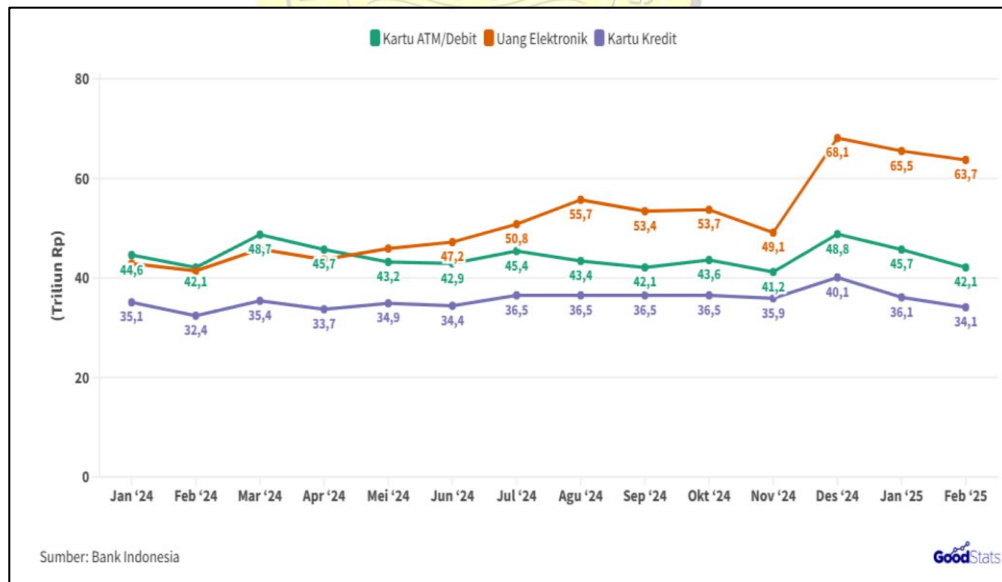


BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi yang mendalam dalam sistem pembayaran global, termasuk di Indonesia. Gelombang inovasi digital ini mendorong munculnya berbagai bentuk *financial technology (fintech)* yang secara fundamental mengubah cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan. Pergeseran dari pembayaran tunai menuju transaksi non-tunai berbasis digital kini menjadi fenomena yang meluas, mencerminkan perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat modern yang semakin mengutamakan efisiensi, kecepatan, dan keamanan.

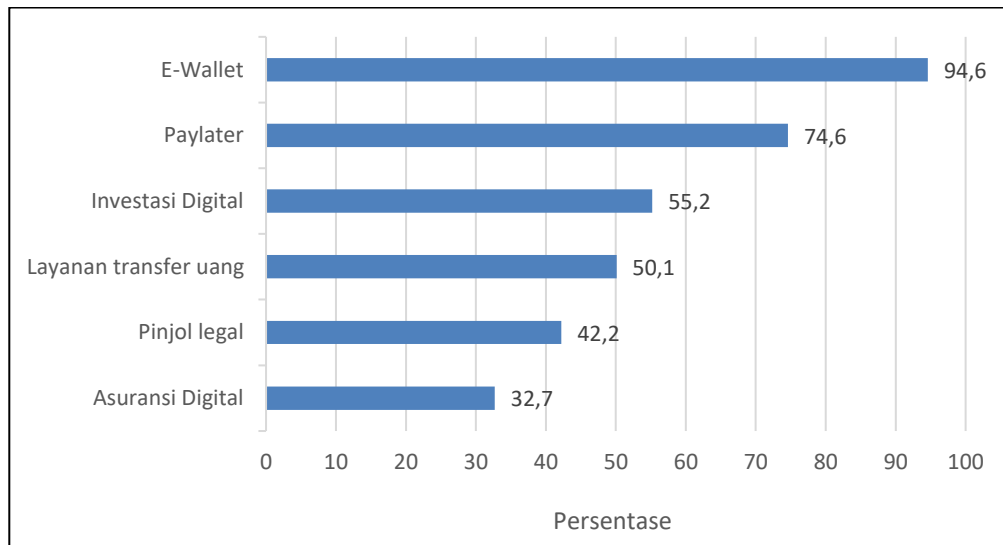


Sumber: GoodStats.id, 6 Mei 2025

Gambar I-1
Perbandingan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Kartu di Indonesia
(2024 - Februari 2025)

