
FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DI INDONESIA

Elvi

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
elvi.117202009@stu.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk : 21-06-2022 , revisi : 01-07-2022 , diterima untuk diterbitkan : 04-07-2022

Abstract: This research was conducted to determine the factors that influenced the use of digital wallets during the pandemic in Indonesia. In this study, the factors are ease of use, promotion, security, and social influence use of the digital wallet. The data source comes from the results of questionnaires distributed online to 100 respondents from January-May 2022 and analysis using SmartPLS. Based on the study results, it can be concluded that the ease-of-use factor significantly affects the use of digital wallets in Indonesia. Promotional factors significantly affect the use of digital wallets in Indonesia. However, the security factor does not significantly affect the use of digital wallets in Indonesia. Social influence factors significantly influence the use of digital wallets in Indonesia.

Keywords: Digital Wallet, Ease of Use, Promotion, Security, Social Influence

Abstrak: Penelitian ini dilakukan berdasarkan keinginan peneliti untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan dompet digital selama pada masa pandemi di Indonesia. Dalam penelitian ini, menggunakan faktor kemudahan penggunaan, promosi, keamanan, dan pengaruh sosial terhadap penggunaan dompet digital. Sumber data yang dikumpulkan berasal dari hasil kuesioner yang telah disebarakan melalui *online* dengan 100 responden selama bulan Januari-Mei 2022 dan melakukan analisis menggunakan SmartPLS. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dompet digital di Indonesia. Faktor promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dompet digital di Indonesia. Namun, faktor keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dompet digital di Indonesia. Faktor pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dompet digital di Indonesia.

Kata Kunci: Dompet Digital, Kemudahan Penggunaan, Promosi, Keamanan, Pengaruh Sosial

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi seluler telah mengubah industri pembayaran dengan menyediakan saluran pembayaran yang nyaman. Perubahan tersebut berdampak sangat besar bagi negara berkembang dikarenakan adanya pelanggan yang tidak memiliki rekening bank (Chawla & Joshi, 2020). Berdasarkan data yang dirilis oleh Bank Indonesia, dapat diketahui bahwa transaksi menggunakan dompet digital di luar perbankan sudah mulai menguasai pangsa pasar melalui OVO, Gopay, Dana, dan ShopeePay. Perkembangan pembayaran menggunakan dompet digital terus mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan survei yang telah dilakukan oleh JAKPAT pada tahun 2020 bahwa pembayaran menggunakan *Digital Wallet* mencapai 79%, pembayaran *cash* 14,1%, kartu debit 4,7%, dan kartu kredit 1,3% (JAKPAT, 2020). Menurut World Health Organization (WHO), penyakit ini menyerang sistem pernapasan yang dapat menyebar melalui kontak langsung maupun *droplet*. Hal ini berdampak pada penggunaan dompet digital yang terus meningkat untuk menghindari kontak langsung. Pada masa pandemi Covid-19, WHO memberikan saran untuk melakukan menjaga jarak (*physical distancing*) dimana masyarakat diminta untuk sebisa mungkin meminimalisir kontak langsung, sehingga mengakibatkan konsumen terinspirasi untuk melakukan aktivitas dengan kontak minim

termasuk melakukan transaksi pembayaran (Aji et al., 2020). Alasan konsumen memilih menggunakan dompet digital dikarenakan adanya kemudahan penggunaan serta *cashback* yang ditawarkan oleh penyedia dompet digital (Nabila et al., 2018). Sedangkan penelitian menurut Karim et al. (2020), salah satu faktor penting dalam dompet digital adalah faktor keamanan, selain itu berdampak positif terhadap intensi penggunaan dompet digital.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh perspektif kemudahan penggunaan dengan penggunaan dompet digital pada masa pandemi.
2. Mengetahui pengaruh promosi dengan penggunaan dompet digital pada masa pandemi.
3. Mengetahui pengaruh keamanan dengan penggunaan dompet digital pada masa pandemi.
4. Mengetahui pengaruh faktor pengaruh sosial dengan penggunaan dompet digital pada masa pandemi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Pendukung

