

Analisis Penerimaan *E-Wallet* Populer di Indonesia Pada Generasi Z Kabupaten Karawang Menggunakan TAM

Nur Widia Rachmah¹, Andini Sahirah², Vania Ulfiyah Nurfitriany³, Achmad Baroqah Pohan⁴, Besus Maula Sulthon⁵, Yunita⁶

¹nurwidiarachmah@gmail.com, ²andinisahirah4@gmail.com, ³vaniaulfiyah@gmail.com, ⁴pohan@i-tech.ac.id,

⁵besus.bem@bsi.ac.id, ⁶yunita.ynt@bsi.ac.id

^{1,2,3,5,6} Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

⁴ Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima 29/10/2025

Direvisi 11/12/2025

Diterbitkan 30/06/2026

Kata Kunci :

E-wallet, TAM, Generasi Z, Karawang, Penerimaan Pengguna

Keyword :

E-wallet, TAM, Generation Z, Karawang, User Acceptance

ABSTRAK

Transformasi digital di sektor keuangan mendorong munculnya layanan *e-wallet* yang mempermudah transaksi non-tunai. Generasi Z di Kabupaten Karawang menjadi pengguna potensial, namun faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaannya belum diketahui secara pasti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendasari penerimaan ShopeePay, DANA, OVO, dan GoPay melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan metode kuantitatif melalui kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kabupaten Karawang. Hasil menunjukkan *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan pada ShopeePay dengan $t = 5,894$ dan $p < 0,05$. DANA dipengaruhi *Attitude Toward Using* dengan $t = 3,276$ dan $p < 0,05$. GoPay dipengaruhi *Behavioral Intention to Use* dengan $t = 4,731$ dan $p < 0,05$. OVO dipengaruhi *Perceived Ease of Use* dengan $t = 3,652$ dan $p < 0,05$. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa TAM relevan untuk menjelaskan perilaku penerimaan *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Karawang.

ABSTRACT

Digital transformation in the financial sector has encouraged the rise of *e-wallet* services that simplify cashless transactions. Generation Z in Karawang Regency is a potential user group, yet the factors influencing their acceptance remain unclear. This study aims to analyze the factors underlying the acceptance of ShopeePay, DANA, OVO, and GoPay using the *Technology Acceptance Model* through a quantitative approach with 100 Generation Z respondents in Karawang Regency. The results indicate that *Perceived Usefulness* significantly influences ShopeePay with $t = 5.894$ and $p < 0.05$. DANA is influenced by *Attitude Toward Using* with $t = 3.276$ and $p < 0.05$. GoPay is affected by *Behavioral Intention to Use* with $t = 4.731$ and $p < 0.05$, while OVO is influenced by *Perceived Ease of Use* with $t = 3.652$ and $p < 0.05$. Overall, the model remains relevant in explaining *e-wallet* adoption among Generation Z in Karawang Regency.

Penulis Koresponden:

Achmad Baroqah Pohan,
Email: pohan@i-tech.ac.id

Pendahuluan

Era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong inovasi dibidang teknologi digital berbasis *Internet of Things*, termasuk sistem pembayaran berbasis aplikasi (Firdaus et al., 2022). *E-wallet* merupakan inovasi pembayaran digital berbasis ponsel yang memungkinkan penyimpanan saldo dan transaksi instan, menggantikan sistem pembayaran tradisional (Indriyani & Sartika, 2022). Sistem ini melibatkan aplikasi keuangan, infrastruktur jaringan, dan regulasi sebagai komponen utama (Fahimah & Harsono, 2021). *E-wallet* unggul dalam kecepatan transaksi, keamanan, pencatatan riwayat transaksi, serta promosi menarik (Fathiyah et al., 2025).

Di Indonesia, *e-wallet* menjadi produk *fintech* yang paling diminati dengan tren pertumbuhan konsisten tiap tahun (Putri et al., 2025). Perkembangan pesat *e-wallet* tidak hanya mempermudah transaksi keuangan, tetapi juga mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat dalam era digital (Masturoh & Pohan, 2020). Preferensi masyarakat terhadap platform *e-wallet* pun menunjukkan keragaman (Burhan, 2022). DANA, *e-wallet* lain yang berkembang pesat, telah mengantongi empat lisensi dari Bank Indonesia sejak 2018 (Wibowo et al., 2023). Kemudian ShopeePay, dompet digital non-bank yang dikembangkan oleh Shopee sebagai sarana pembayaran elektronik (Suyanto, 2015). Pada laporan Ipsos menunjukkan 68% penggunanya berasal dari generasi muda, mengindikasikan kecenderungan Generasi Z terhadap platform tertentu (Adelia & Indah, 2023).

