

Berlyana Imam

Manajemen S1, Universitas Putra Bangsa

E-mail: Berlyanaimam04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* yang di mediasi oleh *Intention to Use* (Studi Pada Gen Z yang Menggunakan *E-Wallet* Di Kabupaten Kebumen). Populasi dalam penelitian ini adalah para Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen sebagai media untuk bertransaksi secara digital. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, uji korelasi, analisis jalur, dan uji sobel. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, (2) *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, (3) *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual use*, (4) *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*, (5) *Intention to Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*, (6) *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use*, (7) *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use*.

Kata Kunci: *Social Influence, Facilitating Conditions, Intention to Use, Actual Use.*

Abstract

This study aims to examine the effect of Social Influence and Facilitating Conditions on Actual Use mediated by Intention to Use (Study of Gen Z who use e-wallets in Kebumen district). The population in this study are Gen Z who use E-Wallet in Kebumen Regency as a medium for digital transactions. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis used is the validity and reliability instrument test, the classical assumption test, the hypothesis test, the coefficient of determination test, the correlation test, path analysis, and the sobel test. The data processing tool uses SPSS for Windows version 25.0. The results of the study show that: (1) Social Influence has a positive and significant effect on Intention to Use, (2) Facilitating Conditions has a positive and significant effect on Intention to Use, (3) Social Influence has a positive and significant effect on Actual use, (4) Facilitating Conditions do not have a positive and significant effect on Actual Use, (5) Intention to Use has a positive and significant effect on Actual Use, (6) Social Influence has a positive and significant effect on Actual Use through Intention to Use, (7) Facilitating Conditions have a positive and significant effect towards Actual Use through Intention to Use.

Keywords: content, formatting, article.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi dalam beberapa tahun ini telah menyebabkan perubahan pada segala aspek kehidupan diantaranya dibidang ekonomi, sosial, pendidikan dan budaya. Penggunaan teknologi dan informasi sering kali diikuti penggunaan fasilitas internet. Di sektor keuangan, internet digunakan untuk memfasilitasi transaksi pembayaran.

Saat ini masyarakat yang sebelumnya menggunakan uang tunai (cash based) kini sudah mulai mengenal dan menggunakan pembayaran non tunai untuk berbagai transaksi pembayaran. Salah satu jenis alat pembayaran non tunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah electronic wallet atau "E-wallet".

Menurut (Widiyanti, 2020) E-Wallet adalah aplikasi yang terhubung ke Internet dan digunakan untuk menyimpan uang elektronik.

Perusahaan menggunakan kematangan teknologi untuk menciptakan layanan terobosan baru yang disebut Fintech atau singkatan dari Financial Technology. Fintech merupakan singkatan dari financial technology. Berdasarkan National Digital Research Center (NDRC) mendefinisikan sebagai istilah yang dapat digunakan untuk menyebut inovasi dalam bidang jasa keuangan atau finansial. Inovasi yang dimaksud adalah inovasi finansial yang diberikan sentuhan teknologi modern (Maulida, 2019). Adanya Fintech diharapkan dapat membawa proses transaksi keuangan yang lebih praktis namun tetap aman. Proses transaksi keuangan ini meliputi proses pembayaran,

peminjaman uang, transfer uang, atau jual beli saham. Dengan bantuan teknologi, proses bisnis dapat diselesaikan kapan saja dan di mana saja. Hal ini tentunya dapat mempercepat dan mempermudah proses transaksi yang dilakukan, sehingga dengan sendirinya Fintech akan cepat menjadi kebutuhan yang mempengaruhi gaya hidup banyak orang, terutama yang gaya hidupnya tidak jauh dari Teknologi atau Gadget. Hal tersebut ditunjukkan dengan Pertumbuhan pasar produk Fintech.

Perkembangan E-wallet bukan karena fasilitas yang disediakan oleh Mobile Wallet, tetapi karena jumlah perangkat Mobile yang bertambah. Saat ini hampir setiap orang memiliki perangkat Mobile dan perangkat Mobile tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Karena penggunaan perangkat seluler yang semakin meningkat, para pelaku bisnis akhirnya berinovasi menggunakan perangkat seluler sebagai perantara penggunaan E-wallet (Haliza & Habib, 2022). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa E-wallet hadir bukan sebagai pengganti transaksi tunai, melainkan sebagai pelengkap dari uang tunai itu sendiri.

Analisis yang dilakukan iPrice dan App Annie (2020) menunjukkan penggunaan aplikasi finansial di Indonesia mengalami peningkatan hingga 70% sejak Juni 2019 hingga Juni 2020. Total sesi pada 2019 untuk penggunaan aplikasi finansial sebanyak 1,67 miliar meningkat hingga 2,83 miliar per Juni 2020. Data didapatkan dengan menganalisis total sesi yang dihabiskan oleh orang Indonesia di aplikasi finansial berbasis perangkat Android, hal ini dikarenakan pengguna Android memiliki dominasi yang sangat besar di Indonesia (Dea Devita, 2020). Sebuah survei yang dilakukan Populix menunjukkan saat ini terdapat lima uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat yakni GoPay, OVO, DANA, Shopee Pay dan LinkAja. Hasilnya GoPay menjadi aplikasi E-wallet paling banyak digunakan dengan nilai 88 persen, kemudian disusul DANA 83 persen, OVO 79 persen, Shopee Pay 76 persen, dan LinkAja 30 persen (Ramli, 2022).