Teori TAM (Technology Acceptance Model) merupakan teori yang mengukur faktor penerimaan dari suatu teknologi. Model TAM pertama kali diperkenalkan pada tahun 1989 oleh Davis dengan tujuan untuk memberikan penjelasan dan memprediksi sehubungan dengan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Model TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang berfokus kepada penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. TAM memprediksi dua faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989). Teori UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) merupakan teori pengembangan dari teori TAM. Menurut teori UTAUT2, faktor yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi adalah *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *hedonic motivation* (HM), dan *price value* (PV) (Venkatesh et al., 2012).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Aji et al. (2020) dengan melakukan penelitian terhadap niat pelanggan menggunakan dompet digital antara Indonesia dengan Malaysia, mendapatkan kesimpulan bahwa persepsi risiko dan manfaat yang dirasakan oleh responden secara langsung memengaruhi niat dalam penggunaan dompet digital. Pada saat masa pandemi, pengaruh dukungan pemerintah terhadap niat untuk menggunakan dompet elektronik sepenuhnya dimediasi oleh manfaat yang dirasakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nabila et al. (2018), mengatakan bahwa konsumen lebih memilih dompet digital sebagai sumber utama pembayaran mereka adalah karena banyak berkaitan dengan kenyamanan dan informasi yang disimpan di bawah satu platform. Dua faktor tertinggi penerimaan penggunaan dompet elektronik adalah kemudahan penggunaan dan kecepatan penggunaan. Platform penyedia dompet digital memprioritaskan untuk memasarkan produknya dengan temuan ini, dengan cara meningkatkan kemudahan penggunaan, kecepatan dan biaya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Karim et al. (2020), bertujuan untuk mengeksplorasi niat penggunaan *e-wallet* di kalangan dewasa muda Malaysia dengan menerapkan model penerimaan teknologi. Studi ini juga memeriksa niat perilaku dan pengaruhnya terhadap aktualisasi pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Karim et al. (2020), menyimpulkan bahwa faktor yang menjadi perhatian dalam penggunaan dompet digital adalah aspek keamanan berdampak positif dan signifikan terhadap *behavior intention* penggunaan dompet digital.

Penelitian terhadap gen Y masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan India oleh Trivedi (2016) mendapatkan hasil bahwa faktor yang memengaruhi penggunaan pembayaran digital adalah kemudahan dan kegunaan dari pembayaran digital dengan menggunakan target responden generasi Y (umur 21-25) dan menggunakan teori TAM.

Penelitian yang dilakukan oleh Subawa et al. (2021) bertujuan untuk mengembangkan Technology Acceptance Model (TAM), untuk mengetahui perbedaan persepsi gender dalam mengadopsi transaksi non tunai. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan pengukuran perbedaan persepsi gender dalam mengadopsi *cashless*, yang mengacu pada persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan. Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa faktor kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perempuan dan faktor kegunaan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap laki-laki.

Kerangka Berpikir

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti menyimpulkan terdapat 4 faktor yang memengaruhi penggunaan dompet digital:

Persepsi Kemudahan penggunaan

Kemudahan dalam melakukan transaksi memengaruhi penggunaan dompet digital. Di samping itu, kerja sama *merchant* yang banyak juga memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi (Jin et al., 2020).

Promosi

Cost benefit atau promosi menjadi salah satu faktor pendukung penggunaan dompet digital. Masyarakat cenderung untuk melakukan perbandingan harga atas dompet digital. Oleh karena itu, banyak dompet digital yang melakukan promosi *cashback* atau potongan harga (Nabila et al., 2018).