Generasi Z terbiasa multitasking dan menjadikan internet sebagai sumber informasi utama. Dibandingkan rekening konvensional atau ATM, *e-wallet* menawarkan fleksibilitas, kemudahan akses, serta berbagai promo menarik (Rahmawati & Rosa, 2023). Perkembangan dalam penggunaan dompet digital dipengaruhi oleh serangkaian variabel, salah satunya kemudahan penggunaan (*ease of use*), karena berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan pengguna (Sari et al., 2024). Fitur menarik dan strategi promosi yang efektif juga menjadi penentu minat dan keberhasilan produk di pasar (Endriyanto et al., 2022).

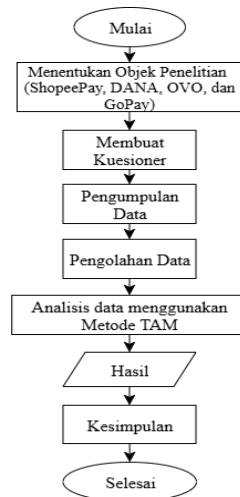
Dalam mengkaji penerimaan teknologi, berbagai model teoritis telah digunakan, seperti UTAUT, TAM, DOI, dan DeLone & McLean IS Success Model. Model UTAUT2 banyak digunakan dalam konteks *e-wallet*, seperti pada penelitian (Putri et al., 2025) yang menambahkan variabel trust dalam menilai penerimaan *e-wallet* di Surabaya. Selain itu, (Sari et al., 2024) menggabungkan TAM dengan model DeLone & McLean dalam studi aplikasi DANA. TAM (*Technology Acceptance Model*) dianggap relevan karena kesederhanaannya dalam menjelaskan perilaku penerimaan pada teknologi dengan persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan. Sedangkan menurut (Firdaus et al., 2022) konsep yang dikembangkan oleh Fred Davis pada 1986 ini bahwa persepsi terhadap kemudahan memengaruhi sikap, niat, dan penggunaan aktual teknologi, terutama di kalangan Generasi Z. Tujuan dari model ini untuk mengidentifikasi faktor kunci yang memengaruhi adopsi teknologi informasi (Medina et al., 2024). Dengan memanfaatkan TAM, seseorang dapat melihat bagaimana sejumlah faktor seperti *perceived usefulness* serta *perceived ease of use* memengaruhi pemanfaatan suatu teknologi (Kraugusteeliana et al., 2023).

Namun, penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan penerimaan pengguna antar platform *e-wallet* meskipun layanannya serupa, dengan studi seperti (Siahaan & Budihartanti, 2023) menunjukkan preferensi berbeda di Karawang dibandingkan temuan nasional. Isu seperti keluhan dan aspek keamanan juga menjadi perhatian (Handayani & Prahartiwi, 2020). Namun, masih sedikit penelitian yang secara langsung membandingkan ShopeePay, DANA, OVO, dan GoPay, khususnya di kalangan Generasi Z di Kabupaten Karawang. Ini menciptakan kesenjangan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Generasi Z kepada platform *e-wallet* tersebut, termasuk perbedaan persepsi dan manfaat yang dirasakan di wilayah tersebut.

Penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis faktor-faktor dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang memengaruhi penerimaan Generasi Z kepada keempat *e-wallet* tersebut. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan pengumpulan data melalui kuesioner berbasis indikator TAM. Analisis data akan mengungkap faktor dominan yang memengaruhi minat dan tingkat penerimaan pengguna. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam memahami perilaku adopsi teknologi finansial di kalangan generasi muda Indonesia, tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis bagi penyedia layanan untuk mengembangkan fitur aplikasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Metode Penelitian

Berbagai tahapan telah dirancang beserta penjelasannya dan untuk mencapai tujuan penelitian. Rangkaian tahapan tersebut dapat digambarkan melalui ilustrasi berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Menentukan Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada empat layanan e-wallet, yaitu ShopeePay, DANA, OVO, dan GoPay. Adapun populasi penelitian adalah individu dari Generasi Z berusia 17-28 tahun yang berdomisili di Kabupaten Karawang.