Program E-wallet digunakan oleh sebagian besar pengguna untuk bertransaksi pada platform belanja online, pemesanan transportasi online, dan juga pemesanan makanan online. transaksi seperti ini biasanya dilakukan pada kalangan Generasi Z yang sudah melek teknologi dan sudah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya. Generasi Z atau Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1996 sampai dengan 2012, sebelum generasi milenial atau generasi Y. Populasi Indonesia didominasi oleh Generasi Z berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 27.94% penduduk di dalam negeri berasal dari generasi kelahiran 1997-2012 (Widi, 2022). Generasi Z lahir dan tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi, sehingga mereka terbiasa memanfaatkan berbagai

teknologi tersebut untuk memenuhi dan juga memudahkan kehidupan mereka (Ryan, 2022). Siapa pun yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 (usia 26 hingga 41 tahun 2022) disebut sebagai Milenial, sedangkan mereka yang lahir setelah tahun 1997 disebut sebagai Generasi Z (Bernadeta, 2021). iPhone diluncurkan pada tahun 2007, ketika Gen Z tertua berusia 10 tahun. Pada saat mereka berusia remaja, sarana utama yang digunakan anak muda Amerika untuk terhubung dengan web adalah melalui perangkat seluler, WIFI, dan layanan seluler bandwidth tinggi. Media sosial, konektivitas konstan, serta hiburan dan komunikasi sesuai permintaan adalah inovasi yang diadaptasi oleh generasi Millennial seiring bertambahnya usia. Bagi mereka yang lahir setelah tahun 1996, ini sebagian besar diasumsikan (Dimock, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh (Baptista & Oliveira, 2015) dimana penelitian ini Menganalisis Pesatnya kemajuan komunikasi, teknologi seluler, dan menjamurnya perangkat pintar yang telah meningkatkan pentingnya layanan perbankan seluler bagi bank, lembaga keuangan, dan penggunanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasilnya, Harapan kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan ditemukan sebagai yang paling signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Maharani, 2021) penelitian ini menganalisis hubungan antar variabel yang terdapat pada UTAUT 2 ditambah variabel kepuasan dengan keinginan untuk menggunakan transaksi Mobile Payment. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang terdapat pada UTAUT 2 ditambah variabel kepuasan dengan keinginan berpengaruh signifikan dengan niat menggunakan Mobile Payment.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ispriandina & Sutisna, 2019) penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Mobile Wallet dengan menggunakan model penerimaan teknologi unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT). Data primer diperoleh dari penggunaan E-wallet di Kota Bandung, dan hasil penelitian menemukan bahwa niat memiliki pengaruh paling signifikan terhadap intensi penggunaan berkelanjutan mobile wallet di Kota Bandung.

Penelitian mengenai actual use of E-wallet pada generasi Z dengan menggunakan UTAUT dengan objek Gen Z di Kabupaten Kebumen belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan juga intention to use dengan menggunakan UTAUT belum banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Belum pernah dan jarang dilakukan penelitian yang melatar belakang penulis untuk melakukan penelitian ini, hal lain yang melatar belakang penulis melakukan penelitian ini adalah agar bisa menjadi referensi para peneliti dikemudian hari.

Penelitian ini mengadopsi dua variabel dari teori UTAUT yaitu social influence dan facilitating condition.

Hal yang melatar belakangi peneliti mengadopsi social influence sebagai variabel di penelitian ini karena sebagai makhluk sosial yang saling berinteraksi satu sama lain, dalam kegiatan berinteraksi tersebut pasti akan membuahkan hasil entah itu perubahan sikap, persepsi atau tingkah laku dari makhluk sosial tersebut. Pengaruh social (social influence) adalah usaha yang dilakukan seseorang atau lebih untuk mengubah sikap, belief, persepsi atau tingkah laku orang lain (Asep, 2015).

Penentuan Social Influence sebagai variabel pada penelitian ini dikarenakan pengaruh sosial dari lingkungan sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk memutuskan sesuatu hal, maka dari itu saya sebagai penulis tertarik menggunakan variabel tersebut untuk ada dalam penelitian ini.