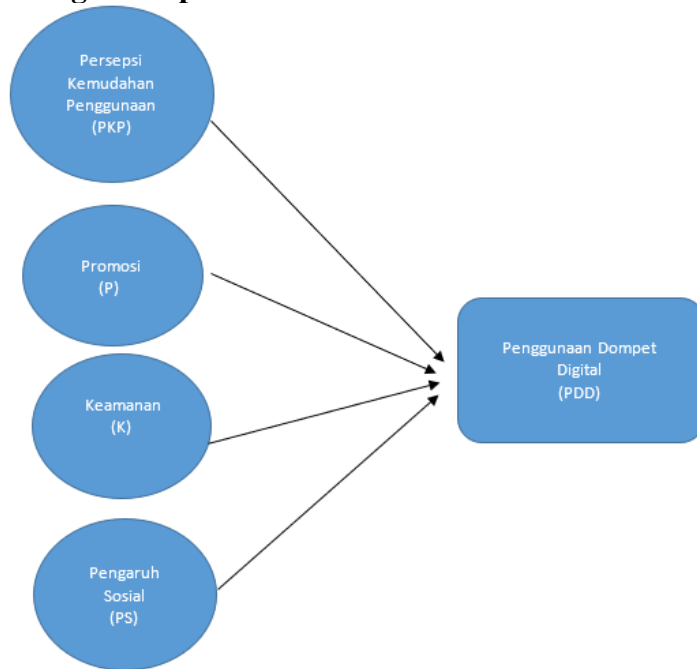
Keamanan

Seiring berkembangnya teknologi, semakin besar risiko kebocoran data yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, masyarakat cenderung akan mempertimbangkan faktor keamanan data. Secara tidak langsung, keamanan berdampak terhadap penggunaan dompet digital (Lundgren et al., 2021).

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah usaha yang dilakukan untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku orang lain. Pada masa pandemi, tingkah laku atau kebiasaan masyarakat juga mengalami perubahan. Dengan adanya pandemi, masyarakat lebih memilih transaksi non tunai. Hal ini berdampak pada penggunaan dompet digital (*cashless*) (Subawa et al., 2021).

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Sumber: Peneliti (2022)

Hipotesis

Hipotesis 1: Kemudahan Penggunaan Teknologi Memengaruhi Penggunaan Dompot Digital

Pada penelitian yang dilakukan oleh Filona dan Misdiyono (2019), menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan uang elektronik. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Jin et al. (2020), menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan dompet digital.

Hipotesis 2: Promosi Memengaruhi Penggunaan Pembayaran Dompot Digital

Menurut Peng et al. (2019), penggunaan potongan harga oleh pedagang untuk mempromosikan penjualan menegaskan bahwa nilai harga merupakan dimensi penting dari nilai yang dirasakan pelanggan. Promosi potongan harga yang melibatkan waktu pembelian yang terbatas dianggap bermanfaat karena pelanggan akan merasa “menyesal jika mereka tidak membeli dalam waktu pembelian yang terbatas”. Karena batasan waktu mendorong konsumen untuk menciptakan “persepsi biaya peluang”, mereka meningkatkan kemungkinan pembelian akan dilakukan terbuat. Berdasarkan keberhasilan promosi diskon harga waktu terbatas, penelitian ini menyimpulkan bahwa batas waktu memperkuat hubungan positif antara nilai harga dan niat beli.

Hipotesis 3: Keamanan Teknologi Memengaruhi Penggunaan Dompot Digital

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lundgren et al. (2021) menunjukkan bahwa faktor keamanan elektronik merupakan faktor yang memengaruhi penggunaan layanan elektronik.

Hipotesis 4: Pengaruh Sosial Memengaruhi Penggunaan Dompot Digital

Menurut Subawa et al. (2021), mengatakan bahwa pengaruh sosial mengacu kepada sejauh mana penggunaan teknologi individu dipengaruhi oleh pendapat orang lain. Pengaruh sosial adalah faktor yang penting dan berpengaruh dalam memprediksi penerimaan teknologi baru.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Likert (1932), mengukur perilaku individu dapat menggunakan 5 titik pilihan untuk menjawab beberapa butir pertanyaan yang diperlukan. Menurut Kelly dan Tincani (2013), skala Likert memudahkan untuk mengukur perilaku kerja sama individu. Secara garis besar, ada dua cara penggunaan, yaitu disebarkan kemudian diisi oleh responden dan digunakan sebagai pedoman wawancara dengan responden yang menggunakan skala Likert. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 1
Pengukuran Skala Likert

