diartikan sebagai bentuk evaluasi yang dilakukan oleh individu pengguna sistem tersebut mengenai keingintahuan dalam penggunaan teknologi. Perilaku keinginan untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) merupakan kecenderungan individu yang menggunakan sistem informasi untuk tetap menggunakan sebuah teknologi karena dinilai memiliki manfaat untuk meningkatkan kinerja. Pemakaian aktual (*actual use*) merupakan keadaan sesungguhnya dalam pengaplikasian sistem. Individu akan merasakan manfaat dari teknologi apabila sistem informasi tersebut mudah digunakan dan meningkatkan kinerja mereka. Jika pengguna (*user*) menyakini



istem informasi tersebut memiliki manfaat maka akan menggunakan tersebut, dan sebaliknya jika pengguna (*user*) tidak memiliki keyakinan

bahwa sistem informasi tersebut memiliki manfaat maka dengan begitu tidak akan menggunakannya.

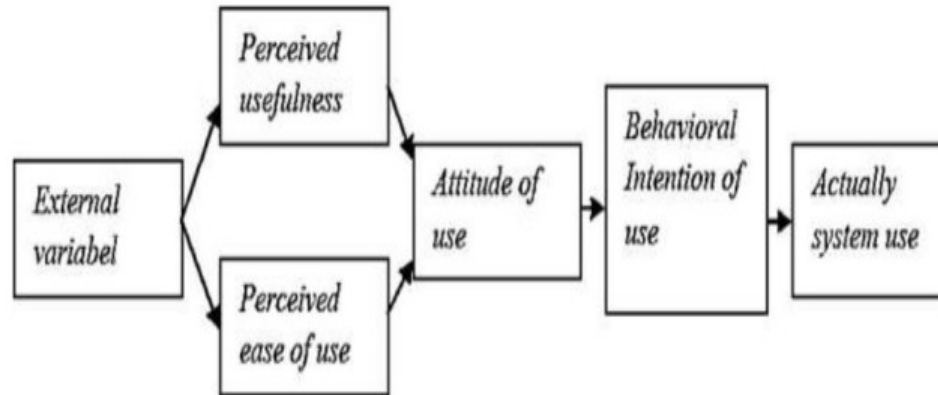
Adapun konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna, (Wicaksono, 2022). TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>
adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. Perceived usefulness dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.	adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. Perceived ease of use dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.

Selain dua faktor utama tersebut, TAM juga mempertimbangkan faktor lain salah satunya seperti trust (kepercayaan). Teori ini mengacu pada satu asumsi bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu akan  
 akan sikap dan perilaku orang tersebut dalam penerimaan  
 i (Davis, 1989).



### MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)



Sumber: Davis (1989)

Menurut (Davis, 1989) didalam teori *Tehnology Acceptance Model* (TAM) persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan dua konstruk utama dalam memengaruhi segi pengadopsian suatu teknologi oleh pelanggan. Kedua variabel tersebut merupakan faktor dasar yang menjadi perhatian pengguna ketika memutuskan untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi karena memiliki hubungan dalam prediksi sikap seseorang.

#### 2.1.7 Persepsi Pengguna (*Perceived Usefulness*)

*Perceived usefulness* menjadi salah satu faktor penting yang membentuk perilaku keinginan dalam menggunakan teknologi. *Usefulness* diartikan sebagai penilaian adanya prospek (harapan baik) yang berasal dari



dan pribadi, dengan maksud jika menggunakan sistem aplikasi tertentu meningkatkan kualitas kerja dan kualitas hidupnya, keyakinan dengan menggunakan aplikasi akan meningkatkan kinerja dirinya.

Persepsi Manfaat adalah dimana seseorang percaya sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Ahmad dan Pambudi, 2013). Dalam penelitian ini terdapat variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan yang mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet (Dwi Y, 2020). Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto dalam Ahmad dan Pambudi, 2013). Menurut Dalcher dan Shine dalam Bayu dan Dewa (2019) menjelaskan persepsi manfaat sebagai perjanjian kepercayaan bahwa teknologi dapat mampu meningkatkan usaha seseorang. Menurut Davis et al dalam jurnal Ahmad dan Pambudi (2013) persepsi manfaat yaitu dimana seseorang percaya akan teknologi dan meningkatkan suatu kinerja seseorang dalam usahanya. Sedangkan menurut Rahmatsyah dalam Marchelina dan Pratiwi (2016) mengatakan bahwa persepsi manfaat yaitu sebagai probabilitas subyektif untuk pemakai suatu aplikasi guna memudahkan kinerja bagi pekerjanya.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa seseorang tidak akan menggunakan e-wallet apabila seseorang tidak percaya dalam melakukan sesuatu pekerjaan tidak menghasilkan manfaat apa-apa, begitu juga ya seseorang akan menggunakan e-wallet jika seseorang percaya nelakukan sesuatu pekerjaan akan memberikan manfaat dalam



menyelesaikan pekerjaannya. Oleh karena itu persepsi manfaat dapat mempengaruhi konsumsi pengguna e-wallet dalam bertransaksi.

