

ABSTRAK

Dengan pesatnya kemajuan teknologi, penggunaan *e-wallet* semakin populer di masyarakat, khususnya di berbagai kota besar misalnya Jakarta. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Bank Indonesia pada tahun 2023 yang menyebutkan bahwa "Percepatan digitalisasi sistem pembayaran terus didorong untuk meningkatkan inklusi keuangan dan efisiensi ekonomi." Di samping itu, hasil survei oleh KIC dan Zigi pada tahun 2021 mendapati bahwa "68% Generasi Z di Jakarta memakai *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama."

Tujuan pelaksanaan studi ini yaitu mengidentifikasi berbagai faktor yang berperan penting dalam keputusan Generasi Z di Jakarta menggunakan *e-wallet*, seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, serta niat perilaku dalam memanfaatkan layanan ini.

Metode kuantitatif diimplementasikan pada studi ini. Data pada studi ini dikumpulkan dengan survei kuesioner yang mencakup informasi demografis serta penilaian variabel-variabel penelitian melalui penggunaan skala Likert untuk mengukur pengalaman responden terkait sistem pembayaran digital. Populasi pada studi ini mencakup Generasi Z di DKI Jakarta yang telah menggunakan *e-wallet*. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling dan purposive sampling, menghasilkan total 180 responden.

Sebagai landasan teoritis, studi ini mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM). Sementara itu, analisis pada data melalui penggunaan *Partial Least Square – Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dalam menguji hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa baik *Perceived Usefulness* (PU) maupun *Perceived Ease of Use* (PEU) secara individual memberi dampak pada *Behavioral Intention to Use* (BIU) *e-wallet* secara positif signifikan. Lebih lanjut, variabel BIU sebagai mediator berperan penting dalam memediasi hubungan antara persepsi pengguna dengan penggunaan aktual, dimana niat pengguna terbukti menjadi pendorong langsung penggunaan nyata *e-wallet* sekaligus berfungsi sebagai faktor tidak langsung yang memengaruhi perilaku penggunaan melalui pembentukan intensi terlebih dahulu. Namun demikian, BIU tidak mampu memediasi pengaruh PEU terhadap *Actual Usage* (AU) *e-wallet* pada Generasi Z. Berdasarkan temuan ini, didapat konklusi bahwa PU merupakan faktor kunci yang paling berpengaruh dalam membentuk baik niat maupun perilaku aktual pemakaian *e-wallet* di kalangan Generasi Z Jakarta. Hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat validitas model *Technology Acceptance Model* (TAM), tetapi juga memberi kontribusi pada pemahaman empiris secara signifikan mengenai adopsi teknologi digital di kalangan penduduk urban yang melek digital.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Behavioral Intention to Use* (BIU), *Actual Usage* (AU), *Technology Acceptance Model* (TAM)