

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED SECURITY*
TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION TO USE E-WALLET DANA*
DENGAN *HEDONIC VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

Roni Saputra

2021/21059231

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2025

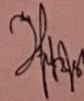
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Security*
Terhadap *Continuance Intention To Use E-wallet Dana*
dengan *Hedonic Value* sebagai Variabel Mediasi (Studi
Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)
Nama : Roni Saputra
NIM : 21059231
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 26 Mei 2025

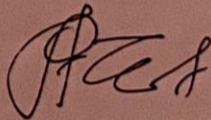
Disetujui oleh:

Pembimbing



Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M.
NIP. 199005192022032011

Diketahui oleh :
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Svahrizal, SE, M.Si
NIP. 197209021998021001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Roni Saputra
NIM/TM : 21059231/2021
Tempat/Tanggal Lahir : Gadur/31 Agustus 2000
Departemen : Manajemen (S1)
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jalan Syekh Burhanuddin, Nagari Gadur, Kecamatan
Enam Lingkung, Kabupaten Padang Pariaman
Email : rnisputra12@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security Terhadap Continuance Intention to Use E-Wallet Dana Dengan Hedonic Value* Sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Pariaman, Mei 2025
Penulis,

Roni Saputra
NIM. 21059231

ABSTRAK

Roni Saputra : Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* Terhadap *Continuance Intention to Use E-Wallet Dana* Dengan *Hedonic Value* Sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)
(2021/21059231)
Dosen Pembimbing : Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M.

Kemajuan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi keuangan, termasuk penggunaan dompet digital seperti DANA. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use* e-wallet DANA, dengan *Hedonic Value* sebagai variabel mediasi, berdasarkan studi yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei yang menasar pengguna aktif e-wallet DANA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Hedonic Value*. Selanjutnya, *Hedonic Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* serta berhasil memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use*. Temuan ini menyoroti peran penting pengalaman pengguna yang menyenangkan dalam meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan e-wallet DANA. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan fitur yang mudah digunakan, sistem keamanan yang andal, serta elemen hiburan untuk mempertahankan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use; Perceived Security; Hedonic Value; Continuance Intention to Use; E-Wallet; DANA*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security Terhadap Continuance Intention to Use* E-Wallet Dana Dengan *Hedonic Value* Sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada baginda Rasulullah SAW, yang selalu menjadi sumber inspirasi dalam menghadapi berbagai aspek kehidupan demi mencapai Ridha Allah SWT. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Ibu Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak Dr. Syahrizal, S.E, M.Si selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak Supan Weri Mandar, A.Md selaku Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak dan ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, Mama Zarniwati & papa Mukhtar; orang tua tercinta yang selalu mengusahakan dan menomorsatukan hal apa saja untuk anaknya, terima kasih atas cinta, dukungan, dan juga dorongan semangat yang luar biasa serta keberkahan doa-doanya selama ini, dan gelar ini dipersembahkan untuk kebanggan mama dan papa tercinta.
7. Penulis mengucapkan terima kasih kepada, kakak - kakak tercinta, yaitu Eli mukhti, Ami mukhtika, Riko firmansyah, Dewi astika dan kembaran tersayang Rani Saputri yang dimana selalu membarikan semangat yang luar biasa kepada penulis selama proses skripsi ini berlangsung.
8. Penulis mengucapkan terima kasih kepada teman – teman lapau acil, karena telah banyak memberikan dorongan semangat yang begitu luar biasa kepada penulis dan juga bantuan dalam berbagai hal.
9. Terakhir penulis mengucapkan terima kasih kepada teman – teman seangkatan lainnya, karena sudah banyak memberikan bantuan berupa semangat dan keyakinan bahwa penulis bisa menyelesaikan skripsi penulis ini.

Semoga segala bantuan, petunjuk, dan kolaborasi yang telah diberikan tidak sia-sia di masa mendatang, dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah. Saya menyadari keterbatasan pengetahuan yang saya miliki, dan dengan rendah hati meminta maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para pembaca.

pariaman, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Batasan Masalah	17
D. Rumusan masalah	17
E. Tujuan Penelitian	18
F. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	21
A. Kajian teori	21
1. <i>Continuance Intention to Use</i>	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Perceived Ease of Use</i>	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Perceived Security</i>	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Hedonic Value</i>	Error! Bookmark not defined.
B. Hubungan Antar Variabel	31
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Continuance Intention to Use</i>	31
2. Pengaruh <i>Security</i> Terhadap <i>Continuance Intention to Use</i>	32
3. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Hedonic Value</i>	33
4. Pengaruh <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Hedonic Value</i>	34
5. Pengaruh <i>Hedonic Value</i> Terhadap <i>Continuance Intention to Use</i>	35
6. <i>Hedonic Value</i> Memediasi <i>Perceived Ease of Use</i> Dan <i>Perceived Security</i> terhadap <i>Countinuace Intention To Use</i>	36
C. Penelitian Terdahulu	37
D. Kerangka Konseptual.....	39
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III PEMBAHASAN	41