Dimensi *usefulness* (Saputra dan Misfariyan, 2013) meliputi:

- a. Kegunaan, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktivitas.
- b. Efektivitas, meliputi dimensi: mempertinggi efektivitas, mengembangkan kinerja pekerjaan.

Indikator *usefulness* (Fatmawati, 2015) adalah:

- a. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*).
- b. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*).
- c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).
- d. Tepat guna (*effectiveness*).
- e. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*).
- f. Bermanfaat (*useful*)

#### 2.1.8 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Davis (1989) Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) adalah suatu keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem atau teknologi tersebut tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*).

*Ease of use* juga digunakan untuk melihat sejauh mana calon pengguna ingin penerapan sistem yang mudah. Dengan kata lain calon pengguna tidak menginginkan kesulitan yang tinggi untuk mempelajari dan



menerapkan penggunaan teknologi tersebut. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Jogiyanto, 2007). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Dari definisi tersebut, maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Menurut Kademaunga dan Phiri (2019) persepsi kemudahan penggunaan yaitu tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan dapat berkontribusi dengan cara yang berperan dalam meningkatkan kinerja seseorang. Karena kenyataan bahwa pengguna harus mengerahkan sedikit usaha dengan alat yang mudah digunakan, ia akan mampu upaya cadang untuk menyelesaikan tugas-tugas lain. Persepsi



ran penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
- b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah lebih positif.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki beberapa sumber indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur. Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan menurut Pratiwi et al. (2017):

1. Penggunaan yang mudah dipelajari.



ksi yang jelas dan mudah dipahami.

ksi tidak membutuhkan usaha yang besar.

h digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Dimensi *ease of use* menurut Venkatesh dan Davis dalam (Setiawan, 2017) adalah:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
- c. Sistem mudah digunakan

Indikator *ease of use* (Setiawan, 2017) adalah:

- a. Sistem sangat mudah dipelajari (*easy to learn*).
- b. Pengerjaan sistem terkendali dengan baik (*controllable*).
- c. Jelas dan dapat dipahami (*clear dan understandable*).
- d. Sistem sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna (*easy to become skillful*).
- e. Sistem sangat mudah untuk dioperasikan (*easy to use*).

Menurut Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) membagi konstruk untuk pengukuran persepsi kemudahan penggunaan menjadi 6, antara lain:

- a. *Easy to Learn* (mudah dipelajari) Sistem informasi yang digunakan
- b. Mudah untuk dipelajari cara pengoperasiannya.
- c. *Controllable* (mudah dikontrol) Sistem informasi yang digunakan mudah dikontrol sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna.
- d. *Clear and Understandable* (jelas dan mudah dipahami) Sistem informasi



; digunakan jelas dan mudah dipahami oleh pengguna.

*ible* (fleksibel) Sistem informasi yang digunakan fleksibel untuk

saksi keuangan oleh pengguna.

- f. *Easy to Become Skillful* (mudah menjadi terampil) Penggunaan sistem informasi yang menjadikan terampil atau mahir bagi pengguna.
- g. *Easy to Use* (mudah digunakan) Sistem informasi mudah untuk digunakan oleh pengguna.

Berdasarkan uraian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi. Indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dari Davis (1989) dalam Jogiyanto (2007) yaitu mudah dipelajari, mudah dikontrol, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil, dan mudah digunakan.