Tingkatan Jawaban	Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

HASIL DAN KESIMPULAN

Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian adalah pengguna dompet digital di Indonesia dengan jumlah sebanyak 100 pengguna dompet digital dengan rentang umur 20-31 tahun. Responden penelitian ini dilakukan secara acak antara perempuan dan laki-laki yang berdomisili di berbagai kota di Indonesia. Karakteristik responden merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari variabel-variabel penelitian sehingga hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan karakteristik responden sebagai berikut:

Usia

Pada penelitian ini, mayoritas usia responden adalah usia 26-28 tahun dengan tingkat persentase sebesar 35%, dan usia 23-25 tahun dengan tingkat persentase sebesar 31%. Hal ini juga sesuai dengan data yang telah dirilis oleh Badan Pusat Statistik Negara yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 dengan usia di atas 25 tahun mencapai 57,07%, sedangkan pengguna internet usia 19 hingga 24 tahun mencapai 17,13%.

Domisili

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas domisili responden adalah di Jakarta dengan tingkat persentase sebesar 64,00% dan Pekanbaru sebesar 10,00%. Selanjutnya, untuk domisili daerah Tangerang mencapai 9%, Semarang sebesar 4%, Depok sebesar 4%, dan daerah lainnya sebesar 9%. Pada penelitian ini, sebagian besar responden berasal dari berbagai perkotaan yang terdapat di Indonesia. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat perkotaan yang lebih cepat untuk mampu beradaptasi dan menerima teknologi baru. Selain itu, masyarakat perkotaan yang juga lebih memiliki sikap konsumtif dibandingkan berbagai daerah di Indonesia.

Nominal Top-up Setiap Bulan

Responden pada penelitian ini didapatkan bahwa jumlah nominal *top-up* dompet digital setiap bulan responden adalah Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 dengan tingkat persentase sebesar 41,00% dan kurang dari Rp. 1.000.000 tingkat persentase mencapai 41,00%. Untuk nominal *top-up* dompet digital setiap bulan, responden adalah Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 dengan tingkat persentase sebesar 8,00%. Untuk nominal *top-up* dompet digital setiap bulan, responden adalah di atas Rp. 5.000.000 dengan tingkat persentase sebesar 10,00%. Dari data

tersebut, dapat diketahui bahwa nominal *top-up* dengan nominal Rp. 1.000.000 hingga nominal di atas Rp. 5.000.000 mencapai 59%. Hal ini juga sesuai dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang konsumtif dan membuktikan bahwa perkembangan teknologi melalui pembayaran non tunai atau yang disebut dengan dompet digital sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan.

Lama Penggunaan Dompet Digital

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, didapatkan hasil bahwa mayoritas lama penggunaan dompet digital responden adalah lebih dari 3 tahun dengan tingkat persentase sebesar 61,00% dan antara 1-3 tahun tingkat persentase sebesar 27,00%. Sedangkan, responden yang mulai menggunakan dompet digital pada saat pandemi mencapai 12%. Dari data ini, dapat diketahui bahwa pengguna dompet digital sudah terjadi sejak jauh sebelum pandemi melanda dunia. Pembayaran menggunakan dompet digital dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran. Selain itu, hal ini juga membuktikan bahwa dompet digital, seperti OVO, Gopay, Dana, dan ShopeePay mampu bersaing dengan penggunaan kartu kredit maupun uang tunai.

Jenis Dompet Digital

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menggunakan Gopay dengan persentase sebesar 76,40%, sebesar 70,80% responden menggunakan ShopeePay, dan 69,80% menggunakan OVO. Sedangkan, responden yang menggunakan Dana hanya menempati 23,60%. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa dompet digital Gopay menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Sedangkan untuk dompet digital OVO dan ShopeePay, juga banyak digunakan oleh responden dimana dapat dilihat bahwa lebih dari 50% responden menggunakan OVO dan ShopeePay. Sedangkan untuk dompet digital Dana, hanya digunakan oleh segelintir responden tidak mencapai setengah dari keseluruhan responden.

Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti menggunakan metode SEM (Structural Equation Modeling) berbasis PLS (Partial Least Square) dengan tiga tahap:

Analisa Outer Model

Convergent Validity

Menurut Hussein (2015), nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan adalah > 0.7 . Berdasarkan jumlah data yang telah didapat, peneliti menggunakan SmartPLS dengan hasil *loading factor* sebagai berikut.

Tabel 2
Tabel Outer Loading

	K	P	PDD	PKP	PS	Keterangan
K1	0.868					Valid
K2	0.732					Valid
K3	0.720					Valid
K4	0.779					Valid
K5	0.735					Valid
K6	0.786					Valid
P1		0.845				Valid
P2		0.749				Valid
P3		0.718				Valid
P4		0.717				Valid
PDD1			0.824			Valid
PDD2			0.899			Valid
PDD3			0.824			Valid
PDD4			0.886			Valid
PKP1				0.716		Valid
PKP2				0.737		Valid
PKP3				0.891		Valid
PS1					0.884	Valid
PS2					0.784	Valid

Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *loading factor* semua indikator mencapai > 0.7 . Menurut Hussein (2015), sebuah variabel dinilai *valid* apabila memenuhi persyaratan nilai *outer loading* > 0.7 . Dari hasil penelitian yang telah didapatkan, menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen. Dengan nilai *loading factor* yang mencapai > 0.7 , menunjukkan bahwa pernyataan pada kuesioner yang telah disebar dapat dipahami oleh responden dengan baik.

Convergent validity dapat dilihat juga melalui nilai AVE (Average Variance Extracted) dengan nilai AVE di atas 0.5 (Hair, Jr. et al., 2014). Hasil pada penelitian ini yang didapatkan bahwa setiap variabel memiliki nilai AVE > 0.5 .

Tabel 3
Tabel AVE

	AVE (Average Variance Extracted)
K	0.595
P	0.576
PDD	0.738
PKP	0.617
PS	0.697

Sumber: Peneliti (2022)

Discriminant Validity

Nilai ini adalah nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk tersebut memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan cara membandingkan antara nilai *loading* dengan konstruk lainnya.

Tabel 4**Tabel Cross Loading**

	K	P	PDD	PKP	PS
K1	0.868	0.064	0.285	0.336	0.474
K2	0.732	0.056	0.204	0.188	0.357
K3	0.720	0.171	0.160	0.115	0.399
K4	0.779	0.220	0.279	0.139	0.415
K5	0.735	0.150	0.322	0.347	0.484
K6	0.786	0.011	0.140	0.099	0.342
P1	0.102	0.845	0.495	0.375	0.247
P2	0.022	0.749	0.227	0.222	0.077
P3	0.156	0.718	0.353	0.515	0.214
P4	0.163	0.717	0.417	0.281	0.247
PDD1	0.167	0.397	0.824	0.500	0.354
PDD2	0.384	0.471	0.899	0.571	0.527
PDD3	0.311	0.424	0.824	0.414	0.422
PDD4	0.232	0.495	0.886	0.406	0.426
PKP1	0.114	0.463	0.406	0.716	0.304
PKP2	0.302	0.244	0.350	0.737	0.220
PKP3	0.281	0.387	0.525	0.891	0.410
PS1	0.396	0.231	0.478	0.363	0.884
PS2	0.550	0.239	0.360	0.318	0.784

Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa tidak ada indikator dari konstruk kontrol yang nilainya lebih rendah terhadap indikator lainnya. Oleh karena itu, tidak ada indikator variabel yang perlu untuk dieliminasi dan menunjukkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan.