A.	Jenis penelitian.....	41
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C.	Populasi dan Sampel	42
D.	Metode Pengambilan Sampel	43
E.	Jenis Sumber Data.....	43
F.	Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	44
1.	Variabel Penelitian	44
2.	Definisi Operasional.....	45
G.	Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data	49
1.	Instrumentasi	49
H.	Teknik Analisis Data.....	50
1.	Analisis Deskriptif.....	50
2.	Structural Equation Modeling (SEM).....	52
3.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		58
A.	Gambaran Umum Hasil Penelitian	58
B.	Tingkat Pengembalian Kuisioner.....	58
C.	Karakteristik Responden.....	59
D.	Analisis Deskriptif Variabel penelitian.....	61
E.	Analisis Data.....	69
1.	Analisis Outer Model.....	70
2.	Uji Reliabilitas.....	76
F.	Pembahasan Hasil	79
BAB V PENUTUP.....		88
A.	Kesimpulan	88
G.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN.....		98
Lampiran A: Kuisioner		98
Lampiran B: Data Mentah		101
Lampirana C: Hasil Olah data.....		118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform fintech yang paling banyak dimiliki masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna Terkait <i>Perceived Ease of Use</i> Dompet Digital DANA 10	
Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna Terkait <i>Perceived Security</i> Dompet Digital DANA.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Hasil Outer Loading SmartPLS Versi 4.1.8	72
Gambar 4. 2 Hasil Bootstrapping.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fenomena <i>Continuance Intention to Use</i> Dana pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	37
Tabel 3. 1 Kisi-kisi kuisisioner penelitian	48
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert.....	50
Tabel 3. 3 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	51
Tabel 3. 4 Kriteria R Square	56
Tabel 3. 5 Kriteria Q-Square.....	56
Tabel 3. 6 Tipe Pengujian Mediasi	57
Tabel 4. 1 Tingkat Pengambilan Kuesioner.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	59
Tabel 4. 3 Indikator Variabel <i>Continuance Intention to Use</i>	62
Tabel 4. 4 Indikator Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	64
Tabel 4. 5 Indikator Variabel <i>Perceived Security</i>	66
Tabel 4. 6 Indikator Variabel <i>Hedonic Value</i>	67
Tabel 4. 7 Nilai <i>Outer Loading</i>	72
Tabel 4. 8 Nilai <i>Average Variabel Extracted (AVE)</i>	74
Tabel 4. 9 Nilai <i>Cross Loading</i>	75
Tabel 4. 10 Nilai <i>Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability</i>	76
Tabel 4. 11 <i>R-Square</i>	77
Tabel 4. 12 Hasil <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4. 13 <i>Specific Indirect Effect</i>	79

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan dan berdampak besar. Hampir semua masyarakat memanfaatkan inovasi teknologi untuk mempermudah serta mempercepat pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Peralihan menuju era digital telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan. Kemajuan ini tidak hanya melahirkan berbagai inovasi baru, tetapi juga menghadirkan tantangan yang kompleks. Transaksi keuangan digital semakin diminati di sektor keuangan dan berpotensi tinggi untuk menggantikan uang tunai dan menjadi cara paling efektif untuk menyelesaikan transaksi dalam waktu cepat (Audina et al., 2021). Salah satu aspek perkembangan teknologi pembayaran yang tengah mengalami perkembangan adalah *financial technology* atau *fintech*

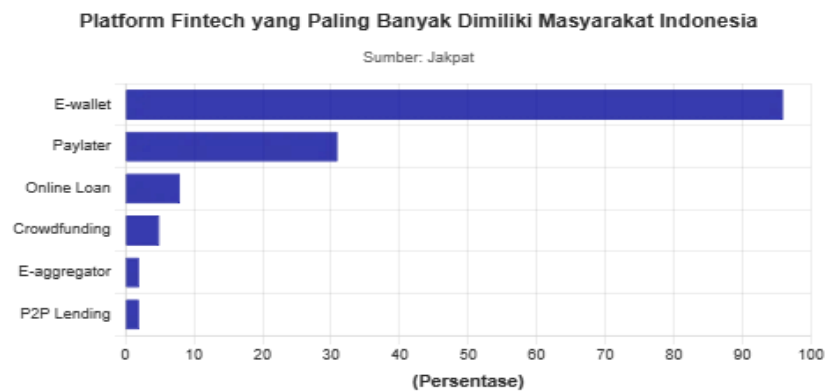
Menurut Bank Indonesia, (2020) *financial technology* merupakan inovasi dalam jasa keuangan yang menggabungkan teknologi untuk mempermudah transaksi secara digital. Sedangkan, menurut Yoyo Sudaryo et al., (2020) *fintech* merupakan pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas layanan di industri keuangan. Dengan kata lain, *fintech* adalah inovasi layanan keuangan yang muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi guna memenuhi kebutuhan masyarakat

modern dengan lebih fleksibel. Di Indonesia, salah satu produk *fintech* yang paling banyak digunakan adalah uang elektronik. Uang elektronik sendiri merupakan sistem pembayaran non-tunai yang dapat digunakan untuk transaksi secara sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (bi.go.id, 2020). Keberadaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang sah di Indonesia juga diatur dalam regulasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Untuk meningkatkan adopsi uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari, pemerintah bersama Bank Indonesia meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada Agustus 2014. GNNT ini bertujuan untuk mendorong masyarakat beralih dari transaksi menggunakan uang tunai ke sistem pembayaran digital. Secara bertahap, perubahan kebiasaan ini membentuk budaya *cashless society*, di mana masyarakat semakin mengurangi penggunaan uang tunai dan beralih ke metode pembayaran non-tunai (Citro Atmoko, 2014)

Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Bab II Pasal 3, uang elektronik diklasifikasikan berdasarkan media penyimpanannya (Bank Indonesia, 2018). Pertama, terdapat uang elektronik berbasis server (*server-based*), di mana data keuangan tersimpan dalam server. Contoh dari *server base* adalah e-wallet seperti DANA, OVO, GOPAY, ShopeePay, dan LinkAja. Kedua, terdapat uang elektronik berbasis chip (*chip-based*), di mana informasi keuangan tersimpan dalam

chip. Contoh dari *chip-based* adalah produk perbankan seperti Flazz, E-Money, TapCash, dan BRIZZI.