#### 2.1.9 *Planned Behavior Theory*

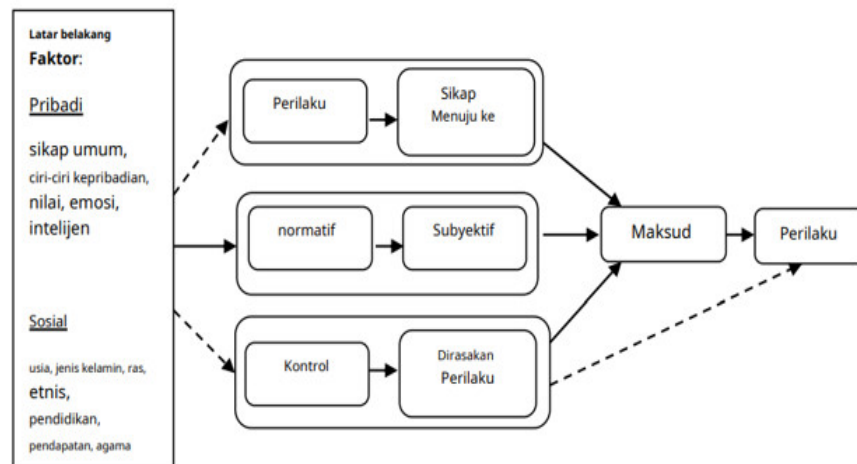
*Planned Behavior Theory* merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* yang menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku secara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. (Ajzen, 2012) menambahkan konstruk yang belum ada dalam *Theory of Reasoned Action*, yaitu *perceived behavioral control*. Konstruk ini ditambahkan dalam upaya untuk memahami batas-batas yang dimiliki individu untuk melakukan perilaku tertentu.

Dengan kata lain, baik atau tidaknya suatu perilaku dipraktikkan tidak an semata-mata oleh sikap dan norma subyektif, melainkan juga an oleh persepsi kontrol individu atas apa yang dapat mereka lakukan sumber dari keyakinannya akan kontrol tersebut (*control belief*). Lebih



detail, (Ajzen, 2012) menambahkan individu faktor latar belakang ke dalam *Planned Behavior Theory*, sehingga secara skematis digambarkan seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 2.3  
Teori Perilaku Terencana



Berdasarkan model teori dari *Theory of Planned Behavior*, dijelaskan bahwa faktor latar belakang (seperti usia, jenis kelamin, ras, status sosial ekonomi, suasana hati, sifat kepribadian, dan pengetahuan) mempengaruhi individu sikap dan perilaku terhadap sesuatu. Keyakinan perilaku adalah apa yang diyakini individu mengenai suatu perilaku baik dari sisi positif maupun negatif, sikap terhadap perilaku atau kecenderungan untuk mempengaruhi bereaksi terhadap suatu perilaku, berupa suka atau tidak



terhadap perilaku tersebut.

Keyakinan normatif yang secara langsung dan tegas terkait dengan norma yang berlaku di lingkungan dikemukakan oleh Lewin dalam *Field Theory*. Norma

subyektif didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang termotivasi untuk mengikuti pandangan orang tentang perilaku yang akan dipraktikkan (keyakinan normatif). Ketika seorang individu berpikir itu adalah hak pribadinya untuk memutuskan apa yang dia lakukan, dan itu tidak boleh diputuskan oleh orang lain di sekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang lain pada perilaku yang akan dia praktikkan. Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dipraktikkan (*control belief*) diperoleh dari banyak hal. Yang pertama adalah pengalaman sebelumnya mempraktikkan perilaku yang sama atau pengalaman yang diperoleh dari melihat orang lain (misalnya teman, kerabat dekat) mempraktikkan perilaku yang membuatnya percaya bahwa dia juga akan dapat mempraktikkannya. Yang kedua adalah keyakinan individu bahwa perilaku akan dapat dipraktikkan juga ditentukan oleh ketersediaan waktu dan fasilitas untuk mempraktikkan perilaku tersebut, dan kemampuan untuk menghadapi setiap kesulitan yang dapat menghambat praktik perilaku tersebut.

*Perceived behavioral control* adalah keyakinan bahwa seorang individu telah atau belum pernah mempraktekkan suatu perilaku tertentu, individu tersebut memiliki fasilitas dan waktu untuk mempraktekkan perilaku tersebut, kemudian individu memperkirakan kemampuannya apakah mereka memiliki



ig diperlukan untuk mempraktekkan perilaku tersebut. Niat untuk ktekkan perilaku adalah kecenderungan seseorang untuk memilih an atau tidak melakukan suatu pekerjaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa teori perilaku terencana (*planned behavior theory*) adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*, menambahkan *perceived behavioral control* untuk memahami batasan individu dalam perilaku, seperti usia, jenis kelamin, dan suasana hati memengaruhi sikap dan perilaku. Keyakinan perilaku, norma subyektif, dan *perceived behavioral control* memainkan peran penting dalam menentukan niat individu untuk melakukan suatu perilaku. Teori ini menyediakan kerangka kerja yang komprehensif dalam memahami perilaku manusia.