Selain menggunakan *cross loading*, *discriminant validity* juga bisa didapatkan melalui *Fornell-Larcker Criterion*. Berikut merupakan hasil *Fornell-Larcker Criterion* pada penelitian ini:

Tabel 5**Tabel Fornell-Larcker Criterion**

	K	P	PDD	PKP	PS
K	0.772				
P	0.157	0.759			
PDD	0.325	0.521	0.859		
PKP	0.295	0.469	0.554	0.785	
PS	0.549	0.279	0.508	0.409	0.835

Sumber: Peneliti (2022)

Hasil data yang diperoleh didapatkan bahwa nilai suatu variabel lebih tinggi terhadap variabel itu sendiri dibandingkan variabel lainnya. Contohnya, nilai faktor Pengaruh Sosial (PS) mencapai 0,835 dibandingkan faktor Keamanan (K) dengan nilai 0,549. Berdasarkan data yang telah didapat, dapat disimpulkan bahwa model data yang diuji pada penelitian telah sesuai. Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa nilai *Fornell-Larcker Criterion* setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Oleh karena itu pada penelitian ini, memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan *composite reliability* > 0.7 (Hair, Jr. et al., 2014). Berikut hasil *composite reliability* pada penelitian ini:

Tabel 6
Tabel Fornell Composite Reliability

	Composite reliability
K	0.898
P	0.844
PDD	0.918
PKP	0.827
PS	0.821

Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa semua variabel reliabel dengan memiliki nilai > 0.7.

Analisa Inner Model

Hasil analisa *inner model* pada penelitian ini:

Tabel 7
Tabel R-Square

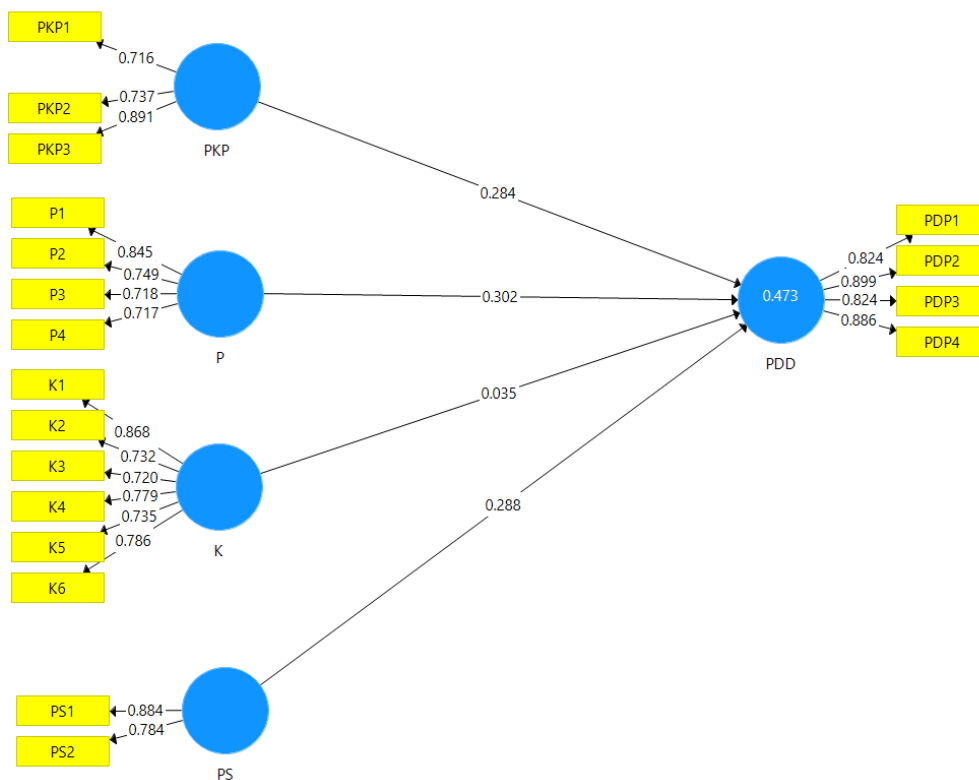
PDD	R-Square
	0.473

Sumber: Peneliti (2022)

Koefisien Determinasi (R²)

Nilai R² 0.75, 0.50, dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, *moderate*, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Dari tabel hasil R-Square, dapat diketahui didapat kesimpulan bahwa model *moderate*.

