

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan pesat internet seluler dan meluasnya penggunaan ponsel pintar, industri keuangan telah mengalami transformasi digital secara pesat dengan menghadirkan berbagai layanan metode pembayaran secara digital yang praktis, aman, dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Dilansir dari Goodstats.id melalui Riset East Ventures (EV) mengungkap bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran favorit di Indonesia, dengan 81% pengguna pada tahun 2022. Penggunaan layanan e-wallet mengharuskan pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi mereka. Hal ini yang membuka peluang terjadinya penipuan dan phishing melalui perangkat seluler dengan berbagai cara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi kepada layanan e-wallet. Faktor-faktor penelitian ini meliputi, *self-presentation*, *personalized service*, *convenience*, *privacy setting control*, *familiarity*, *perceived benefit*, dan *perceived privacy*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan Google Form sebagai media untuk mengisi kuesioner. Data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4 dengan teknik analisis data yaitu, Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) dan Importance-Performance Map Analysis (IPMA).

Berdasarkan temuan outer loading dari SEM-PLS dan IPMA, penelitian menunjukkan bahwa semua faktor mempengaruhi niat pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi. Namun, faktor *privacy setting control* dari variabel *perceived privacy* memiliki pengaruh terbesar terhadap *intention to disclose personal information*. Oleh karena itu, pengguna percaya bahwa memiliki informasi pribadi yang mudah dikontrol akan mempengaruhi niat mereka untuk memberikan informasi pribadi ke e-wallet.

Kata Kunci: E-Wallet, *Perceived Benefit*, *Perceived Privacy*, *Intention to Disclose Personal Information*,