Berdasarkan data dari *GoodStats.id* yang diambil dari data Bank Indonesia (Februari 2025) nilai transaksi uang elektronik pada bulan Februari 2025 mencapai Rp63,74 triliun secara nasional. Nilai ini meningkat 53,97% dibandingkan Februari tahun lalu. Lonjakan ini menunjukkan tingkat adopsi sistem pembayaran digital yang semakin tinggi, didorong oleh kemajuan infrastruktur teknologi, peningkatan literasi keuangan digital, serta perluasan layanan pembayaran yang mudah diakses melalui berbagai perangkat pintar.

Dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang, layanan *fintech* menjadi komponen vital dalam mendukung efisiensi dan inklusivitas keuangan nasional. Salah satu inovasi *fintech* yang paling menonjol adalah *mobile payment*. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan tanpa uang tunai dan tanpa harus berinteraksi langsung dengan lembaga keuangan tradisional. Dalam ekosistem *mobile payment*, salah satu bentuk yang paling populer adalah *electronic wallet* atau *E-Wallet*, yaitu aplikasi pembayaran berbasis internet yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi secara digital, aplikasi ini memungkinkan pengguna menyimpan dana, melakukan pembayaran, transfer uang, pembelian produk digital, hingga pembayaran tagihan hanya dengan beberapa sentuhan di layar ponsel. *E-Wallet* menjadi bentuk paling populer berkat manfaat dan kemudahannya dalam digunakan pada berbagai platform.

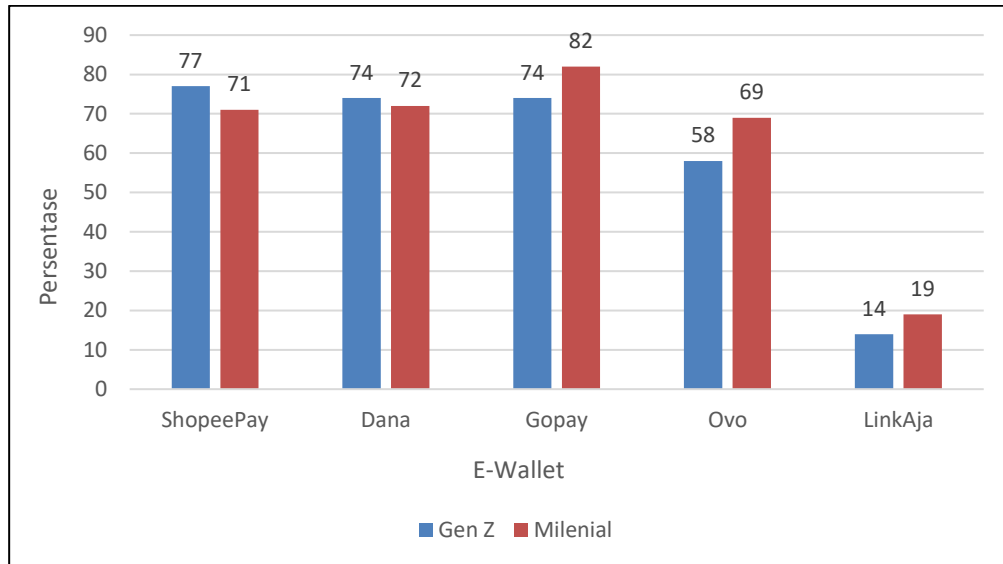


Sumber: databoks, Juli 2025

Gambar I-2
Jenis Layanan *Financial Technology*/Fintech yang Diketahui Masyarakat Indonesia (Juli 2025)

Berdasarkan data dari *databoks* (Juli 2025) grafik tersebut menunjukkan bahwa *E-Wallet* merupakan jenis layanan *financial technology* (*fintech*) yang paling dikenal masyarakat Indonesia per Juli 2025, dengan tingkat pengetahuan mencapai 94,6%, jauh melampaui kategori lain seperti *Paylater* (74,6%), Investasi Digital (55,2%), Layanan transfer uang (50,1%), Pinjaman online legal (42,2%), dan Asuransi digital (32,7%). Data ini memperkuat posisi *E-Wallet* sebagai bentuk *fintech* yang paling masif diadopsi masyarakat. Dominasi *E-Wallet* dalam ekosistem *fintech* juga memperlihatkan keberhasilan integrasi teknologi ke dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta fitur multifungsi seperti pembayaran QRIS, transfer antar pengguna, dan pembelian produk digital menjadikan *E-Wallet* semakin tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya merevolusi sistem pembayaran, tetapi juga membuka

peluang baru bagi transformasi ekonomi yang lebih efisien, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.