Membuat Kuesioner

Kuesioner menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan data. Dengan memanfaatkan lima tingkatan pada skala Likert, dari “Sangat Tidak Setuju” sampai “Sangat Setuju”. Skor numerik dianalisis dalam menggambarkan sikap serta persepsi responden pada variabel penelitian.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan skala Likert 5 poin dan teknik *purposive sampling* sesuai rumus Lemeshow untuk mendapatkan distribusi jawaban responden. Masing-masing konstruk diukur menggunakan skala Likert 5 poin, dan pernyataan tidak dibedakan berdasarkan merek *e-wallet*, melainkan mengacu pada pengalaman responden terhadap aplikasi yang paling sering mereka gunakan. Karena jumlah pasti pengguna *e-wallet* ShopeePay, DANA, GoPay, dan OVO di Kabupaten Karawang tidak diketahui, peneliti menggunakan pendekatan estimasi populasi yang tidak diketahui. Penentuan jumlah sampel melalui rumus Lemeshow yang direkomendasikan untuk kondisi tersebut. Adapun kriteria sampel meliputi:

- Mempunyai aplikasi *e-wallet*.
- Pernah melakukan pembayaran memakai *e-wallet* ShopeePay, DANA, OVO, dan GoPay.
- Generasi Z di Kabupaten Karawang.

Adapun rumus Lemeshow yang digunakan dalam penelitian ini (Varlan, 2024), yaitu:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

d: tingkat kesalahan

p: estimasi maksimum

z: nilai kepercayaan

n: total sampel/total responden

Pada riset ini taraf kepercayaan yang akan dipakai yakni 95% dan tingkat kesalahan yang dapat diterima yaitu 10% serta estimasi maksimum 50%. Melalui pendekatan rumus Lemeshow, jumlah responden ini dibulatkan menjadi 100 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2} \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2} \quad n = \frac{0,964}{0,01} = 96,04 \quad n = 100$$

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada 100 responden Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Karawang. Dalam analisis regresi yang menggunakan empat variabel independen diperlukan kecukupan jumlah sampel, yaitu sekitar 100 responden (Ferdinand, 2014). Hasil perhitungan ukuran

sampel dengan rumus Lemeshow menghasilkan jumlah sampel minimum yang tidak bulat, sehingga peneliti membulatkan jumlah sampel untuk mempermudah proses penelitian (Putri et al., 2025).

Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, dilakukan proses pembersihan untuk memastikan validitas dan kelayakan data sebelum dianalisis. Selanjutnya, data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS.

Analisis Data menggunakan Metode TAM

Pendekatan kuantitatif diterapkan menggunakan SPSS. Data yang telah divalidasi kemudian dianalisis untuk mengevaluasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, manfaat sistem, sikap penggunaan, niat penggunaan, dan perilaku penggunaan aktual. Analisis tersebut diterapkan guna menguji keterkaitan antar variabel dalam model TAM melalui teknik analisis regresi. Mengacu pada model TAM, dirumuskan lima hipotesis penelitian:

- 1) H0: Secara kolektif, *perceived ease of use*, kemudian *perceived usefulness*, *behavioral intention to use*, beserta *actual usage* tidak menunjukkan pengaruh positif kepada variabel *attitude toward using*.
- 2) H1: *Perceived ease of use* menunjukkan dampak positif kepada *attitude toward using*.
- 3) H2: *Perceived usefulness* menunjukkan dampak positif kepada *attitude toward using*.
- 4) H3: *Attitude toward using* menunjukkan dampak positif kepada *behavioral intention to use*.
- 5) H4: *Behavioral intention to use* menunjukkan dampak positif kepada *actual usage*.

Hasil dan Pembahasan

Data Responden

Dari Tabel 1 diperoleh mayoritas responden yang berusia 21-24 tahun (63%), usia 17-20 tahun (29%) dan 25-28 tahun (8%). Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (64%), dan sisanya laki-laki (36%). Berdasarkan domisili, (68%) berasal dari Karawang dan (32%) dari Cikampek. Dari segi pekerjaan, mayoritas adalah mahasiswa (53%), disusul pekerja penuh waktu (24%), pelajar (8%), dan lainnya (15%) termasuk pekerja paruh waktu, wirausaha, serta kategori lainnya. Dalam hal penggunaan *e-wallet*, DANA menjadi platform utama paling banyak digunakan (47%), diikuti ShopeePay (38%), GoPay (13%), dan OVO (2%). Untuk *e-wallet* alternatif, ShopeePay digunakan oleh (36%), DANA oleh (34%), GoPay 24%, dan OVO (6%). Sementara itu, OVO merupakan *e-wallet* yang paling banyak belum pernah digunakan (60%), disusul GoPay (20%), DANA (14%), dan ShopeePay (6%).