## 2.2 TINJAUAN EMPIRIS

Kajian empiris adalah kajian yang diperoleh dari observasi atau percobaan. Kajian empiris adalah informasi yang membenarkan suatu kepercayaan dalam kebenaran atau kebohongan suatu klaim empiris. Dalam pandangan empiris, seseorang hanya dapat mengklaim memiliki pengetahuan saat seseorang memiliki sebuah kepercayaan yang benar berdasarkan bukti empiris. Dalam arti lain, Kajian empiris sama artinya dengan hasil dari suatu percobaan.

Beberapa kajian empiris yang telah dilakukan tentang penerapan TAM, antara lain:



(Glavee-Geo et al., 2017) membahas tentang Adopsi layanan an seluler di Pakistan: apakah ada perbedaan gender?. Penelitian ini ikan dukungan terhadap pengaruh positif dari persepsi kontrol perilaku

(PBC) dan sikap (ATT) terhadap niat adopsi m-banking. Perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan ditemukan mempengaruhi norma sosial (SN) terhadap niat adopsi, meskipun sampel gabungan laki-laki dan perempuan tidak signifikan. Dampak SN terhadap adopsi perbankan lebih kuat pada perempuan dibandingkan laki-laki. Menariknya, makalah kami memberikan temuan yang bertentangan mengenai peran PBC terhadap niat adopsi. Pengaruh PBC terhadap niat mengadopsi perbankan ternyata lebih kuat secara signifikan pada laki-laki dibandingkan perempuan.

Penelitian (Nathan et al., 2022) ini menyelidiki literasi keuangan, adopsi fintech, dan dampak krisis COVID-19 terhadap kesehatan keuangan konsumen di Vietnam. Tiga puluh peserta diwawancarai dan diberikan formulir survei untuk diisi secara online menggunakan ponsel mereka. Analisis data adalah dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 23. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, citra merek, dukungan pemerintah, inovasi pengguna, dan sikap terbukti signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech di Vietnam, sementara literasi keuangan ditemukan tidak signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech. Selanjutnya analisis lebih lanjut menggunakan regresi linier berganda mengungkapkan bahwa inovasi dan sikap pengguna mempunyai dampak positif terhadap fintech, sebaliknya, literasi keuangan menunjukkan dampak negatif terhadap fintech.



Selanjutnya penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) mengenai Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan hasil pengujian secara empiris faktor – faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial di provinsi Bali dalam menggunakan fintech. Teori yang digunakan dalam menganalisis minat penggunaan fintech adalah kombinasi dari teori *Technology Accaptence Model (TAM)* dan *Theory Planned Behavior (TPB)* sebagai acuan terorisitas penelitian. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan probability sampling dan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 140 responden. Kemudian alat analisis yang digunakan menggunakan software SmartPLS. Hasil pengujian secara empiris menunjukkan minat generasi milenial untuk menggunakan fintech dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan. Bukti lain menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki skor path coefficient yang tertinggi yang diikuti dengan persepsi kemudahan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa generasi milenial lebih mementingkan sistem keamanan fintech yang menjamin informasi pribadi mereka, juga aman ketika melakukan transaksi.



an generasi milenial lebih suka melakukan sesuatu dengan praktis dan aman waktu, dalam hal ini bertransaksi menggunakan fintech.

Penting bagi perusahaan fintech untuk memberikan jaminan keamanan sistem dan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan fintech.

(Iffat & Laksmi, 2023) tentang Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif menggunakan menggunakan. Kuesioner didistribusikan secara online. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 265 orang di masyarakat Kota Medan. Ini penelitian menggunakan analisis data dengan analisis *Structural Equation Modelling* dengan metode *Partial Least Square* (PLS) dibantu oleh SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan memiliki dampak positif dan signifikan pada minat untuk menggunakan dompet elektronik.

Penelitian yang dilakukan (M. T. Putri et al., 2023) dengan judul Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan dan risiko terhadap penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Metode



umpulan data yang digunakan adalah survei dengan menggunakan teknik pengambilan sampelnya. Dengan menggunakan regresi linier

berganda untuk analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan dan risiko berpengaruh terhadap penggunaan QRIS. Hasil penelitian tersebut berhasil memberikan dukungan terhadap teori TAM yang diajukan. Mahasiswa menggunakan QRIS sebagai pembayaran digital karena mereka merasa dengan menggunakan QRIS akan mempercepat pembayaran dan fleksibel digunakan sebagai alat pembayaran.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dirangkumlah tinjauan empiris pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Tinjauan Empiris**