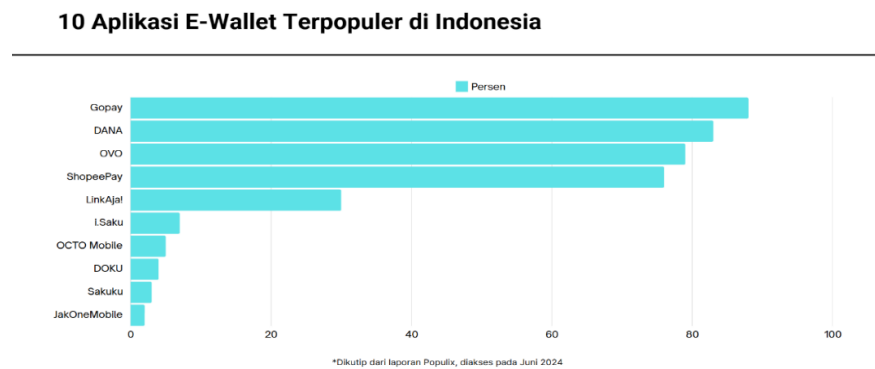
Sumber : Goodstats.id (2024)

Gambar 1. 1 Platform fintech yang paling banyak dimiliki masyarakat indonesia

Berbagai inovasi dalam teknologi finansial (*fintech*) telah mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan digital di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2024, penggunaan fintech mengalami pertumbuhan yang signifikan. Survei tersebut menemukan bahwa 93% responden telah menggunakan pembayaran digital, Data tersebut menunjukkan bahwa metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 adalah e-wallet dengan persentase mencapai 97%. E-wallet menjadi *fintech* yang mendominasi pembayaran, baik secara langsung (offline) maupun online (Jakpat, 2024).

Popularitas e-wallet sebagai metode pembayaran non-tunai terus meningkat di Indonesia. Hal ini didorong oleh beberapa faktor yang

dipertimbangkan masyarakat, seperti kemudahan penggunaan, integrasi dengan e-commerce, kenyamanan, efisiensi waktu, adanya cashback, tersedianya berbagai fitur, keamanan yang lebih baik, (Junaedi, 2021). Selain itu, e-wallet juga sering terhubung dengan layanan aplikasi transportasi, sehingga semakin mempermudah transaksi pengguna (Arofah, 2022).



Sumber : Lintang, (2024)

Gambar 1. 2 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia

Berdasarkan dari gambar 1.2, Dapat disimpulkan bahwa aplikasi DANA menempati posisi kedua dengan tingkat penggunaan sebesar 83%, Ini menunjukkan bahwa Dana adalah salah satu e-wallet paling populer di Indonesia, dengan tingkat adopsi yang sangat tinggi di kalangan pengguna. DANA merupakan platform pembayaran digital resmi yang berada di bawah pengawasan langsung Bank Indonesia (BI). Didirikan pada tahun 2018 oleh Vincent Iswara, DANA tidak hanya menyediakan layanan pembayaran digital, tetapi juga menawarkan fitur poin loyalitas serta berbagai layanan keuangan bagi para penggunanya.

DANA adalah aplikasi dompet digital yang dikelola oleh PT. Espay Debit Indonesia Koe, yang menawarkan layanan transaksi digital yang cepat, aman, dan praktis, seperti pengiriman uang, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, hingga transaksi di *e-commerce*. Penggunaan DANA semakin diminati oleh masyarakat dari berbagai usia. Bahkan, dalam waktu tiga setengah bulan, DANA berhasil mencapai satu juta pengguna, menjadikannya platform yang paling cepat berkembang dibandingkan dengan platform lainnya (Yessica and Sutanto, 2020). Pengguna DANA di Indonesia mencatat pertumbuhan signifikan pada tahun 2024 dengan jumlah pengguna mencapai 200 juta, meningkat 17,65% dari tahun sebelumnya (Pernando, 2025).

Belakangan ini, pembobolan terhadap aplikasi DANA semakin meningkat, salah satunya terjadi pada Februari 2023 yang menimbulkan kekhawatiran di kalangan penggunanya. Peretasan semacam ini bukanlah yang pertama kali, karena aplikasi DANA telah beberapa kali menjadi target kebobolan yang merugikan pengguna. Kebobolan terjadi ketika pengguna mencoba login, namun akun mereka tiba-tiba terkunci. Saat mencoba masuk kembali, mereka terkejut menemukan adanya transaksi yang tidak mereka lakukan. Meskipun pengguna telah mengaktifkan fitur SmartPay yang memerlukan verifikasi wajah saat login, akun mereka tetap bisa dibobol. Kerugian yang dialami cukup besar, membuat banyak pengguna merasa khawatir dan enggan melanjutkan transaksi melalui aplikasi DANA (mediakonsumen.com, 2023).

Maraknya tindak kejahatan ini mengingatkan kita untuk lebih waspada dalam segala hal. Beragam modus penipuan yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dapat menimbulkan kerugian yang signifikan. Meskipun sistem keamanan aplikasi terus ditingkatkan, pengguna aplikasi DANA dan dompet digital lainnya harus tetap berhati-hati dengan tidak membagikan kode OTP atau kata sandi mereka. Kasus-kasus semacam ini menunjukkan bahwa penguatan keamanan sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna agar tetap menggunakan aplikasi dompet digital. Selain itu, kemudahan penggunaan juga menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Adanya persaingan ketat antara penyedia layanan e-wallet di Indonesia mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan sistem yang lebih mudah, bermanfaat dan dapat menjamin keamanan pengguna. Hal ini bertujuan untuk dapat menarik minat pengguna baru dan mempertahankan pengguna lama untuk tetap menggunakan layanan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *financial technology* e-wallet (DANA) perlu memperhatikan *Continuance Intention to Use*, dimana fase penggunaan berkelanjutan menjadi kunci penentu yang menentukan keberlangsungan perusahaan karena bergantung pada sejauh mana pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Bhattacharjee, 2001). Selain itu, dengan memperhatikan *Continuance Intention to Use* e-wallet DANA juga dapat tetap kompetitif ditengah persaingan yang semakin masif.