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
Usia	17-20	29	29%
	21-24	63	63%
	25-28	8	8%
	Total	100	100%
Jenis Kelamin	Perempuan	64	64%
	Laki - Laki	36	36%
	Total	100	100%
Daerah	Karawang	68	68%
	Cikampek	32	32%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Pelajar	8	8%
	Mahasiswa	53	53%
	Bekerja (Paruh Waktu)	2	2%
	Bekerja (Penuh Waktu)	24	24%
	Wirausaha	2	2%
	Lainnya	11	11%
Total	100	100%	
<i>E-wallet</i> Utama yang Sering Digunakan	ShopeePay	38	38%
	DANA	47	47%
	OVO	2	2%

	Gopay	13	13%
	Total	100	100%
<i>E-wallet</i> Alternatif yang Sering Digunakan	ShopeePay	36	36%
	DANA	34	34%
	OVO	6	6%
	Gopay	24	24%
	Total	100	100%
<i>E-wallet</i> yang Belum Pernah Digunakan	ShopeePay	6	6%
	DANA	14	14%
	OVO	60	60%
	Gopay	20	20%
	Total	100	100%

Uji Validitas

Untuk mengevaluasi kesesuaian instrumen penelitian, dilakukan uji validitas guna menjamin setiap variabel mengukur konstruk yang tepat (Firdaus et al., 2022). Nilai *r-tabel* ditentukan taraf pada signifikansi (α) yakni 0,05 serta *degree of freedom* yaitu (df) = n-2, sedangkan (n) menunjukkan total pada sampel (Stefany et al., 2021). Dalam penelitian ini, nilai *r-tabel* adalah 0,195. Pada tabel 2, semua indikator variabel untuk ShopeePay, DANA, OVO dan GoPay adalah valid sebab seluruh nilai r-hitung melampaui r-tabel (0,195) serta nilai signifikansi kurang dari angka 0,05.

Tabel 2. Uji Validitas Penelitian

Variabel	Indikator	ShopeePay		DANA		OVO		GoPay	
		r-hitung	r-tabel	r-hitung	r-tabel	r-hitung	r-tabel	r-hitung	r-tabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0,868	0,195	0,920	0,195	0,900	0,195	0,868	0,195
	PEOU2	0,866	0,195	0,914	0,195	0,911	0,195	0,888	0,195
	PEOU3	0,934	0,195	0,918	0,195	0,927	0,195	0,850	0,195
	PEOU4	0,892	0,195	0,931	0,195	0,931	0,195	0,834	0,195
	PEOU5	0,892	0,195	0,909	0,195	0,878	0,195	0,866	0,195
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0,833	0,195	0,876	0,195	0,902	0,195	0,847	0,195
	PU2	0,843	0,195	0,920	0,195	0,911	0,195	0,857	0,195
	PU3	0,836	0,195	0,877	0,195	0,915	0,195	0,812	0,195
	PU4	0,889	0,195	0,887	0,195	0,907	0,195	0,861	0,195
	PU5	0,846	0,195	0,890	0,195	0,939	0,195	0,840	0,195
	PU6	0,851	0,195	0,916	0,195	0,880	0,195	0,823	0,195
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	0,792	0,195	0,863	0,195	0,879	0,195	0,806	0,195
	ATU2	0,847	0,195	0,907	0,195	0,804	0,195	0,841	0,195
	ATU3	0,841	0,195	0,898	0,195	0,897	0,195	0,835	0,195
	ATU4	0,771	0,195	0,888	0,195	0,881	0,195	0,853	0,195
	ATU5	0,809	0,195	0,910	0,195	0,930	0,195	0,843	0,195
	ATU6	0,814	0,195	0,902	0,195	0,886	0,195	0,798	0,195
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BIU1	0,837	0,195	0,918	0,195	0,888	0,195	0,860	0,195
	BIU2	0,832	0,195	0,901	0,195	0,878	0,195	0,887	0,195
	BIU3	0,853	0,195	0,929	0,195	0,914	0,195	0,873	0,195
	BIU4	0,855	0,195	0,915	0,195	0,900	0,195	0,712	0,195
<i>Actual Usage</i>	AU1	0,843	0,195	0,927	0,195	0,892	0,195	0,865	0,195
	AU2	0,826	0,195	0,873	0,195	0,846	0,195	0,796	0,195
	AU3	0,809	0,195	0,909	0,195	0,928	0,195	0,847	0,195