Gambar 2
Model Struktural



Sumber: Peneliti (2022)

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kuantitas penggunaan dompet digital di Indonesia pada masa pandemi. Tiga faktor yang memengaruhi kuantitas penggunaan dompet digital di Indonesia pada masa pandemi dalam usia 20-31 tahun adalah faktor persepsi kemudahan penggunaan, faktor promosi, dan faktor pengaruh sosial. Dalam penelitian, terdapat 1 faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kuantitas penggunaan dompet digital di Indonesia pada masa pandemi, yaitu faktor keamanan.

Saran

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap ke depannya kepada penelitian-penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini. Maka peneliti memberikan saran-saran:

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan, alangkah baiknya apabila penelitian selanjutnya menganalisis dengan responden spesifik pada suatu daerah.
2. Pada penelitian ini, faktor promosi berdampak signifikan, untuk penelitian selanjutnya, dapat menganalisis dampak promosi terhadap penggunaan dompet digital di suatu daerah.
3. Faktor pengaruh sosial berdampak signifikan pada penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor pengaruh sosial pada masa pandemi di berbagai daerah di Indonesia.
4. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa faktor keamanan berdampak signifikan, pada penelitian selanjutnya dapat menganalisis apakah fenomena ini juga terjadi di berbagai daerah di Indonesia.

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 & Management*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483–504. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0094>
- 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>
- Filona, & Misdiyono. (2019). Factors affecting the adoption of electronic money using technology acceptance model and theory of planned behavior. *Journal of Business Economics*, 24(1), 100–113. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i1.1858>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0* (pp. 1–28). Universitas Brawijaya.
- JAKPAT. (2020). *Indonesia digital wallet 2nd semester of 2020 - JAKPAT survey report*. <https://blog.jakpat.net/indonesia-digital-wallet-2nd-semester-of-2020-jakpat-survey-report/>
- Jin, C. C., Seong, L. C., & Khin, A. A. (2020). Consumers' behavioural intention to accept of the mobile wallet in Malaysia. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(1), 1–13. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.1.3>

- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors influencing the use of e-wallet as a payment method among Malaysian young adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 01–12. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kelly, A., & Tincani, M. (2013). Collaborative training and practice among applied behavior analysts who support individuals with autism spectrum disorder. *Education and Training in Autism and Developmental Disabilities*, 48(1), 120–131. <http://www.jstor.org/stable/23879891>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 44–53.
- Lundgren, C., Bokrantz, J., & Skoogh, A. (2021). A strategy development process for smart maintenance implementation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(9), 142–166. <https://doi.org/10.1108/JMTM-06-2020-0222>
- Nabila, M., Purwandari, B., Nazief, B. A. A., Chalid, D. A., Wibowo, S. S., & Solichah, I. (2018). Financial technology acceptance factors of electronic wallet and digital cash in Indonesia. *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2018 - Proceedings*, 284–289. <https://doi.org/10.1109/ICITSI.2018.8696091>
- Peng, L., Zhang, W., Wang, X., & Liang, S. (2019). Moderating effects of time pressure on the relationship between perceived value and purchase intention in social e-commerce sales promotion: Considering the impact of product involvement. *Information and Management*, 56(2), 317–328. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.11.007>
- Subawa, N. S., Dewi, N. K. A., & Gama, A. W. O. (2021). Differences of gender perception in adopting cashless transaction using technology acceptance model. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 617–624. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0617>
- Trivedi, J. (2016). Factor determining the acceptance of e-wallet. *International Journal of Applied Marketing and Management*, 1(2), 42–53. <http://www.publishingindia.com/ijamm/96/factors-determining-the-acceptance-of-e-wallet/541/3871/>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>