Menurut Amoroso and Lim (2017), mendefinisikan bahwa *Continuance Intention to Use* mengacu pada tingkat niat yang dimiliki individu untuk tetap melakukan perilaku tertentu seperti menggunakan layanan dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan, menurut Atchariyachanvanich et al. (2008) menjelaskan bahwa *Continuance Intention to Use* adalah konsumen yang telah membeli atau menggunakan barang dan jasa dan berniat untuk terus membeli atau menggunakan kembali jasa tersebut. Artinya, *Continuance Intention to Use* dalam penggunaan e-wallet ditunjukkan sebagai niat individu untuk terus menggunakannya dengan memanfaatkan fitur- fitur yang disediakan aplikasi ewallet.

Menurut Kordina et al. (2019) *Continuance Intention to Use* didefinisikan sebagai niat atau keinginan individu untuk terus menggunakan sistem. *Continuance Intention to Use* seperti yang dijelaskan oleh Limayem et al. (2007) sebagai bentuk perilaku pasca- adopsi. Artinya, perilaku pengguna yang telah menggunakan teknologi dan akan membuat keputusan untuk terus menggunakannya. Keputusan pengguna untuk melanjutkan penggunaan suatu teknologi merujuk pada keputusan awal penerimaannya (Chang & Zhu, 2012).

Pada penelitian ini, penulis memilih Mahasiswa Universitas Negeri Padang sebagai subjek penelitian, Peneliti meyakini bahwa lingkungan kampus ini sangat relevan untuk penelitian terkait adopsi teknologi, mengingat sebagian besar mahasiswa cenderung mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern, termasuk dalam pemanfaatan teknologi

digital seperti E-Wallet. Fenomena ini memberikan gambaran mengenai pergeseran pola transaksi di kalangan generasi muda yang semakin mengandalkan kemajuan teknologi dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Untuk mengungkap fenomena *Continuance Intention to Use e-wallet DANA* di kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang, peneliti melakukan survei awal terhadap 30 responden. Survei ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai niat keberlanjutan penggunaan e-wallet DANA di kalangan mahasiswa. Hasil survei tersebut disajikan dalam bentuk tabel berikut ini.

Tabel 1. 1 Fenomena *Continuance Intention to Use Dana* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

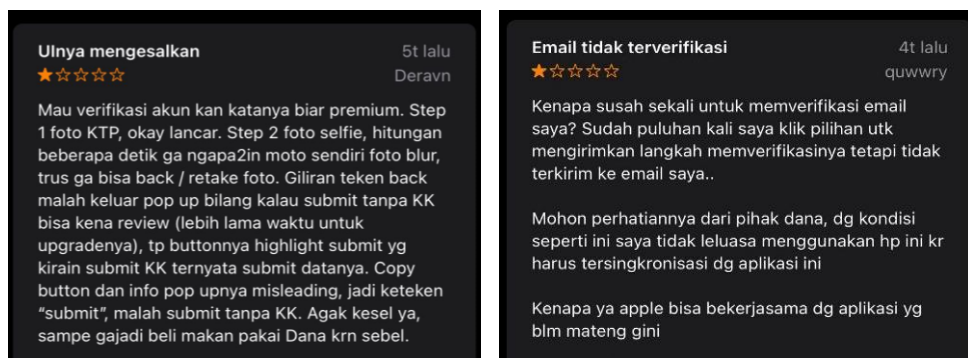
No	Pertanyaan	Setuju	%	Tidak Setuju	%
1	Saya berniat terus menggunakan aplikasi DANA untuk transaksi di masa depan	10	33,3%	20	66,7%
2	Saya akan lebih mencari tahu informasi tentang aplikasi dana sebelum terus menggunakan	24	80%	6	20%
3	Saya berniat terus menggunakan aplikasi dana dibanding dengan aplikasi dompet digital lainnya	10	33,3%	20	66,7%
4	Saya akan mereferensikan aplikasi dana kepada orang lain yang akan terus menggunakan dompet digital	12	40%	18	60%
5	Meskipun ada risiko keamanan, saya tetap berniat menggunakan aplikasi DANA secara rutin	5	16,7%	25	83,3%
Rata-Rata		12,2	40,66%	17,8	59,34%

Sumber : Survei awal (2025)

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang terkait *Continuous Intention to Use* pada aplikasi Dana, ditemukan bahwa sebanyak 59,34% responden menyatakan "tidak setuju," sementara 40,66% menyatakan "setuju." Dari hasil pra survey tersebut mengindikasikan dengan banyaknya responden yang tidak setuju pada item pernyataan "Saya berniat terus menggunakan aplikasi dana untuk transaksi dimasa depan" menyatakan bahwa niat responden untuk terus menggunakan aplikasi dana dikatakan masih rendah. Namun, tingginya persentase responden yang setuju dengan pernyataan "Saya akan lebih mencari tahu informasi tentang aplikasi dana sebelum terus menggunakan" menunjukkan bahwa mereka tetap mencari informasi terkait aplikasi tersebut. Hal ini diduga berkaitan dengan banyaknya berita mengenai kasus kebocoran data pada aplikasi dana yang menyebabkan sebagian besar responden ragu atau tidak setuju untuk terus menggunakannya.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi ialah *Perceived Ease of Use*. Menurut Davis, (1989) *Perceived Ease of Use* adalah keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi dapat mengurangi usaha atau bahkan tidak diperlukan usaha. Apabila individu merasa dalam menggunakan e-wallet mudah dan tidak ditemukan kesulitan maka dapat menciptakan pengalaman yang positif, selanjutnya akan mempengaruhi niat untuk terus menggunakan.

E-wallet DANA merupakan aplikasi dompet digital yang bertujuan memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan e-wallet DANA antara lain kemudahan pendaftaran akun, isi saldo akun dan mudah dioperasikan karena user interface yang mudah dipahami. Oleh karena itu, kemudahan yang ada pada e-wallet DANA dapat membantu pengguna ketika bertransaksi dan akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap minat untuk terus menggunakan ewallet DANA.