Sumber: GoodStats, Mei 2025

Gambar I-3 ***E-Wallet* Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial (Mei 2025)**

Berdasarkan data yang diambil dari *GoodStats* (Mei 2025) menunjukkan bahwa penggunaan layanan electronic wallet (*E-Wallet*) di Indonesia telah mencapai tingkat adopsi yang luas baik di kalangan generasi milenial ataupun zilenial. Berdasarkan grafis di atas, lima platform *E-Wallet* teratas yang paling sering digunakan oleh generasi Z dan milenial adalah GoPay, ShopeePay, DANA, OVO, dan LinkAja. Secara keseluruhan, platform dengan penetrasi tertinggi adalah GoPay (74% Gen Z dan 82% Milenial), diikuti oleh ShopeePay (77% Gen Z dan 71% Milenial), DANA (74% Gen Z dan 72% Milenial), OVO (58% Gen Z dan 69% Milenial), serta LinkAja (14% Gen Z dan 19% Milenial). Angka tersebut memperlihatkan bahwa generasi Z dan milenial menjadi kelompok pengguna *E-Wallet* paling

aktif, mengindikasikan bahwa adopsi teknologi keuangan digital di Indonesia telah bergeser dari sekadar kebutuhan praktis menuju gaya hidup digital.

Di antara berbagai penyedia layanan, Data menunjukkan bahwa *E-Wallet* DANA digunakan oleh 74% pengguna Gen Z dan 72% pengguna milenial, menjadikannya salah satu platform yang banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat, terutama di daerah-daerah non-metropolitan seperti Kebumen, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menjadi faktor dalam mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam menggunakan *E-Wallet* DANA. DANA sudah hadir sejak 2017 dan resmi diluncurkan pada 5 November 2018. *Fintech* DANA dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, sebagai sebuah dompet digital yang dapat melakukan transaksi non-tunai dan non-kartu secara digital (Katadata.Co.Id, 2022).

Tabel I-1
Data Observasi Pengguna E-Wallet DANA di Kebumen

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Menggunakan	37	92,5%.
Tidak Menggunakan	3	7,5%.
Total	40	100%

Sumber: Hasil Observasi, 2025

Berdasarkan hasil observasi pengguna *E-Wallet* DANA di Kebumen, data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa dari total 40 responden, sebanyak 37 orang (92,5%) merupakan pengguna *E-Wallet* DANA, sedangkan hanya 3 orang (7,5%) yang tidak menggunakan layanan tersebut. Angka ini memperlihatkan bahwa tingkat pengguna *E-Wallet* DANA di Kebumen sangat tinggi, tingginya angka penggunaan tersebut juga mencerminkan perubahan perilaku finansial masyarakat Kebumen yang

semakin bergeser ke arah transaksi nontunai. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai merasakan manfaat praktis dari penggunaan *E-Wallet* DANA, pengguna yang mencapai lebih dari sembilan puluh persen memberi isyarat bahwa layanan digital ini telah dipersepsikan sebagai metode transaksi yang praktis dan dapat diandalkan. Tingginya tingkat kesadaran dan penggunaan *E-Wallet* DANA membuka ruang penting untuk memahami faktor-faktor yang mendorong niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*). Meskipun banyak yang mengenal dan menggunakan *E-Wallet* DANA, tidak semua memiliki komitmen untuk menggunakan layanan ini di masa depan baik dalam jangka panjang atau tetap menggunakannya secara rutin, tingkat retensi pengguna yang fluktuatif serta adanya kompetisi ketat di pasar menimbulkan pertanyaan mengenai apa yang memengaruhi niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dalam mempertahankan dan meningkatkan niat menggunakan *E-Wallet* DANA.