Penentuan facilitating condition sebagai variabel pada penelitian ini dikarenakan perkembangan zaman yang sudah sangat maju dimana smartphone sudah menjadi kebutuhan primer bagi seluruh masyarakat, seluruh aspek kehidupan telah terintegrasi dengan smartphone, mulai dari belanja, akses perbankan, bekerja hingga bersekolah membutuhkan alat komunikasi berupa handphone (Nadhira, 2021). Adanya sumber daya dan dukungan yang tersedia seperti smartphone dan koneksi internet akan mempengaruhi persepsi pengguna untuk menggunakan dan melakukan perilaku terhadap suatu teknologi informasi (Fauzi, 2003). Untuk memperluas jaringan layanan internet yang mengalir sampai desa, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) berencana membangun 4.200 Base Transceiver Station (BTS) di tahun 2021 (Agus Tri Haryanto, 2021). Pembangunan Base Transceiver Station (BTS) sebanyak 4.200 titik bermaksud memperluas jaringan internet untuk seluruh masyarakat Indonesia khususnya bagi mereka yang tinggal di desa dan pedalaman yang belum mendapatkan fasilitas internet dengan baik, hal ini memperkuat peneliti untuk memilih variabel facilitating condition dalam penelitian yang akan dilakukan.

KAJIAN PUSTAKA

Social Influence

Social influence sebagai sejauh mana seorang individu menganggap kepercayaan orang lain merupakan hal penting untuk individu tersebut menggunakan suatu sistem baru. *Social influence* sebagai determinan langsung dari behavioral intention direpresentasikan sebagai norma subjektif (Venkatesh, 2006). Keluarga, teman, lingkungan sangat berpengaruh kepada sikap yang nantinya akan diputuskan oleh seorang individu itu sendiri.

Facilitating Conditions

Facilitating conditions (kondisi fasilitas) didefinisikan sebagai individu untuk menggunakan sistem dipengaruhi oleh organisasi dan infrastruktur yang memadai. Kondisi

fasilitasi mengacu pada persepsi konsumen tentang sumber daya dan mendukung penggunaan teknologi (Junadi & Sfenrianto, 2015). *Facilitating conditions* didefinisikan sebagai tingkat di mana seorang individu percaya bahwa faktor-faktor seperti ketersediaan perangkat, pengetahuan, atau orang-orang dari kelompok sosial ada untuk mendukung penggunaan teknologi transportasi online (Isradila & Indrawati, 2017).

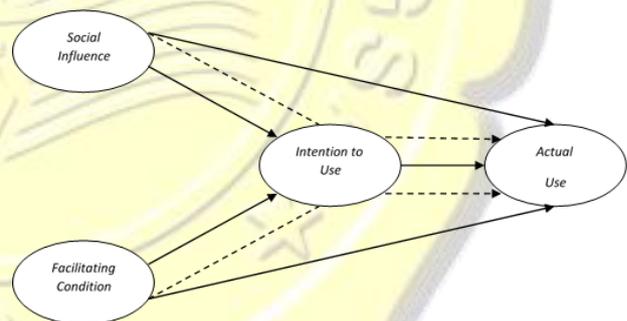
Intention to Use

Mowen & Minor (2012) mendefinisikan niat perilaku sebagai keinginan berperilaku dari konsumen dengan tujuan memiliki, menggunakan, ataupun membuang produk atau jasa. Seorang konsumen dapat berkeinginan untuk mencari informasi, menceritakan pengalamannya kepada orang lain tentang sebuah produk atau jasa dan berbagi tentang bagaimana mereka membeli, menggunakan, ataupun membuangnya.

Actual Use

Actual Use adalah kondisi nyata penggunaan sistem (Wibowo, 2006:3). Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku dikonsepsikan dalam penggunaan sesungguhnya (*actual use*) yang merupakan bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Dengan kata lain pengukuran penggunaan sesungguhnya (*actual use*) diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaannya.

Model Empiris



Gambar 1. Model Empiris

HIPOTESIS

H1: Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Using E-wallet* pada Gen Z.

H2: Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Using E-wallet* pada Gen Z.

H3: Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Actual Use E-wallet* pada Gen Z.

H4: Apakah *Facilitating Condition* memiliki pengaruh terhadap *Actual Use E-wallet* pada Gen Z.

H5: Apakah *Intention to Use* memiliki pengaruh terhadap *Actual Use* pada Gen Z.

H6: Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel *intervening* pada Gen Z.

H7: Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* sebagai variabel *intervening* pada Gen Z.

METODE PENELITIAN

Variabel bebas pada penelitian ini adalah *Social Influence* dan *Facilitating Conditions*, variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Actual Use*, dan variabel *intervening* pada penelitian ini adalah *Intention to Use*. Populasi dalam penelitian ini adalah para gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen. Sampel penelitian ini sebanyak 102 orang menggunakan *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan Google Formulir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 for windows dan *sobel test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 102 orang dengan responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 41 atau 40% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 61 atau 60%. Responden berdasarkan usia 17 sampai 19 tahun sebanyak 11 orang atau 11%, responden dengan usia 20 sampai 22 tahun sebanyak 55 orang atau 54% dan responden dengan usia 23 sampai 26 tahun sebanyak 36 tahun atau 35%. Responden berdasarkan jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 62 atau 60%, responden dengan jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 29 atau 28%, responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 12 atau 12%. Responden berdasarkan penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 40 atau 39%, responden dengan penghasilan Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000 sebanyak 8 atau 8%, responden dengan penghasilan Rp 1.500.000 sampai Rp 2.000.000 sebanyak 10 atau 10%, responden dengan penghasilan lebih dari Rp 2.000.000 sebanyak 43 atau 43%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai *rhitung* > *rtabel* dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya suatu instrument dinyatakan tidak valid apabila nilai *rhitung* < *rtabel* dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil analisis menggunakan

program SPSS 25 for Windows diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel *Social Influence*