Uji Reliabilitas

Hasil nilai Cronbach’s Alpha untuk seluruh variabel pada ShopeePay, DANA, OVO dan GoPay berada di atas 0,75, yang mengindikasikan bahwa variabel penelitian bersifat reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	Skala Reliabel	ShopeePay	DANA	OVO	GoPay
		Cronbach’s Alpha	Cronbach’s Alpha	Cronbach’s Alpha	Cronbach’s Alpha
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,75	0,934	0,953	0,947	0,912
<i>Perceived Usefulness</i>	0,75	0,923	0,950	0,958	0,916
<i>Attitude Toward Using</i>	0,75	0,896	0,949	0,941	0,909
<i>Behavioral Intention To Use</i>	0,75	0,860	0,935	0,915	0,855
<i>Actual Usage</i>	0,75	0,763	0,882	0,864	0,783

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Pengujian normalitas diterapkan guna mengevaluasi residual dalam model regresi apakah terdistribusi normal sebagaimana disyaratkan (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas pada data penelitian telah berdistribusi dengan normal serta signifikansi yaitu $0,077 > 0,05$.

Tabel 4. Uji Asumsi Normalitas Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	239902817
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.078
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c

B. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 menunjukkan bahwa tidak ditemukan indikasi multikolinearitas, didukung oleh nilai *tolerance* > 0,1 serta VIF kurang dari nilai 10.

Tabel 5. Uji Asumsi Multikolinearitas Penelitian

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	PEOU	.153	6,527
	PU	.130	7,709
	BIU	.231	4,333
	AU	.167	6,003

C. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mendapatkan taraf signifikansi yang nilainya melampaui 0,05, dengan demikian tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 6. Uji Asumsi Heteroskedastisitas Penelitian

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,259	3,081		.409	.684
PEOU	.378	.094	.321	4.042	.000
PU	.288	.083	.300	3.485	.001
BIU	.677	.086	.510	7.896	.000
AU	-.135	.140	-.073	-.963	.338

D. Analisis Korelasi Ganda (R)

Tabel 7 merupakan uji R menunjukkan nilai 0,953. Nilai ini mengindikasikan adanya pengaruh kuat antar variabel independen serta variabel dependen. Artinya, perubahan variabel bebas berdampak signifikan kepada *attitude toward using*.

Tabel 7. Analisis Korelasi Ganda (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.953 ^a	.908	.905	3.365

Uji Hipotesis

A. Uji t

Pengertian pengujian signifikansi parsial ialah menilai dampak individual variabel independen kepada variabel dependen. Kriterianya adalah tingkat nilai pada signifikansi (Sig.) yaitu kurang dari ambang batas nilai 0,05 ataupun dari t-hitung melampaui t-tabel, mengindikasikan adanya pengaruh parsial (Stefany et al., 2021). Untuk penelitian ini, dengan n=100 dan k=4, nilai t-tabel (0,025; 95) adalah 1,985.

1. Uji t ShopeePay

Tabel 8 merupakan hasil uji hipotesis untuk ShopeePay, meliputi:

- H1: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,046 < 0,05$ dengan t-hitung yang mencapai 2,018 $> 1,985$, hasil ini mengindikasikan *Perceived Ease of Use* dengan signifikan memengaruhi *Attitude Toward Using*.
- H2: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,000 < 0,05$ sekaligus t-hitung yang mencapai $4,626 > 1,985$, dapat ditegaskan bahwa *Perceived Usefulness* dengan signifikan memberikan pengaruh kepada *Attitude Toward Using*.

Tabel 8. Pengujian Parsial (Uji t) pada ShopeePay

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.561	1.198		1.303	.196
PEOU	.212	.105	.187	2.018	.046
PU	.460	.099	.467	4.626	.000
BIU	.279	.116	.202	2.407	.018
AU	.212	.177	.115	1.200	.233

H3 didukung oleh nilai t-hitung $11,589 > 1,985$ serta signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan *Attitude Toward Using* memengaruhi *Behavioral Intention To Use* secara signifikan.