Menurut Davis (1989) *behavioral intention to use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Menurut pendapat lain *behavioral intention to use* yakni suatu keinginan individu dalam mengerjakan suatu tindakan (Fo & Ak, 2015), kemudian menurut Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), *Behavioral intention to use* ialah istilah kekuatan niat pengguna mengerjakan tindakan yang diinginkan. Konsep ini diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen pada tahun 1967. Dan diperluas lagi oleh Davis pada tahun

1986 melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan bahwa niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) merupakan prediktor utama dari tindakan aktual penggunaan teknologi (*actual use*).

Tabel I-2
Faktor yang mempengaruhi niat perilaku menggunakan E-Wallet DANA

No	Pernyataan	Variabel	Persentase	Responden
1.	Membantu mempercepat transaksi, efisien, dan memudahkan aktivitas sehari-hari	<i>Perceived Usefulness</i>	75,7%	28
2.	Mudah dipahami, dipelajari dan digunakan	<i>Perceived Ease of Use</i>	16,2%	6
3.	Pengaruh dorongan dari lingkungan sosial sekitar (Kelompok, keluarga, teman, dll.)	<i>Social Influence</i>	5,4%	2
4.	Percaya bahwa informasi dilindungi dan percaya transaksi terjamin keamanannya	<i>Perceived Security</i>	2,7%	1
Total			100%	37

Sumber: Hasil Observasi, 2025

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, data pada Tabel I-2 menunjukkan dari 37 responden faktor yang paling dominan memengaruhi niat perilaku masyarakat dalam menggunakan aplikasi *E-Wallet DANA* adalah persepsi manfaat (*perceived usefulness*), yaitu persepsi bahwa aplikasi tersebut membantu mempercepat transaksi, efisien, dan memudahkan aktivitas sehari-hari. Sebanyak 28 responden dari total 37, atau 75,7%, memilih pernyataan terkait manfaat sebagai alasan utama menggunakan *E-Wallet DANA*. Sementara itu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) menempati posisi berikutnya dengan 6 responden (16,2%) yang menyatakan

bahwa mereka menggunakan *E-Wallet* DANA karena mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan. Meskipun persentasenya tidak sebesar persepsi manfaat, faktor kemudahan tetap menjadi elemen penting yang mendorong niat perilaku menggunakan *E-Wallet*. Disusul dengan faktor berikutnya yaitu pengaruh sosial (*social influence*), dengan 2 responden (5,4%) yang menyatakan bahwa niat perilaku menggunakan *E-Wallet* DANA dipengaruhi oleh dorongan lingkungan sosial seperti keluarga, teman, atau kelompok pergaulan, dan faktor persepsi keamanan (*perceived security*), yaitu keyakinan bahwa informasi pribadi terlindungi dan transaksi aman, hanya terdapat 1 (2,7%) responden saja. Dari dua faktor tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan pengaruh persepsi keamanan bukan faktor utama bagi masyarakat Kebumen dalam memutuskan niat penggunaan *E-Wallet*. Temuan ini mengindikasikan bahwa masyarakat Kebumen menempatkan nilai manfaat sebagai pertimbangan terpenting dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan prediktor terkuat dari niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*). Penelitian kuantitatif menjadi relevan karena dapat mengukur secara objektif hubungan antar variabel serta mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor psikologis dan perseptual terhadap intensi perilaku pada niat penggunaan.

Perceived usefulness (PU) atau persepsi manfaat didefinisikan di sini sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan

meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Menurut Alalwan et al. (2016), *perceived usefulness* merupakan kepercayaan seseorang saat menggunakan teknologi atau adaptasi inovasi tertentu dapat meningkatkan kinerja dari pekerjaan yang sedang dilakukannya. Sedangkan Menurut Widiyanto & Aryanto (2018) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Dalam konteks *E-Wallet* DANA, persepsi seseorang beranggapan bahwa aplikasi tersebut memudahkan transaksi, mempercepat pembayaran, dan menghemat waktu menjadi pendorong utama dalam meningkatkan niat perilaku menggunakan teknologi, jadi semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin besar pula intensi individu untuk terus menggunakan layanan digital, hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh To & Trinh (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *Behavioral intention to use* dalam niat penggunaan *E-Wallet*. Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinurat & Sugiyanto (2022) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention to use mobile wallet*.