Butir	r hitung	r tabel	Signifikansi	Status
X1.1	0,841	0,1946	0,000	Valid
X1.2	0,901	0,1946	0,000	Valid
X1.3	0,788	0,1946	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut menunjukkan semua instrumen pada variable *Social Influence* dinyatakan valid karena *rhitung* > *rtabel* dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1946 sehingga semua item yang dipakai pada variable *Social Influence* (X1) dinyatakan valid atau sah.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas *Facilitating Conditions*

Butir	r hitung	r tabel	Signifikansi	Status
X2.1	0,866	0,1946	0,000	Valid
X2.2	0,864	0,1946	0,000	Valid
X2.3	0,757	0,1946	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut menunjukkan semua instrumen pada variable *Facilitating Conditions* dinyatakan valid karena *rhitung* > *rtabel* dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1946 sehingga semua item yang dipakai pada variable *Facilitating Conditions* (X2) dinyatakan valid atau sah.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Intention to Use*

Butir	r hitung	r tabel	Signifikansi	Status
Y1.1	0,818	0,1946	0,000	Valid
Y1.2	0,794	0,1946	0,000	Valid
Y1.3	0,804	0,1946	0,000	Valid
Y1.4	0,829	0,1946	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut menunjukkan semua instrumen pada variable *Intention to Use* dinyatakan valid karena *rhitung* > *rtabel* dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1946 sehingga semua item yang dipakai pada variable *Intention to Use* (Y1) dinyatakan valid atau sah.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas *Actual Use*

Butir	r hitung	r tabel	Signifikansi	Status
Y2.1	0,853	0,1946	0,000	Valid
Y2.2	0,794	0,1946	0,000	Valid
Y2.3	0,767	0,1946	0,000	Valid
Y2.4	0,859	0,1946	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut menunjukkan semua instrumen pada variable *Actual Use* dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1946 sehingga semua item yang dipakai pada variable *Actual Use* (Y2) dinyatakan valid atau sah.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji ini dilakukan dengan ketentuan jika Cronbach Alpha $> 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut reliabel. Jika Cronbach Alpha $< 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut tidak reliabel. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r kritis	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Social Influence</i>	0,600	0,798	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	0,600	0,775	Reliabel
<i>Intention to Use</i>	0,600	0,827	Reliabel
<i>Actual Use</i>	0,600	0,837	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel (andal) karena $\alpha > 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Asumsi Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011: 160). Suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan uji kolmogorov-

smirnov test. Hasil analisis uji kolmogorov-smirnov sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogrov Sub I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal	Mean	,0000000
Paramete	Std. Deviation	,95272145
rs ^{a,b}		
Most	Absolute	,069
Extreme	Positive	,052
Differen	Negative	-,069
ces		
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 7. Hasil Uji Kolmogrov Sub II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal	Mean	,0000000
Parame	Std. Deviation	1,08641718
ters ^{a,b}		
Most	Absolute	,072
Extrem	Positive	,072
e	Negative	-,061
Differe		
nces		
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian di atas output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) untuk tabel IV-10 sebesar $0,200 > 0,05$, tabel IV-11 sebesar $0,200 > 0,05$. Sesuai dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara

variabel independen (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat bersama VIF dan tolerance dengan kriteria bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka tolerance diatas 0,1 merupakan model persamaan yang tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas Sub I

No	Variabel Bebas	Collinearitas Statistic	
		Tolerance	VIF
1	<i>Social Influence</i>	0,290	3,452
2	<i>Facilitating Conditions</i>	0,290	3,452

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan pengujian tersebut dapat diketahui bahwa nilai tolerance di atas 0,1 dan VIF di bawah angka 10, sehingga model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas Sub II

No	Variabel Bebas	Collinearitas Statistic	
		Tolerance	VIF
1	<i>Social Influence</i>	0,212	4,713
2	<i>Facilitating Conditions</i>	0,192	5,214
3	<i>Actual Use</i>	0,153	6,536

Sumber: Data primer diolah, 2023

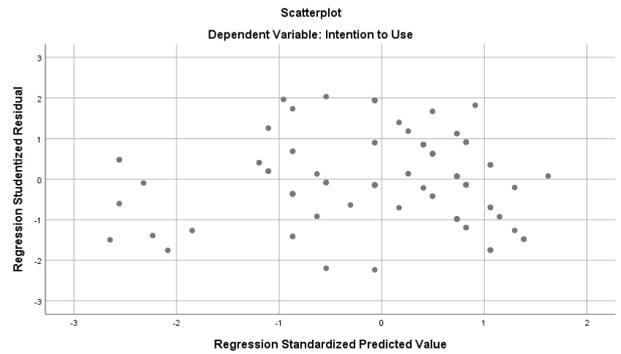
Berdasarkan pengujian tersebut dapat diketahui bahwa nilai tolerance di atas 0,1 dan VIF di bawah angka 10, sehingga model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Asumsi Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2011:139) sebagai berikut:

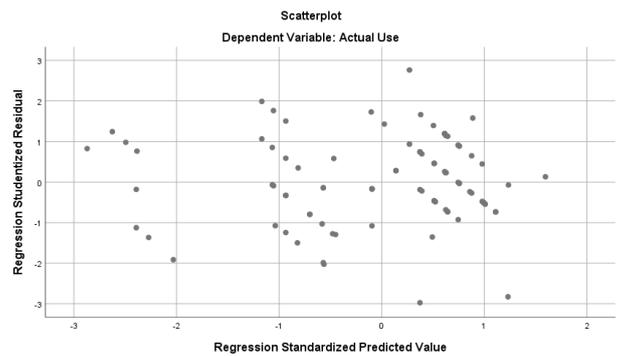
- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik pada grafik yang membentuk suatu pola tertentu, maka regresi tersebut telah terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi tersebut tidak dapat digunakan.
- Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik pada grafik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi tersebut dapat digunakan.

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas Sub I



Sumber: Data primer diolah, 2023

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas Sub I



Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu seperti titik- titik yang membentuk suatu pola tertentu yang jelas sehingga dapat disimpulkan model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji seignifikan secara parsial pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel (Y) dalam model regresi yang sudah dihasilkan. Penelitian ini digunakan tingkat signifikn 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Sub I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,776	0,52		1,492	0,139
1 Social Influence	0,531	0,088	0,439	6,014	0
1 Facilitating Conditions	0,732	0,103	0,519	7,11	0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel *Social Influence* sebesar $0,000 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka thitung $6,014 > t$ tabel 1,984. Hasil ini menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada pengguna *E-Wallet* di Kebumen.

Hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel *Facilitating Conditions* sebesar $0,000 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung $7,110 > t$ tabel 1,984. Hasil ini menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada pengguna *E-Wallet* di Kebumen.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Sub II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,16	0,602		1,925	0,057
1 Social Influence	0,262	0,119	0,217	2,212	0,029
1 Facilitating Conditions	0,286	0,145	0,203	1,97	0,052
1 Intention to Use	0,508	0,115	0,509	4,412	0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel *Social Influence* sebesar $0,029 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka thitung $2,212 > t$ tabel 1,984. Hasil ini menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* pengguna *E-Wallet* di Kota Kebumen.

Hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel *Facilitating Conditions* sebesar $0,052 > 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka thitung $1,970 < t$ tabel 1,984. Hasil ini menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* pengguna *E-Wallet* di Kota Kebumen.

Hasil uji t pada tabel IV-15 output SPSS tersebut, menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk

variabel *Intention to Use* sebesar $0,00 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka thitung $4,412 > t$ tabel 1,984. Hasil ini menyatakan bahwa *Intention to Use* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* pengguna *E-Wallet* di Kota Kebumen.

2. Koefisien Determinan

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinan Sub I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,920 ^a	0,847	0,844	0,962

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan pengujian tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R2* persamaan I sebesar 0,844 artinya 84,4 % artinya variabel *Intention to Use* dapat dijelaskan oleh variabel *Social Influence* dan *Facilitating Condition*, sedangkan sisanya 15,6 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinan Sub II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,894 ^a	0,8	0,794	1,103

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan pengujian tersebut, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R2* persamaan I sebesar 0,794 artinya 79,4 % artinya variabel *Actual Use* dapat dijelaskan oleh variabel *Social Influence*, *Facilitating Condition* dan *Intention to Use* sedangkan sisanya 20,6 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Koefisien Korelasi

Menurut Sarwono (2005:77), analisis korelasi digunakan untuk mengetahui besaran korelasi antar variabel.

Tabel 14. Hasil Uji Korelasi

		<i>Social Influence</i>	<i>Facilitating Conditions</i>
<i>Social Influence</i>	Pearson Correlation	1	,843**
	Sig. (2-tailed)		0
	N	102	102
<i>Facilitating Conditions</i>	Pearson Correlation	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	102	102

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tersebut, nilai korelasi *Social Influence* (X1) dan *Facilitating Conditions* (X2) sebesar 0,843, artinya variabel *Social Influence* (X1) dan *Facilitating Conditions* (X2) memiliki korelasi yang sangat kuat.

Analisis Jalur

Koefisien jalur menunjukkan kuatnya pengaruh variabel independen terhadap dependen. Koefisien jalur dapat dihitung dengan persamaan struktural yang terdiri dari dua persamaan, dimana X1, X2 adalah variabel independen, Y1 dan Y2 adalah variabel dependen.

Tabel 15. Hasil Uji Analisis Jalur Sub I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,776	0,52		1,492	0,139
	<i>Social Influence</i>	0,531	0,088	0,439	6,014	0
	<i>Facilitating Conditions</i>	0,732	0,103	0,519	7,11	0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Koefisien regresi untuk X1 sebesar 0,000 menunjukkan bahwa *Social Influence* akan meningkatkan *Intention to Use* sebesar 0,439. Hal ini menunjukkan semakin tinggi nilai koefisien regresi X1 berarti *Intention to Use* akan meningkat.