Tabel 9. Pengujian Parsial (Uji t) pada ShopeePay H3

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.190	1.179		1.859	.066
ATU	.550	.047	.760	11.589	.000

H4 didukung oleh nilai t-hitung 14,514 > 1,985 serta signifikansi 0,000 yang kurang dari ambang batas 0,05, menandakan *Behavioral Intention To Use* memengaruhi *Actual Usage* secara signifikan.

Tabel 10. Pengujian Parsial (Uji t) pada ShopeePay H4

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.417	.678		3.568	.001
BIU	.617	.043	.826	14.514	.000

2. Uji t DANA

Tabel 11 merupakan hasil uji hipotesis untuk DANA, meliputi:

- H1: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,075 < 0,05$ dengan t-hitung yang mencapai 1,800 > 1,985, hasil ini mengindikasikan *Perceived Ease of Use* dengan signifikan memengaruhi *Attitude Toward Using*.
- H2: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,000 < 0,05$ sekaligus t-hitung yang mencapai 4,467 > 1,985, dapat ditegaskan bahwa *Perceived Usefulness* dengan signifikan memberikan pengaruh kepada *Attitude Toward Using*.

Tabel 11. Pengujian Parsial (Uji t) pada DANA

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.565	.885		.638	.525
PEOU	.196	.109	.152	1.800	.075
PU	.471	.105	.455	4.467	.000
BIU	.501	.095	.388	5.293	.000
AU	.007	.176	.004	.040	.968

H3 didukung oleh nilai t-hitung 20.254 > 1,985 serta signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan *Attitude Toward Using* memengaruhi *Behavioral Intention To Use* secara signifikan.

Tabel 12. Pengujian Parsial (Uji t) pada DANA H3

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.963	.874		-1.102	.273
ATU	.695	.034	.898	20.254	.000

H4 didukung oleh nilai t-hitung 21,051 > 1,985 serta signifikansi 0,000 yang kurang dari ambang batas 0,05, menandakan *Behavioral Intention To Use* memengaruhi *Actual Usage* secara signifikan.

Tabel 13. Pengujian Parsial (Uji t) pada DANA H4

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.694	.522		3.243	.002

BIU	.653	.031	.905	21.051	.000
-----	------	------	------	--------	------

3. Uji t OVO

Tabel 14 merupakan hasil uji hipotesis untuk OVO, meliputi:

- H1: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,002 < 0,05$ dengan t-hitung yang mencapai 3,259 $> 1,985$, hasil ini mengindikasikan *Perceived Ease of Use* dengan signifikan memengaruhi *Attitude Toward Using*.
- H2: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,002 < 0,05$ sekaligus t-hitung yang mencapai 3,146 $> 1,985$, dapat ditegaskan bahwa *Perceived Usefulness* dengan signifikan memberikan pengaruh kepada *Attitude Toward Using*.

Tabel 14. Pengujian Parsial (Uji t) pada OVO

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.816	.671		1.217	.227
	PEOU	.294	.090	.262	3.259	.002
	PU	.285	.091	.297	3.146	.002
	BIU	.443	.106	.320	4.166	.000
	AU	.288	.154	.157	1.875	.064

H3 didukung oleh nilai t-hitung 17,486 $> 1,985$ serta signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan *Attitude Toward Using* memengaruhi *Behavioral Intention To Use* secara signifikan.

Tabel 15. Pengujian Parsial (Uji t) pada OVO H3

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.357	.781		.457	.649
	ATU	.629	.036	.870	17.486	.000

H4 didukung oleh nilai t-hitung 22,315 $> 1,985$ serta signifikansi $0,000$ yang kurang dari ambang batas $0,05$, menandakan *Behavioral Intention To Use* memengaruhi *Actual Usage* secara signifikan.

Tabel 16. Pengujian Parsial (Uji t) pada OVO H4

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.938	.436		2.150	.034
	BIU	.689	.031	.914	22.315	.000

4. Uji t GoPay

Tabel 17 merupakan hasil uji hipotesis untuk GoPay, meliputi:

- H1: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,017 < 0,05$ dengan t-hitung yang mencapai 2,440 $> 1,985$, hasil ini mengindikasikan *Perceived Ease of Use* dengan signifikan memengaruhi *Attitude Toward Using*.
- H2: Tingkat signifikansi yang berada pada angka $0,000 < 0,05$ sekaligus t-hitung yang mencapai 5,160 $> 1,985$, dapat ditegaskan bahwa *Perceived Usefulness* dengan signifikan memberikan pengaruh kepada *Attitude Toward Using*.