Sumber : App store/aplikasi dana

**Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Terkait Perceived Ease of Use
Dompet Digital DANA**

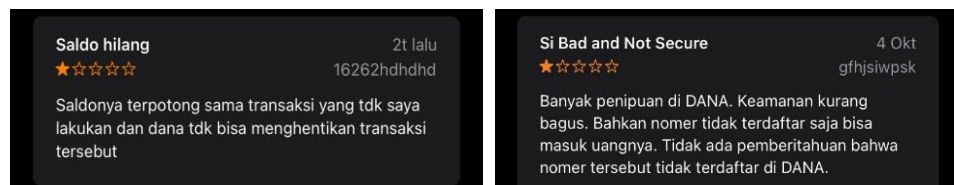
Berdasarkan gambar 1.3 dapat disimpulkan bahwa terdapat keluhan-keluhan negatif yang mencerminkan kondisi sebenarnya terkait kemudahan dalam menggunakan sistem e-wallet DANA oleh pengguna. Pengguna aplikasi Dana mengeluhkan masalah pada proses verifikasi akun dan email yang dianggap menyulitkan. Pada verifikasi akun, pengguna mengalami kendala saat mengambil foto selfie yang buram tanpa opsi untuk mengulang, serta tombol “submit” yang membingungkan karena langsung mengirim

data tanpa Kartu Keluarga (KK), sehingga memperlambat proses upgrade akun. Hal ini membuat pengguna frustrasi karena tidak dapat menggunakan Dana untuk transaksi. Sementara itu, pada verifikasi email, pengguna mengeluhkan bahwa meskipun telah berulang kali mencoba mengirim langkah verifikasi, email konfirmasi tidak pernah diterima, menyebabkan keterbatasan dalam penggunaan aplikasi. Permasalahan tersebut menandakan kemudahan penggunaan e-wallet DANA dinilai masih belum maksimal untuk memudahkan para penggunanya karena masih ada pengguna yang merasa kesulitan dan membutuhkan banyak usaha.

Meskipun e-wallet DANA memberikan berbagai kemudahan bagi pengguna, tidak dapat dipungkiri bahwa risiko yang timbul dalam penggunaannya, terutama yang berkaitan dengan faktor keamanan, perlu mendapatkan perhatian serius. Salah satu risiko yang paling mencolok adalah kebocoran data pribadi, yang sering terjadi di Indonesia. Hal ini menjadi perhatian utama, mengingat setiap pengguna mungkin memiliki persepsi yang berbeda mengenai tingkat keamanan saat menggunakan e-wallet. Sebuah riset yang dilakukan oleh Katadata Insight Center bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa mayoritas masyarakat menilai e-wallet sebagai produk layanan keuangan yang paling rentan terhadap kebocoran data pribadi, dengan persentase mencapai 36,6% (Mutia, 2021). Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya,

menunjukkan adanya kekhawatiran yang signifikan di kalangan pengguna mengenai aspek keamanan dalam transaksi digital melalui e-wallet.

Oleh karena itu, faktor keamanan menjadi aspek yang harus diperhatikan dengan serius oleh penyedia layanan untuk meminimalkan persepsi negatif yang mungkin timbul akibat risiko yang ada. Menurut Sudono et al. (2020), *Perceived Security* adalah persepsi konsumen mengenai tingkat keamanan terhadap ancaman yang mungkin terjadi saat menggunakan pembayaran seluler, seperti penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data. Selain itu, faktor keamanan memiliki pengaruh besar terhadap minat seseorang untuk menggunakan dompet digital, yang pada akhirnya juga berpengaruh terhadap niat untuk terus menggunakannya secara berkelanjutan (Siagian et al., 2022).



Sumber : app store/aplikasi dana

Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna Terkait Perceived Security Dompet Digital DANA

Berdasarkan gambar 1.4, dapat disimpulkan bahwa terdapat keluhan-keluhan negatif yang mencerminkan kekhawatiran terkait masalah keamanan selama bertransaksi, yang menunjukkan lemahnya aspek keamanan pada aplikasi DANA. Pada komentar pertama, pengguna

melaporkan adanya pengurangan saldo akibat transaksi yang tidak pernah dilakukan, yang mengindikasikan adanya potensi fraud atau kebocoran data yang memungkinkan pihak yang tidak berwenang mengakses akun pengguna. Sementara itu, komentar kedua mengungkapkan bahwa sistem aplikasi tidak dapat memverifikasi validitas nomor penerima, sehingga nomor yang tidak terdaftar tetap bisa menerima uang tanpa adanya notifikasi. Hal ini mencerminkan lemahnya sistem validasi penerima dana, yang berisiko dimanfaatkan untuk tindakan penipuan. Selain itu, kurangnya pemberitahuan terkait aktivitas mencurigakan mengakibatkan pengguna tidak dapat segera mengambil tindakan untuk melindungi dana mereka. Permasalahan yang dialami oleh pengguna ini dapat menciptakan persepsi negatif mengenai keamanan informasi keuangan pribadi. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan perhatian terhadap aspek keamanan aplikasi guna memperbaiki persepsi pengguna dan mendorong niat untuk terus menggunakan layanan e-wallet DANA.

Disisi lain, *Hedonic Value* menjadi faktor mediasi yang penting dalam konteks ini, *Hedonic Value* menggambarkan kenikmatan pribadi, kesenangan, dan kepuasan emosional yang diperoleh orang dari suatu layanan atau pengalaman. Nilai ini menekankan komponen sensorik dan emosional dari pengguna dari pada manfaat praktis semata (Hirschman and Holbrook, 1982). Oleh karena itu, pentingnya memahami *Hedonic Value* sebagai factor emosional yang memengaruhi kesinambungan penggunaan teknologi tidak dapat diabaikan. *Hedonic Value* merujuk pada nilai

emosional yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi, yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Aziz et al., 2024). Dalam konteks DANA, *Hedonic Value* dapat muncul dari pengalaman positif yang dirasakan mahasiswa saat melakukan transaksi, seperti kepuasan dan kenyamanan. Secara keseluruhan, *Hedonic Value* dalam penggunaan menekankan pada aspek pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan, melampaui sekadar fungsionalitas dan mengintegrasikan elemen emosional dalam penggunaan teknologi pembayaran digital.

