

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong transformasi signifikan di sektor keuangan, termasuk kemunculan layanan dompet digital (*e-wallet*). Generasi Z sebagai digital native menjadi segmen potensial dalam adopsi teknologi ini, terutama di kota Bandung yang memiliki penetrasi digital tinggi. Meskipun tingkat kepemilikan *e-wallet* cukup besar, tingkat penggunaan rutin masih bervariasi, dipengaruhi oleh faktor persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), niat penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan aktual (*actual usage*). Studi ini bertujuan menganalisis hubungan antar variabel tersebut dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM).

Penelitian memakai metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 188 responden Generasi Z di Bandung yang telah memakai *e-wallet*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert, dan dianalisis memakai *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*, yang pada gilirannya memengaruhi *actual usage*. Selain itu, *behavioral intention to use* terbukti memediasi pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *actual usage*.

Temuan ini menguatkan model TAM dalam konteks layanan keuangan digital dan memberikan implikasi praktis bagi penyedia *e-wallet* serta regulator. Untuk meningkatkan adopsi di kalangan Generasi Z, penyedia layanan perlu fokus pada peningkatan manfaat yang relevan, kemudahan penggunaan antarmuka, serta program edukasi digital. Regulator seperti Bank Indonesia dapat mendorong standarisasi kemudahan penggunaan dan keamanan sistem untuk membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, strategi yang berorientasi pada manfaat dan kemudahan penggunaan diharapkan mampu meningkatkan niat dan perilaku penggunaan *e-wallet* secara berkelanjutan.

Kata Kunci: E-wallet, Generasi Z, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention, Actual Usage, Technology Acceptance Model (TAM), Bandung