Koefisien regresi untuk X2 sebesar 0,000 menunjukkan bahwa dengan adanya *Facilitating Conditions* akan meningkatkan *Intention to Use* sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan semakin tinggi nilai koefisien regresi X2 berarti *Intention to Use* akan meningkat.

Tabel 16. Hasil Uji Analisis Jalur Sub II

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,16	0,602		1,925	0,057
	<i>Social Influence</i>	0,262	0,118	0,217	2,212	0,029
	<i>Facilitating Conditions</i>	0,286	0,145	0,203	1,97	0,052
	<i>Intention to Use</i>	0,508	0,115	0,509	4,412	0

Sumber: Data primer diolah, 2023

Koefisien regresi untuk X1 sebesar 0,029 menunjukkan bahwa dengan adanya *Social Influence* akan meningkatkan *Actual Use* sebesar 0,217. Hal ini menunjukkan semakin tinggi nilai koefisien regresi X1 berarti *Actual Use* akan meningkat.

Koefisien regresi untuk X2 sebesar 0,052 menunjukkan bahwa dengan adanya *Facilitating Conditions* akan meningkatkan *Actual Use* sebesar 0,203. Hal ini menunjukkan semakin tinggi nilai koefisien regresi X2 berarti *Actual Use* akan meningkat.

Koefisien regresi untuk Y1 sebesar 0,000 menunjukkan bahwa dengan adanya *Intention to Use* akan meningkatkan *Actual Use* sebesar 0,509. Hal ini menunjukkan semakin tinggi nilai koefisien regresi Y1 berarti *Actual Use* akan meningkat.

Sobel Test

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y2) melalui variabel intervening (Y1). Pengaruh tidak langsung X ke Y2 melalui Y1 dihitung dengan cara mengalikan jalur X1→Y1 (a) dengan jalur Y1→Y2 (b) atau ab. Jadi koefisien ab = (c-c'), dimana c adalah pengaruh X terhadap Y2 tanpa mengontrol Y1, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y2 setelah mengontrol Y1. Standard error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standard error pengaruh tidak langsung (indirect effect).

Tabel 17. Hasil Uji Sobel Sub I

Test statistic	Std. Error	p-value
356.434.863	0.07567947	0.00036476

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian hasil uji sobel struktural I menunjukkan bahwa *Social Influence* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* memiliki probability atau signifikansi sebesar $0,0003 < 0,05$ dan nilai sobel test statistic $3,564 > 1,984$. Maka dapat dikatakan bahwa *Intention to Use* dapat memediasi *Social Influence* dan *Actual Use*.

Tabel 18. Hasil Uji Sobel Sub II

Test statistic	Std. Error	p-value
37.517.077	0.09911646	0.00017563

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pengujian hasil uji sobel struktural II menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* memiliki probability atau signifikansi sebesar $0,0001 < 0,05$ dan nilai sobel test statistic $3,751 > 1,984$. Maka dapat dikatakan bahwa *Intention to Use* dapat memediasi *Facilitating Conditions* dan *Actual Use*.

Pembahasan

1. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.

Pengajuan hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung sebesar $6,041 > t$ tabel $1,984$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa *E-Trust* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna platform *Shopee* di Kabupaten Kebumen.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa *Social Influence* berpengaruh langsung terhadap *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Oleh karena itu dapat disimpulkan *Intention to Use* pada Gen Z yang

menggunakan *E-Wallet* di Kota Kebumen akan semakin meningkat apabila indikator pada variable *Social Influence* dalam penelitian ini yaitu berupa reputasi *E-Wallet*, keamanan dalam bertransaksi, dan keyakinan pelanggan terhadap pihak *E-Wallet* akan membantu pelanggannya semakin meningkat.

2. **Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.**

Pengajuan hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Intention to Use*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 7,110 > t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.

Semakin baik *Facilitating Conditions* maka akan semakin tinggi tingkat *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kota Kebumen. Pengaruh *Facilitating Conditions* menggambarkan bagaimana pelayanan dari setiap *E-Wallet* terhadap pelanggannya dalam memberikan pelayanan terbaik sehingga memudahkan para penggunanya dalam menggunakan platform tersebut sebagai media pembayaran secara online. Semakin baik tingkat pelayanan pada *E-Wallet* maka akan semakin tinggi pula tingkat keinginan untuk menggunakan *E-Wallet* di Kota Kebumen dalam melakukan pembayaran secara online.

3. **Pengaruh *Social Influence* terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.**

Pengajuan hipotesis ke tiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Actual Use*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 2,212 > t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,029 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa *Social Influence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen. Artinya pengaruh *Social Influence* terhadap *Actual Use* dalam penelitian ini terbukti.

Dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa ternyata indikator-indikator yang terdapat pada *Social Influence* cukup untuk meningkatkan tingkat *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*.