Tentu saja keluhan negatif pengguna yang sering mengalami kendala dalam penggunaannya akan memengaruhi niat untuk terus menggunakan dompet digital di masa mendatang. *Continuance Intention to Use* sebagai tahapan lanjutan dari penerimaan individu pada suatu teknologi yang terbentuk melalui harapan pengguna sebelum menggunakan teknologi dan membandingkan pengalaman yang diterimanya setelah menggunakan (Olivia and Marchyta, 2022). Pengalaman positif dalam penerimaan awal pengguna, bukan hanya mempengaruhi intention, tetapi juga mempengaruhi *continuance intention* suatu teknologi. Oleh karena itu, Perusahaan perlu memperhatikan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Hedonic Value*.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnama and Sari, (2022) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of*

Use memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Continuance Intention to Use* e-wallet. Namun, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavendi and Arisanti, (2021) menyebutkan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* Jenius App. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Hapsoro and Kismiati, (2022) menunjukkan bahwa variabel *Perceived Security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* e-wallet. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budirahardjo and Laksmidewi, (2022) menyatakan bahwa *Perceived Security* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan dompet digital di Pulau Jawa. Adapun, penelitian yang dilakukan oleh Kelly, (2024) menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuous intention to use mobile money*. Namun, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan Hamzah and Sukma, (2021) menemukan hasil penelitian yang tidak konsisten, dimana nilai hedonis tidak berpengaruh positif terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi keuangan (*fintech*).

Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security* dan *Hedonic Value* penting untuk diteliti. Hal ini dikarenakan preferensi, sikap dan persepsi mengenai penggunaan layanan dari setiap orang berbeda-beda. Berdasarkan fenomena

- fenomena yang telah di uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait variabel – variabel tersebut yang bertujuan untuk melihat adanya “pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use* pengguna e-wallet Dana dengan *Hedonic Value* sebagai variabel mediasi (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Negeri Padang)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi terkait dengan penggunaan e-wallet Dana di kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang, yaitu:

1. Tingkat *Continuance Intention to Use* (niat untuk terus menggunakan) aplikasi Dana masih rendah, di mana mayoritas responden dari survei awal menyatakan tidak berniat melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut.
2. *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) yang diharapkan dapat meningkatkan minat pengguna masih menghadapi beberapa keluhan, seperti proses penggantian nomor telepon yang rumit dan error pada aplikasi.
3. *Perceived Security* (persepsi keamanan) menjadi perhatian serius, dengan adanya laporan mengenai kebocoran data, transaksi tidak sah, dan lemahnya validasi penerima dana.

4. *Hedonic Value* (nilai hedonis) sebagai faktor mediasi belum sepenuhnya dipahami dalam konteks pengaruhnya terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Dana.

C. Batasan Masalah

Penelitian menyadari bahwa batasan masalah yang penting yang harus dilakukan, Agar penelitian lebih terfokus, oleh karena itu batasan masalah ditentukan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini variabel penelitian yang digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi *Continuance Intention to Use* adalah *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* dimana *Hedonic Value* menjadi variabel mediasi.
2. penelitian ini hanya dilakukan pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang yang aktif menggunakan e-wallet dana.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Sejauh mana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention to Use* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?
2. Sejauh mana pengaruh *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?

3. Sejauh mana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Hedonic Value* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?
4. Sejauh mana pengaruh *Perceived Security* terhadap *Hedonic Value* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?
5. Sejauh mana pengaruh *Hedonic Value* terhadap *Continuance Intention to Use* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?
6. Sejauh mana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?
7. Sejauh mana pengaruh *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* pada aplikasi dana di kalangan mahasiswa?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diutarakan di atas, maka tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Security* dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi *Hedonic Value* pada aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Security* dapat mempengaruhi *Hedonic Value* pada aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Hedonic Value* dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* pada aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* pada aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Security* dapat mempengaruhi *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* pada aplikasi Dana di kalangan mahasiswa.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembacanya, manfaat tersebut sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dilakukan guna memperluas wawasan mengenai apa saja yang mempengaruhi orang untuk terus menggunakan dompet digital atau e-wallet, khususnya aplikasi DANA, serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

penelitian ini agar mampu membantu pengguna e-wallet memahami pentingnya kemudahan dan keamanan dan menjadi bahan pembelajaran bagi lembaga pendidikan dalam memahami perilaku konsumen di pemasaran digital, serta menambah pengalaman dan pemahaman penulis tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan e-wallet.

BAB V

PENUTUP

Pada Bab V penulis akan menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan dan peneliti di masa mendatang terkait topik yang diteliti, serta mengidentifikasi keterbatasan yang di hadapi selama pelaksanaan penelitian.

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention to Use* E-wallet Dana dengan *Hedonic Value* sebagai variabel mediasi studi kasus pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Untuk mengevaluasi hubungan antar variabel tersebut, penelitian menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use*. Semakin mudah mahasiswa merasakan penggunaan aplikasi DANA, maka semakin tinggi niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
2. *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use*. Ketika mahasiswa merasa aman dalam menggunakan aplikasi DANA, maka keinginan mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut juga meningkat.
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Hedonic Value*. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi DANA turut menciptakan rasa

menyenangkan dan puas, yang kemudian menambah nilai hedonis bagi pengguna.

4. *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Hedonic Value*. Tingkat keamanan yang dirasakan dalam aplikasi memberikan kenyamanan emosional yang turut meningkatkan nilai hedonis saat bertransaksi.
5. *Hedonic Value* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention to Use*. Semakin besar nilai hedonis yang dirasakan oleh mahasiswa ketika menggunakan aplikasi DANA, semakin tinggi pula niat mereka untuk terus menggunakannya.
6. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* sebagai variabel mediasi. Artinya, kemudahan penggunaan aplikasi tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga menciptakan pengalaman menyenangkan yang memperkuat niat penggunaan secara berkelanjutan.
7. *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Hedonic Value* sebagai variabel mediasi. Ini berarti persepsi keamanan dapat menciptakan rasa nyaman dan kesenangan yang kemudian memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi DANA.

G. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan, baik secara praktis maupun akademis:

1. Bagi Pengelola Aplikasi DANA

Disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan dalam navigasi aplikasi, proses pendaftaran, dan transaksi. Selain itu, penguatan sistem keamanan, seperti autentikasi dua faktor dan deteksi aktivitas mencurigakan, perlu terus ditingkatkan untuk menjaga kepercayaan pengguna.

2. Bagi Pengguna E-Wallet (Khususnya Mahasiswa)

Diharapkan agar lebih bijak dalam menjaga data pribadi seperti PIN dan kode OTP, serta lebih selektif dalam memberikan izin akses kepada aplikasi lain demi menjaga keamanan akun e-wallet.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti trust (kepercayaan) atau user experience, serta memperluas objek penelitian ke kalangan masyarakat umum agar hasil penelitian lebih komprehensif.

4. Bagi Pengambil Kebijakan di Bidang Keuangan Digital

Perlunya dukungan regulasi dan edukasi terkait literasi keuangan digital, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital dan memperkuat fondasi budaya *cashless society* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdim, K., Casalo, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the *Continuance Intention to Use* social mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66(October 2021). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>
- Amoroso, D., & Lim, R. (2017). The mediating effects of habit on continuance intention. *International Journal of Information Management*, 37(6), 693–702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003>
- Arofah. (2022). *Populix Rilis Daftar E-Wallet Paling Populer di Indonesia, GoPay Nomor 1*. Topcareer.Id. https://topcareer.id/read/2022/07/07/92073/populix-rilis-daftar-e-wallet-paling-populer-di-indonesia-gopay-nomor-1/?utm_source=chatgpt.com
- Atchariyachanvanich, K., Okada, H., & Sonehara, N. (2008). Exploring Factors Effecting the Continuance of Purchasing Behavior in Internet Shopping: Extrinsic Benefits and Intrinsic Benefits. *IPSJ Digital Courier*, 4, 91–102. <https://doi.org/10.2197/ipsjdc.4.91>
- Audina, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) pada Generasi Milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99–116.
- Aziz, M., Arifin, Z., Hwihanus, H., & Ratnawati, T. (2024). Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran Cashless. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(10), 3960–3966. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i10.1162>
- Azzahra, T. R., & Kusumawati, N. (2023). Impact of Mobile Service Quality, Perceived Value, Perceived Usefulness, *Perceived Ease of Use*, Customer Satisfaction Towards *Continuance Intention to Use* MyTelkomsel App. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(1), 46–60. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i1.74>
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656. <https://doi.org/10.1086/209376>
- Bhattacharjee, A. (2001). UNDERSTANDING INFORMATION SYSTEMS

- CONTINUANCE: AN EXPECTATION- CONFIRMATION MODE. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- bi.go.id. (2020). *Mengenal Financial Teknologi*. Bi.Go.Id.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaikasoonthorn, W. (2022). *Continuance Intention to Use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus. International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 527–536.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.001>
- Citro Atmoko. (2014). *BI canangkan Gerakan Nasional Non Tunai*.
 Antaranews.Com. https://www.antaranews.com/berita/448417/bi-canangkan-gerakan-nasional-non-tunai?utm_source=chatgpt.com
- Dai, H. M., Teo, T., Rappa, N. A., & Huang, F. (2020). Explaining Chinese university students' continuance learning intention in the MOOC setting: A modified expectation confirmation. *Computers & Education*.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103850>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, *Perceived Ease of Use*, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fuadiyah, N., Suharyono, & Kadarisman, H. (2016). Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Ponsel iPhone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 36(1), 129–136. <https://www.neliti.com/publications/87095/pengaruh-nilai-utilitarian-dan-nilai-hedonik-terhadap-keputusan-pembelian-survei#cite>
- Garrouch, K. (2021). Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet applications. *Journal of Decision Systems*, 30(2–3), 150–171.
- Goodstats.id. (2024). *96% Masyarakat Indonesia Sudah Menggunakan E-Wallet*. Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudah-menggunakan-e-wallet-itxIc#:~:text=96%25%20Masyarakat%20Indonesia%20Sudah%20Menggunakan%20E-Wallet-GoodStats%20Data>
- Gupta, S., Kiran, R., & Sharma, R. K. (2023). Embedding Technology Interface and Digital Payment Drivers in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model: Transforming Behavioral Intention to Sustained Intention. *Sustainability (Switzerland)*, 15(17).
<https://doi.org/10.3390/su151713018>

- Hamzah, A., & Sukma, N. (2021). Factors That Influence the Interest in the Utilization of Sharia Financial Technology on Millennials and Generation Z. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 6(2), 119. <https://doi.org/10.30984/tjebi.v6i2.1614>
- Hapsoro, B. B., & Kismiatun. (2022). The Effect of *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, and *Perceived Security* on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePay Through E-Satisfaction Article Information. *Management Analysis Journal*.
- Hartono, E., Holsapple, C. W., Kim, K. Y., Na, K. S., & Simpson, J. T. (2014). Measuring *Perceived Security* in B2C electronic commerce website usage: A respecification and validation. *Decision Support Systems*, 62, 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.02.006>
- Hepola, J., Leppäniemi, M., & Karjalainen, H. (2020). Is it all about consumer engagement? Explaining continuance intention for utilitarian and hedonic service consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(December 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102232>
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090127>
- Indira Lintang. (2024). *Data: 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia>
- Indonesia, B. (2018). *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik*.
- Jakpat. (2024). *Fintech Trends 2024: Paylater Users Rise*. Insight.Jakpat.Net. [https://insight.jakpat.net/fintech-trends-2024-paylater-users-rise/#:~:text=Digital financial activities,%2C and insurance \(20%25\)](https://insight.jakpat.net/fintech-trends-2024-paylater-users-rise/#:~:text=Digital financial activities,%2C and insurance (20%25)).
- Jogiyanto, H. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Andi Offset*, 235.
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). *The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com*. 64, 429–438. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>
- Kelly, A. E. (2024). The sustainability and contribution of Generation Z influenced by hedonic and utilitarian values to use mobile money services for fee payment. *Telematics and Informatics Reports*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100145>