Tabel 17. Pengujian Parsial (Uji t) pada GoPay

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.359	.771		-.465	.643
	PEOU	.180	.074	.150	2.440	.017
	PU	.363	.070	.355	5.160	.000

BIU	.476	.077	.342	6.215	.000
AU	.384	.102	.210	3.768	.000

H3 didukung oleh nilai t-hitung $17.553 > 1,985$ serta signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan *Attitude Toward Using* memengaruhi *Behavioral Intention To Use* secara signifikan.

Tabel 18. Pengujian Parsial (Uji t) pada GoPay H3

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.633	.852		.743	.459
ATU	.625	.036	.871	17.553	.000

H4 didukung oleh nilai t-hitung $13,628 > 1,985$ serta signifikansi $0,000$ yang kurang dari ambang batas $0,05$, menandakan *Behavioral Intention To Use* memengaruhi *Actual Usage* secara signifikan.

Tabel 19. Pengujian Parsial (Uji t) pada GoPay H4

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.946	.706		2.755	.007
BIU	.615	.045	.809	13.628	.000

B. Uji F

Kriteria yang digunakan saat pengambilan keputusan yaitu signifikansi nilai (Sig.) kurang dari nilai $0,05$ (α), ataupun F-hitung melebihi F-tabel. Penentuan nilai F-tabel sendiri didasarkan pada tingkat signifikansi (α) yakni 5% serta derajat kebebasan (df) yang dihitung dari $n-k-1$, yaitu total dari responden (n) sedangkan (k) ialah jumlah pada variabel independen (Stefany et al., 2021). Dengan $n=100$ dan $k=4$, maka nilai df adalah 95 , menghasilkan nilai yaitu f-tabel sebesar $2,47$.

1. Uji F ShopeePay

Tabel 20 memperlihatkan pengaruh signifikan semua variabel independen secara kolektif kepada variabel dependen, untuk signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ disertai dengan F-hitung $94,262 > 2,47$.

Tabel 20. Hasil Uji F pada ShopeePay

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1349.055	4	337.264	94.262	.000 ^b
	Residual	339.905	95	3.578		
	Total	1688.960	99			

2. Uji F DANA

Tabel 21 memperlihatkan pengaruh signifikan semua variabel independen secara kolektif kepada variabel dependen, untuk signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ disertai dengan F-hitung $237,046 > 2,47$.

Tabel 21. Hasil Uji F pada DANA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2644.804	4	661.201	237.046	.000 ^b
	Residual	264.986	95	2.789		
	Total	2909.790	99			

3. Uji F OVO

Tabel 22 memperlihatkan pengaruh signifikan semua variabel independen secara kolektif kepada variabel dependen, untuk signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ disertai dengan F-hitung $243.052 > 2,47$.

Tabel 22. Hasil Uji F pada OVO

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2413.913	4	603.478	243.052	.000 ^b
	Residual	235.877	95	2.483		
	Total	2649.790	99			

4. Uji F GoPay

Tabel 23 memperlihatkan pengaruh signifikan semua variabel independen secara kolektif kepada variabel dependen, untuk signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ disertai dengan F-hitung $254.811 > 2,47$.

Tabel 23. Hasil Uji F pada GoPay

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1729.765	4	432.441	254.811	.000 ^b
	Residual	161.225	95	1.697		
	Total	1890.990	99			

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) relevan dalam menjelaskan penerimaan *e-wallet* oleh Generasi Z di Kabupaten Karawang. Instrumen penelitian terbukti valid beserta reliabel, kemudian model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, tidak terdapat multikolinearitas, maupun heteroskedastisitas. Secara umum, *perceived usefulness* serta *perceived ease of use* dengan signifikan memengaruhi *attitude toward using*, meskipun pada DANA hanya *perceived usefulness* yang dominan. *Attitude toward using* secara konsisten memengaruhi *behavioral intention to use* pada semua *platform*, yang pada gilirannya memengaruhi *actual usage*. Nilai korelasi ganda 0,953 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antar variabel bebas terhadap perilaku pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan penerimaan pengguna *e-wallet* perlu disesuaikan dengan kekuatan masing-masing *platform*. ShopeePay dapat fokus pada peningkatan manfaat fungsional, DANA perlu memperkuat persepsi positif pengguna, OVO dapat mengoptimalkan kemudahan penggunaan, dan GoPay perlu mempertahankan niat pengguna melalui peningkatan pengalaman transaksi.