4. **Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.**

Pengajuan hipotesis ke empat dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Conditions*

terhadap *Actual Use*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 1,920 < t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,052 > 0,05. Hal ini menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* mempunyai tidak pengaruh yang signifikan terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen. Artinya pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* dalam penelitian ini tidak terbukti.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh langsung terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Oleh karena itu dapat disimpulkan *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kota Kebumen tidak signifikan.

5. **Pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.**

Pengajuan hipotesis lima dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Intention to Use* terhadap *Actual Use*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh thitung sebesar 4,412 > ttabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa *Intention to Use* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut bias kita tarik kesimpulan bahwasanya semakin tinggi niat untuk menggunakan terhadap suatu alat pembayaran secara online maka semakin meningkat penggunaan sesungguhnya, pelanggan yang mampu mereka berikan terhadap sebuah alat pembayaran secara online tersebut. *Intention to Use* dapat diartikan juga sebagai niat seseorang untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Banyak faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan suatu sistem informasi.

6. **Pengaruh *Social Influence* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.**

Pengujian hipotesis ke enam dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use*. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh langsung sebesar 0,217, sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $0,439 \times 0,509 = 0,2234$. Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian dengan hasil 0,2234 signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test dan hasil signifikansi atau p-value sebesar $0,0003 < 0,05$. Artinya parameter

Intention to Use signifikan sebagai pemediasi. Dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari variabel *Social Influence* terhadap *Actual Use* dengan *Intention to Use* sebagai pemediasi diterima.

Hasil penelitian diatas menunjukkan mediasi *Intention to Use* antara *Social Influence* dengan *Actual Use* diterima. *Social Influence* merupakan pengaruh sosial yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang dapat mengubah perilaku, sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016), dari pengertian sebelumnya diyakini pengguna terpengaruh dari teman, keluarga, lingkungan sekitar dan sebagainya, dari hal ini niat menggunakan *E-Wallet* muncul dan menggunakan *E-Wallet* ini untuk kesehariannya.

7. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.

Pengujian hipotesis ke tujuh dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Actual use* melalui *Intention to Use*. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh langsung sebesar 0,203, sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $0,519 \times 0,509 = 0,2641$. Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian dengan hasil 0,2641. Signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test dan hasil signifikansi atau p-value sebesar $0,0001 < 0,05$. Artinya parameter *Facilitating Conditions* signifikan sebagai pemediasi. Dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari variabel *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai pemediasi diterima.

Facilitating Conditions merupakan suatu hal yang sangat berpengaruh dalam menggunakan sistem informasi seperti contohnya handphone, jaringan internet dan lain sebagainya, jika fasilitas yang dimiliki seseorang itu cukup baik dan sesuai dengan ketentuan maka semakin tinggi pula penggunaan *E-Wallet*.

PENUTUPAN

Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini variabel *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Intention to Use*. Artinya apabila semakin baik *Social Influence* maka akan semakin meningkat pula *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.
2. Dalam penelitian ini variable *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Intention to Use*. Artinya apabila semakin

baik *Facilitating Conditions* maka akan semakin meningkat pula *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.

3. Dalam penelitian ini variable *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Actual Use*. Dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa ternyata indikator-indikator yang terdapat pada *Social Influence* cukup untuk meningkatkan tingkat *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.
4. Dalam penelitian ini variable *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap variabel *Actual Use*. Artinya indikator yang terdapat pada *Facilitating Conditions* tidak cukup untuk meningkatkan *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.
5. Dalam penelitian ini variable *Intention to Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Actual Use*. Artinya apabila semakin baik *Intention to Use* maka akan semakin meningkat pula *Actual Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet* di Kabupaten Kebumen.
6. Dalam penelitian ini variabel *Intention to Use* mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara *Social Influence* dengan *Actual Use*. Artinya apabila semakin baik *Intention to Use* maka mampu memediasi *Social Influence* dengan *Actual Use*
7. Dalam penelitian ini variabel *Intention to Use* mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara *Facilitating Conditions* dengan *Actual Use*. Artinya apabila semakin baik *Intention to Use* maka mampu memediasi *Facilitating Conditions* dengan *Actual Use*.

Keterbatasan

1. Adanya keterbatasan penelitian dalam proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu tidak bisa bertemu langsung dengan responden dalam satu waktu, sehingga memakan waktu yang cukup lama dalam proses pengumpulan data.
2. Adanya keterbatasan penelitian dalam mendampingi responden secara langsung untuk memberikan pemahaman dan pengarahan mengenai maksud dari isi pernyataan kuesioner.
3. Penelitian terbatas pada variabel *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Intention to Use* terhadap *Actual Use*.

Implikasi

Implikasi Praktis

1. *Social Influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* dalam penelitian ini *Social Influence* memiliki pengaruh yang positif

terhadap *Actual Use*. *Social Influence* merupakan pengaruh sosial yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang dapat mengubah perilaku Venkatesh (2016).