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kordina, L., Putra, W. H. N., & Herlambang, A. D. (2019). Evaluasi Keadaan *Continuance Intention to Use* dan Citizen Support pada Implementasi Layanan Website Pusat Pelayanan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4951–4960.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). Research Article How Habit Limits the Predictive Power of Intention : The Case of Information. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737.
- Lu, Y., Wang, B., & Lu, Y. (2019). Understanding key drivers of MOOC satisfaction and *Continuance Intention to Use*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 20(2), 105–117.
- mediakonsumen.com. (2023). *Akun DANA Dibobol*. Mediakonsumen.Com. <https://mediakonsumen.com/2023/02/23/surat-pembaca/akun-dana-dibobol>
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- Muslikhun, Wulandari Harjanti, & Tri Wahjoedi. (2022). Utilitarian, hedonic, privacy and trust on online purchase intentions mediated by attitude toward online purchasing. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 14(3), 054–067. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.14.3.0502>
- Mutia, A. (2021). *Survei: Ini Produk Keuangan yang Dianggap Rentan Kebocoran Data*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/9e47e8a7538de5d/survei-ini-produk-keuangan-yang-dianggap-rentan-kebocoran-data>
- Nguyen, M. H., & Khoa, B. T. (2019). Customer electronic loyalty towards online business: The role of online trust, perceived mental benefits and *Hedonic Value*. *Journal of Distribution Science*, 17(12), 81–93. <https://doi.org/10.15722/jds.17.12.201912.81>
- Oktavendi, T. W., & Arisanti, I. (2021). How To Build Continuance Intention On Jenius App Users. *TLJAB (The International Journal of Applied Business)*, 5(2), 155. <https://doi.org/10.20473/tijab.v5.i2.2021.29776>

- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of *Perceived Ease of Use* and *Perceived Usefulness* on E-Wallet Continuance Intention. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1), 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Oluwajana, D., Idowu, A., Nat, M., Vanduhe, V., & Fadiya, S. (2019). The adoption of students' hedonic motivation system model to gamified learning environment. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(3), 156–167. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000300109>
- Pernando, A. (2025). *Dana Klaim Miliki 200 Juta Pengguna, Begini Dasar Perhitungannya*. Finansial.Bisnis.Com. https://finansial.bisnis.com/read/20250128/563/1835241/dana-klaim-miliki-200-juta-pengguna-begini-dasar-perhitungannya?utm_source=chatgpt.com
- Purnama, M. P., & Sari, D. (2022). The Influence of *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* and *Perceived Risk* on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Purwanto, E., & Jaya, U. P. (2020). *Technology adoption: a conceptual framework* (Issue August).
- Qu, Y., Cieřlik, A., Fang, S., & Qing, Y. (2023). The role of online interaction in user stickiness of social commerce: The shopping value perspective. *Digital Business*, 3(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100061>
- Riache, H., & Pradana, M. (2022). THE EFFECT OF PERCEIVED PRIVACY, SECURITY, AND TRUST ON THE *CONTINUANCE INTENTION TO USE* SOCIAL NETWORKING SERVICES (A Study on Meta's Social Networks). *Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 102–108.
- Roslan, R., Ayub, A. F. M., Ghazali, N., & Zulkifli, N. N. (2021). the Influence of *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Social Influence*, and *Perceived Enjoyment* Towards Continuance Intention in Using a Gamified E-Quiz Mobile Application. *Journal of Institutional Research South East Asia*, 19(2), 1–285.
- Shang, D., & Wu, W. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management and Data Systems*, 117(1),

213–227. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2016-0052>

- Sharma, T. G., Tak, P., & Kesharwani, A. (2020). Understanding Continuance Intention to Play Online Games: The Roles of *Hedonic Value*, Utilitarian Value and Perceived Risk. *Journal of Internet Commerce*, 19(3), 346–372. <https://doi.org/10.1080/15332861.2020.1756189>
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of *Perceived Security*, *Perceived Ease of Use*, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(April 2019), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). The Influence of *Perceived Security* and Perceived Enjoyment on Intention To Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.37-46>
- Susanto, T. D., & Aljoza, M. (2015). Individual Acceptance of e-Government Services in a Developing Country: Dimensions of Perceived Usefulness and *Perceived Ease of Use* and the Importance of Trust and Social Influence. *Procedia Computer Science*, 72, 622–629. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.171>
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of *Continuance Intention to Use* mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Unarto, T., Suhud, U., & Rizan, M. (2022). The Role of Continuance Intention, e-wallet Applications Users for Transaction Multi-payments in Indonesia. *Business Management and Strategy*, 13(2), 174. <https://doi.org/10.5296/bms.v13i2.20427>
- Wang, T., Lin, C. L., & Su, Y. S. (2021). Continuance intention of university students and online learning during the covid-19 pandemic: A modified expectation confirmation model perspective. *Sustainability (Switzerland)*,

13(8). <https://doi.org/10.3390/su13084586>

Yessica, Y., & Sutanto, E. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi pemilihan aplikasi pembayaran seluler. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 53. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>

Yoyo Sudaryo, S. E., MM, M., Efi, N. A. S., Yosep, M. A., SE, M., Nurdiansyah, B., & ST, I. N. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi.
https://books.google.co.id/books?id=kpD5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false