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
1	Richard Glavee-Geo, Aijaz Ahmed Shaikh, Heikki Karjaluoto. 2017 Sumber: <u>International Journal of Bank Marketing</u>	Variabel Dependen: 1. Persepsi Kontrol Perilaku (PBC) 2. Norma Social (SN) Variabel Moderasi: Gender Variabel Independen: Niat Adopsi M-Banking	Dampak SN terhadap adopsi perbankan lebih kuat pada perempuan dibandingkan laki-laki. Pengaruh PBC terhadap niat mengadopsi perbankan ternyata lebih kuat secara signifikan pada laki-laki dibandingkan perempuan.
2	Safitri dan Diana, 2020	Variabel Dependen: Minat Penggunaan OVO  Variabel Independen:	1. Secara simultan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO.



	Sumber: E-Jurnal Riset Akuntansi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kegunaan</li> <li>2. Persepsi Kemudahan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat penggunaan OVO.</li> <li>3. Persepsi kemudahan pengguna (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat penggunaan OVO.</li> </ol>
3	Rahmawati dkk 2020  Sumber: Journal Of Economics And Banking	<p>Variabel Independen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Manfaat</li> <li>2. Kemudahan</li> <li>3. Keamanan</li> </ol> <p>Variabel Dependen (Y): Keputusan Penggunaan E-Wallet</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap e-wallet,</li> <li>2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet,</li> <li>3. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet.</li> </ol>
4	Kusuma dan Syahputra (2020)  Journal of Business Information	<p>Variabel Dependen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kemudahan</li> <li>2. Persepsi Manfaat</li> </ol> <p>Variabel Independen (Y): Sikap Penggunaan E-Wallet</p>	Persepsi Manfaat (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Sikap Penggunaan (Y), Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh secara positif terhadap Sikap Penggunaan (Y).



5	<p>Nathan dkk 2022</p> <p>Sumber: Journal Of Risk And Financial Management.</p>	<p>Variabel Dependen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kemudahan</li> <li>2. Persepsi Manfaat</li> <li>3. Kepercayaan</li> <li>4. Citra Merek</li> <li>5. Dukungan Pemerintah</li> <li>6. Inovasi Pengguna</li> <li>7. Sikap</li> <li>8. Literasi Keuangan</li> </ol> <p>Variabel Independen (Y): Adopsi Fintech</p>	<p>Semua variabel X terbukti signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech di Vietnam, kecuali variabel literasi keuangan ditemukan tidak signifikan berkorelasi dengan adopsi fintech. Selanjutnya analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa inovasi dan sikap pengguna mempunyai dampak positif terhadap adopsi fintech, sebaliknya, literasi keuangan menunjukkan dampak negatif yang signifikan terhadap fintech.</p>
6	<p>Trisna Aditya Luh Putu Mahyuni (2022)</p> <p>Sumber: Jurnal Ekonomi Manajemen ans</p>	<p>Variabel dependen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. literasi keuangan</li> <li>2. persepsi kemudahan</li> <li>3. persepsi manfaat</li> <li>4. keamanan</li> <li>5. pengaruh sosial</li> </ol> <p>Variabel independen (Y): minat penggunaan fintech</p>	<p>Minat generasi milenial untuk menggunakan fintech dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan.</p>



7	<p>Muh. Farid Iffat. Ayu Chairina Laksmi (2023)</p> <p>Sumber: Proceeding Of National Conference On Accounting &amp; Finance</p>	<p>Variabel dependen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. persepsi manfaat,</li> <li>2. kemudahan penggunaan,</li> <li>3. risiko</li> </ol> <p>Variabel independen (Y): minat menggunakan dompet elektronik</p>	<p>Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan memiliki dampak positif dan signifikan pada niat untuk menggunakan dompet elektronik</p>
8	<p>Melisa Tania Putri Atika Jauharia Hatta Cahyo Indraswono (2023)</p> <p>Sumber:: Jurnal Ekonomi &amp; Bisnis</p>	<p>Variabel dependen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. persepsi manfaat</li> <li>2. persepsi kemudahan</li> <li>3. kepercayaan</li> <li>4. gaya hidup</li> <li>5. literasi keuangan</li> <li>6. risiko</li> </ol> <p>variabel independen (Y): penggunaan QRIS</p>	<p>Variabel pada penelitian tersebut berhasil memberikan dukungan terhadap teori TAM yang diajukan. Mahasiswa menggunakan QRIS sebagai pembayaran digital karena mereka merasa dengan menggunakan QRIS akan mempercepat pembayaran dan fleksibel digunakan sebagai alat pembayaran.</p>