2. *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Intention to Use* dan juga memiliki pengaruh terhadap *Actual Use*. *Facilitating conditions* adalah variabel yang menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi (Venkatesh, et al., 2003), dari hal ini dipercaya bahwa infrastruktur dan fasilitas pendukung mempengaruhi penggunaan *E-Wallet*. Dari indikator yang ada pada *Facilitating Conditions* yaitu *Compatibility* diartikan sebagai sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan, dan pengalaman pengadopsian potensial, ketika konsumen menemukan aplikasi yang kompatibel dengan perilaku mereka, mereka lebih mudah menerima dan mengadopsinya, dari hal ini bisa dilihat kemudahan dalam menggunakan suatu aplikasi sangat dipertimbangkan oleh konsumen atau pengguna maka dari itu pengembang perlu mempermudah pengoperasian aplikasi *E-Wallet* tersebut.
3. *Intention to Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Actual Use*. *Intention to use* merupakan sikap atau perilaku yang cenderung ingin menggunakan suatu teknologi (Widyaprabha, 2016). Sebelum seseorang memutuskan untuk menggunakan suatu barang atau jasa pasti ada suatu niat untuk menggunakan dan dari situ pengguna mencari tahu jenis barang atau jasa yang akan digunakan nantinya, dalam hal pencarian ini para pengembang *E-Wallet* harus membuat image dari *E-Wallet* ini baik di segala hal agar calon pengguna merasa tertarik untuk menggunakan *E-Wallet*.
4. *Actual Use* adalah aktivitas yang dilakukan seseorang berdasarkan tindakan atau penggunaan sesungguhnya terhadap suatu teknologi, dalam penelitian ini *Actual Use* mempengaruhi *Social Influence* dan *Intention to Use*, maka dari itu setiap pengembang dari masing-masing *E-Wallet* perlu memperhatikan pengaruh sosial yang ada dimasyarakat atau pandangan masyarakat terhadap *E-Wallet* ini baik atau tidaknya karena hal ini sangat berpengaruh langsung terhadap niat dan penggunaan *E-Wallet* yang nantinya akan digunakan.

Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin kuat *Social Influence* pada pelanggan maka semakin kuat *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan

dukungan pada hasil penelitian Ispriandina & Sutisna (2019).

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin kuat *Facilitating Conditions* pada pelanggan maka semakin kuat *Intention to Use* pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Ispriandina & Sutisna (2019).
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Influence* terhadap *Actual Use* tidak memiliki pengaruh pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Marvelo Yang (2021).
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* memiliki pengaruh yang negatif pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Marvelo Yang (2021).
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Intention to Use* terhadap *Actual Use* memiliki pengaruh yang positif pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Marvelo Yang (2021).
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Influence* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* menunjukkan hasil yang positif pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Marvelo Yang (2021).
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* terhadap *Actual Use* melalui *Intention to Use* menunjukkan hasil yang positif pada Gen Z yang menggunakan *E-Wallet*. Dengan demikian penelitian ini memberikan dukungan pada hasil penelitian Marvelo Yang (2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Ayudin, G., & Burnaz, S. (2016). ADOPTION OF MOBILE PAYMENT SYSTEMS: A STUDY ON MOBILE WALLETS. *Journal of Business, Economics and Finance*, 5, 73–92.
- Barnett, T., Pearson, A., Pearson, R., & Kellermanns, F. (2015). Five-factor model personality traits as predictors of perceived and actual usage of technology. *European Journal of Information Systems*, 24. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.10>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information

- Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dea Devita. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. *Iprice.Co.Id*. <https://iprice.co.id/insights/id/digital-economy/aplikasi-e-wallet-indonesia-2020/>
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1046–1055. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1462>
- Istijanto et al. (2022). Customers' continuance usage of mobile payment during the COVID-19 pandemic. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0016>
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Martono, N. (2010). Metode Penelitian kuantitatif: Analisa isi dan analisis data sekunder.
- Maulida, R. (2019). Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia. *Online-Pajak.Com*. <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>
- Mndzebele, N. (2013).
- Muntianah, Tutik S. Astuti, E. S. A. D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 88–113. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/141>
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. (2017). Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers & Education*, 109, 56–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.02.005>
- Nugroho, P., Winarno, W. W., Hartanto, R., & Teknik, F. (2017). Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 70–87. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal>
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Venkatesh. (2006). Human Acceptance of Information Technology. *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors, Second Edition - 3 Volume Set*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1201/9780849375477.ch230>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388
- ang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yang, M., Mamun, A., Mohiuddin, M., che nawi, N., & Zainol, N. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability*, 13, 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Menyenangkan. Terjemahan oleh Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Sujimat, D. Agus. 2000. *Penulisan karya ilmiah*. Makalah disampaikan pada pelatihan penelitian bagi guru SLTP Negeri di Kabupaten Sidoarjo tanggal 19 Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah dalam Saukah*, Ali dan Waseso, M.G. 2000. Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah. Malang: UM Press.
- Wahab, Abdul dan Lestari, Lies Amin. 1999. *Menulis Karya Ilmiah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Winardi, Gunawan. 2002. *Panduan Mempersiapkan Tulisan Ilmiah*. Bandung: Akatiga.