Selain persepsi manfaat (*perceived usefulness*), faktor lain yang memengaruhi niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) adalah *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan. Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan, adalah mengacu pada tingkat

keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Pendapat lain menurut Indarsin & Ali (2017) kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi akan mengurangi usaha yang berlebihan. Sedangkan menurut Aditia et al. (2018) *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Dalam aplikasi DANA, antarmuka pengguna yang intuitif, proses transaksi yang cepat, dan minim gangguan teknis menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi kemudahan. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian oleh Rahmadhani et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use E-Wallet*. Tetapi berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabaah et al. (2025) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Keterkaitan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* telah banyak diteliti dalam kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989), namun hasil penelitian sering kali menunjukkan variasi pengaruh di berbagai konteks di daerah lokal. Dalam masyarakat yang baru beradaptasi dengan teknologi digital, seperti Kebumen, faktor manfaat yang dirasakan mungkin lebih dominan dibandingkan kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian empiris yang lebih spesifik untuk menguji kedua variabel tersebut secara kuantitatif

agar dapat memahami faktor dominan yang mendorong adopsi *E-Wallet* lokal.

Adapun faktor lain yang memengaruhi niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intentions to use*) adalah *attitude toward using*, yaitu sikap individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Menurut Davis et al. (1989) didefinisikan sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sedangkan menurut Irawati & Suhartono (2020) *Attitude toward using* merupakan suatu sikap pengguna terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dalam kesehariannya. Menurut pendapat lain *attitude toward using* merupakan Sikap penggunaan teknologi dalam teori TAM yang dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang sebagai dampak apabila menggunakan suatu sistem teknologi dalam memenuhi kebutuhan pekerjaannya (Setyawati, 2020). Dalam konteks DANA, sikap positif terhadap aplikasi dapat memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan dan kemudahan dengan niat perilaku menggunakan teknologi. Namun, beberapa studi juga menunjukkan hasil yang beragam penelitian oleh Siswoyo & Irianto (2023) menemukan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*, sedangkan hasil penelitian oleh Saputri & Wardani (2023) menunjukkan bahwa *attitude toward using* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use E-Wallet*.

Penelitian ini berupaya meneliti apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dengan menganalisis secara empiris bagaimana hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Berbagai studi telah menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* cenderung menjadi prediktor kuat *behavioral intention to use*, namun beberapa temuan memperlihatkan adanya ketidak konsistenan hasil, terutama dalam konteks layanan keuangan digital di berbagai daerah, di mana kedua variabel ini terkadang memberikan pengaruh positif signifikan, tetapi dalam beberapa penelitian lain tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Keragaman hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan konteks seperti usia dan latar belakang responden, kemampuan menggunakan teknologi, serta kondisi teknologi di daerah masing-masing dapat memengaruhi bagaimana seseorang menerima dan menggunakan *E-Wallet*. Dalam penelitian TAM (*technology acceptance model*) juga menekankan pentingnya variabel *attitude toward using* sebagai mediator yang mampu memperkuat atau melemahkan pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Dalam perkembangan model penerimaan teknologi, variabel *attitude toward using* sebenarnya semakin jarang digunakan dalam penelitian-penelitian terutama pada teori TAM terbaru, walaupun demikian dalam konteks niat menggunakan *E-Wallet* DANA di daerah seperti Kebumen, sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dapat menjadi komponen penting karena adopsi teknologi tidak

hanya bergantung pada persepsi rasional tentang kegunaan atau kemudahan saja, tetapi juga pada kenyamanan emosional, rasa percaya, dan penerimaan personal terhadap teknologi yang masih relatif baru dalam keseharian mereka, yang dimana faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku menggunakan seseorang. Maka dari itu sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) memiliki kontribusi signifikan dalam menjembatani persepsi awal terhadap keputusan untuk terus menggunakan layanan *E-Wallet*, meskipun beberapa penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang lemah atau tidak stabil. Kondisi ini memperlihatkan bahwa peran *attitude toward using* belum sepenuhnya konsisten di berbagai konteks niat penggunaan dan wilayah dan perlu di teliti lebih lanjut.

Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan model penerimaan teknologi serta implikasi praktis bagi penyedia layanan *E-Wallet* DANA dalam meningkatkan pengalaman dan loyalitas penggunaan di daerah yang sedang bertumbuh secara digital. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan masalah tersebut dengan judul **“PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE E-WALLET* DANA DI KEBUMEN DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dengan tingginya tingkat adopsi penggunaan *E-Wallet* yang luas apakah terdapat pengaruh antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening, serta faktor utama apa yang paling mempengaruhi bagi masyarakat Kebumen dalam memutuskan niat penggunaan *E-Wallet* DANA. Dengan demikian, pertanyaan-pertanyaan yang timbul dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Attitude Toward Using* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Attitude Toward Using* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen?
3. Apakah *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen?
4. Apakah *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen?
5. Apakah *Attitude Toward Using* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen?
6. Apakah *Perceived Usefulness* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening?

7. Apakah *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use E-Wallet DANA* di Kebumen melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari penyimpangan agar tidak keluar dari tujuan penelitian, maka penulis memandang perlu di tetapkan batasan masalah ini berfokus sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang mempunyai aplikasi *E-Wallet DANA* dan menggunakan aplikasi *E-Wallet DANA*.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening.

Guna menghindari meluasnya bahasan, maka variabel akan dibatasi pada:

- a. *Behavioral Intention to Use*

Menurut Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), *Behavioral intention to use* ialah istilah kekuatan niat pengguna mengerjakan tindakan yang diinginkan. Menurut Chawla & Joshi (2019) terdapat 4 indikator yang berkaitan dengan niat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) yaitu:

1. Keinginan untuk menggunakan,
2. Selalu mencoba menggunakannya di masa depan,
3. Menggunakan secara rutin,

4. Minat merekomendasikan.

b. *Attitude Toward Using*

Menurut Setyawati (2020) *attitude toward using* merupakan Sikap penggunaan teknologi dalam teori TAM yang dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang sebagai dampak apabila menggunakan suatu sistem teknologi dalam memenuhi kebutuhan pekerjaannya. Menurut Larasati et al. (2019) terdapat 4 indikator *Attitude Towards Using*, yaitu:

1. Kenyamanan berinteraksi
2. Senang menggunakan
3. Menikmati penggunaan
4. Tidak membosankan

c. *Perceived Usefulness*

Menurut Widiyanto & Aryanto (2018) Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa pengguna suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Indikator untuk mengukur *perceived usefulness* menurut Davis (1989) adalah:

1. Kecepatan penyelesaian pekerjaan (*work more quickly*)
2. Kemudahan melakukan pekerjaan (*makes job easier*)
3. Peningkatan produktivitas (*increase productivity*)
4. Peningkatan efektivitas (*Enhance effectiveness*)

5. Peningkatan kinerja pekerjaan (*job performance*)
 6. Kegunaan dalam pekerjaan (*useful*)
- d. *Perceived Ease of Use*

Menurut Aditia et al. (2018) *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Menurut Davis (1989) *Perceived ease of use* dapat diukur dari beberapa indikator yaitu:

- 1) Mudah digunakan (*Ease to Use*)
- 2) Mudah dikontrol (*Controllable*)
- 3) Jelas dan dapat dipahami (*Clear and understandable*)
- 4) Fleksibel (*Flexsible*)
- 5) Mudah dipelajari (*Easy to learn*)
- 6) Mudah menjadi mahir (*Ease to become skillful*)

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Toward Using* pada *E-Wallet DANA* di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Toward Using* pada *E-Wallet DANA* di Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet DANA* di Kebumen.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Attitude Toward Using* Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada *E-Wallet* DANA di Kebumen melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti serta meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam terkhusus pada ilmu manajemen pemasaran tentang bagaimana pengaruh faktor-faktor seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai pemediasi pada niat perilaku menggunakan *E-Wallet* DANA di Kota Kebumen.

b. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumbangan pustaka ilmiah, menambah informasi bagi para pembaca dan akademisi, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya pada *E-Wallet* DANA dan faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention to use*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi perusahaan *E-Wallet* DANA sebagai masukan dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan teknologi dan strategi pemasaran di masa depan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai pemediasi pada niat perilaku menggunakan *E-Wallet* DANA di Kebumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan peneliti lainnya dimasa yang akan datang yang ingin mendalami bahasan serupa seperti variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, dan *behavioral intention to use* pada niat penggunaan teknologi di berbagai daerah, serta membuka peluang untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel-variabel lainnya.