Referensi

- Adelia, A., & Indah, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Penerimaan E-Wallet Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Pengguna ShopeePay). In *Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer (JUPITER)* (Vol. 15, Issue 1, pp. 753–762). <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/view/6628/2517>
- Burhan, F. A. (2022). *Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul “Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay.” *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/digital/fintech/61de64e13a3cd/riset-ovo-paling-banyak-digunakan-di-2021-kalahkan-gopay-shopeepay>
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Fahimah, H. M., & Harsono, M. (2023). Literature Review of The Evolution of Payment System Paradigms: From Cash to Cashless with Digital Payment. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 6(3), 11–18. <https://doi.org/10.20961/shes.v6i3.81553>
- Fathiyah, A., Ermatita, & Purabaya, R. H. (2025). Analysis of E-Wallet Selection Among University Students Using the Analytical Hierarchy Process Method. *JOINS (Journal of Information System)*, 9(2), 104–113. <https://doi.org/10.33633/joins.v9i2.7093>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Agf Books.

- Firdaus, Z. Y., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2), 56–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/joism.2022v3i2.619>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Handayani, N., & Prahartiwi, L. I. (2024). ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI E-WALLET GOPAY DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *IJIS-Indonesia Journal on Information System*, 4(April), 69–76. <https://doi.org/10.36549/ijis.v9i1.303>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.12200>
- Kraugusteeliana, K., Bakri, A. A., Mustain, H. M., Budiyanto, N. E., & Sutrisno, H. (2023). Analysis of Interest in Using Shoopepay Among Millenials Using the Technology Acceptance Model. *Journal of Applied Science, Engineering, Technology, and Education*, 5(2), 265–274. <https://doi.org/10.35877/454R1.asci2388>
- Masturoh, S., & Pohan, A. B. (2020). SENTIMENT ANALYSIS AGAINST THE DANA E-WALLET ON GOOGLE PLAY REVIEWS USING THE K-NEAREST NEIGHBOR ALGORITHM. 53–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.33480/pilar.v17i1.2182>
- Medina, A., Tatuhey, E. L., & Kiswanto, R. H. (2024). SI-BTM Satisfaction Analysis Using the Technology Acceptance Model (TAM) Method. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(4), 1282–1289. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i4.1485>
- Putri, A. F. F. M., Faruqi, A., & Aulia, V. R. (2025). EVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN E-WALLET PADA MASYARAKAT KOTA SURABAYA: IMPLEMENTASI MODEL UTAUT2 DAN VARIABEL TRUST. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(2), 2143–2150. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i2.13015>
- Rahmawati, M., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1395–1406. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3785>
- Sari, G. P., Salisah, F. N., Rozanda, N. E., Afdal, M., Jazman, M., & Marsal, A. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna E-Wallet DANA Menggunakan Metode TAM dan Delone Mclean. 5(4), 891–900. <https://doi.org/10.47065/josh.v5i4.5334>
- Siahaan, H. R., & Budihartanti, C. (2023). Analisa Penerimaan Pengguna e-wallet Sebagai Transaksi Digital Menggunakan Metode TAM (Technology Acceptance Model). *JCSE Journal of Computer Science an Engineering*, 4(1), 42–49. <http://icsejournal.com/index.php/http://dx.doi.org/10.36596/jcse.v4i1.28>
- Stefany, B. A., Wibowo, F. M., & Wiguna, C. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Wisata Brebes Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172–184. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.107>
- Suyanto, S. (2023). *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. CV. AA. RIZKY.
- Varlan, P. E. P. (2024). Komparasi Penggunaan E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 11(4), 182–195. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v11i4.8556>
- Wibowo, S. H., Wahyuddin, S., Permana, A. A., Sembiring, S., Wahidin, A. J., Nugroho, J. W., Rahajeng, E., Kurnaedi, D., Bau, R. T. R. L., Adhicandra, I., Yuniansyah, & Rivanthio, T. R. (2023). *Teknologi Digital Di Era Modern*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. <https://repository.bsi.ac.id/repo/37291/Teknologi-Digital-Di-Era-Modern>