

**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP KEUANGAN DAN PERSEPSI
MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET
SEBAGAI TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL (STUDI PADA
MAHASISWA UIN DATOKARAMA PALU)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh

AMALIA NURUL HIDAYAH
NIM: 21.5.15.0001

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, dalam penyusunan yang akan bertanda tangan di bawah ini dengan menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP KEUANGAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E—WALLET* SEBAGAI TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL (STUDI PADA MAHASISWA UIN DATOKARAMA PALU)”** benar adalah hasil karya penyusunan sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan atau plagiat, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh batal demi hukum.

Palu, 30 Juni 2025 M

Palu, 04 Muharram 1447 H

Penyusun



Amalia Nurul Hidayah

NIM. 21.5.15.0001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu).**” Oleh Mahasiswa Atas Nama **Amalia Nurul Hidayah**, NIM : **21.5.15.0001**. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk di ujiankan.

Palu, 30 Juni 2025 M
04 Muharram 1447 H

Mengetahui

Pembimbing I


Dr. Ubay S. Ag., M.S.I

NIP. 19700720 199303 1 008

Pembimbing II


Rizqa Sabrina Badjarad, S.Psi., M.Psi

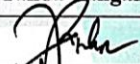
NIP. 19910711 202012 2 003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Amalia Nurul Hidayah NIM: 21.51.5.0001, dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)”**, yang telah diujikan dihadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 30 Juni 2025 M yang bertepatan dengan tanggal 04 Muharram 1447 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

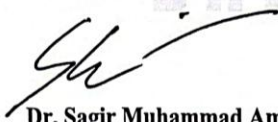
Palu, 30 Juli 2025 M
05 Safar 1447 H

DEWAN PENGUJI

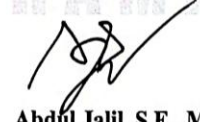
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Rizki Amalia, S.Si., M.Ak.	
Munaqisy 1	Noval, M.M	
Munaqisy 2	Noor Riefma Hidayah, SE., Ak., M.Sc	
Pembimbing1	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Pembimbing 2	Rizqa Sabrina Badjarad, S.Psi., M.Psi	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua
Jurusan Perbankan Syariah


Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 201903 1 006

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dukungan, dari berbagai pihak. Penulis berkeyakinan “bahwa tidak ada yang dapat menolong tanpa izin dan kehendak Allah SWT.” Sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama Palu.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi khususnya kepada:

1. Pintu surga, Mama Dra. Masida Rahim. Cinta pertama dan panutan, Papa Ali Muntasir, S.Pd. kalian merupakan motivasi terbesar. Terimakasih karena telah melahirkan, merawat, membimbing, membesarkan, menjadi pendengar yang baik, mendoakan, selalu memenuhi keinginan dan kebutuhan Lia, selalu mendukung keputusan hidup Lia, memberikan pendidikan yang baik, tidak pernah menuntut apapun terhadap Lia, mengapresiasi hal-hal kecil hingga besar yang bisa Lia capai, selalu memastikan Lia agar selalu hidup tenang, aman, nyaman dan banyak hal positif lainnya yang telah diberikan selama 22 tahun yang penuh haru serta sangat berharga ini. Mama Papa, kalian adalah alasan mengapa Lia kuliah setinggi mungkin, so gelar S.E ini spesial untuk kalian. Terimakasih karena selalu melangitkan doa kalian sehingga Lia selalu diberi

kelancaran dan kemudahan dalam hal apapun. *I am nothing without you, Love* <3.

2. Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Dr. Hamka., M.Ag. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Prof. Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum Perencanaan Keuangan, Dr. Faisal Attamimi, M.Fil.I. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerja Sama yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian studi.
3. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.I selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Malkan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama dan Drs. Ismail Hi. Ibrahim Maku selaku Kepala Bagian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Abdul Jalil, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ahmad Haekal, S.Hum, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah. Yang selalu memberikan arahan penuh kepada penulis dengan membimbing dan memberikan semangat kepada penulis.
5. Muhammad Syafaat, M.SA selaku Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I selaku Pembimbing I dan Rizqa Sabrina Badjarad, S.Psi., M.Psi selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang dengan setia dan tulus dan memberikan ilmu pengetahuan serta nasihat kepada penulis selama kuliah.

8. Seluruh Staf Akademik Mahasiswa dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Kepala Perpustakaan UIN Datokarama Palu dan segenap staf-nya yang telah memberikan pelayanan yang baik selama di perpustakaan.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah khususnya Perbankan Syariah 1 Angkatan 2021, khususnya untuk sahabatku tercinta Sdri. Amanda Tria Pramesti S.E dan Nurwahyuni T. Adam S.E yang selalu memberikan dukungan, semangat dan rasa percaya diri kepada penulis hingga sampai selesai kuliah.
11. Terima kasih untuk Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai OKM yang telah menjadi wadah penulis dalam berproses selama kuliah.
12. Terima kasih untuk teman-teman KKP Bank Mandiri Taspen KC Palu dan KKN Desa Limboro yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
13. Teruntuk kakakku berdua dan adikku yang sangat penulis cintai dan banggakan yaitu kakak perempuan pertama penulis, Sdri. Yuni Kurniawati S.Pd, kakak perempuan kedua penulis, Sdri. Nur Afifah Dwi Handayani S.Pd dan adik bungsu penulis, Sdri. Nurul Zahroh yang sudah banyak membantu, support system dan selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi sampai selesai.
14. Terima kasih kepada Mahasiswa UIN Datokarama Palu sebagai responden yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian penulis.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih, atas kebaikan dan keikhlasan kalian.
16. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, Amalia Nurul Hidayah. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah mampu bertahan, berjuang, dan berusaha

keras untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dengan menikmati proses yang dibilang tidak mudah. Terimakasih karena bisa membuktikan kepada orang-orang tersayang terutama kepada Mama dan Papa bahwasanya usaha dan kerja keras mereka tidak disia-siakan oleh anak ketiganya, terimakasih karena telah membuat mereka bangga karena kamu bisa diandalkan. Jangan capek ya, masih banyak *wishlist* yang akan kita raih!.

Semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal shaleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah SWT. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, untuk itu penulis mengharapkan koreksi, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita dan dapat berguna bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya di bidang Perbankan Syariah.

Palu, 30 Juni 2025 M
04 Muharram 1447 H

Penyusun



Amalia Nurul Hidayah
NIM. 21.5.15.0001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penulisan.....	14
D. Kegunaan Penelitian.....	15
1. Kegunaan Teoritis	15
2. Kegunaan Praktis	15
E. Garis-Garis Besar Isi	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	25
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	25
2. Perilaku Konsumen	30
3. Pengetahuan	34
4. Sikap Keuangan	36

5. Persepsi Manfaat	38
6. Keputusan Penggunaan	41
7. Electronic Wallet (<i>E-wallet</i>)	44
C. Kerangka Pemikiran.....	46
D. Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi	49
2. Sampel.....	49
C. Variabel Penelitian	51
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	52
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	52
D. Definisi Operasional.....	52
E. Instrumen Penelitian.....	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	56
1. Data Primer	57
2. Data Sekunder	58
G. Teknik Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reabilitas.....	59
H. Metode Suksesif Interval (MSI).....	60
I. Asumsi Klasik	61
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinearitas	62
3. Uji Heteroskedastisitas.....	63
J. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
K. Uji Hipotesis	64

1. Uji Parsial (T).....	64
2. Uji Simultan (F)	65
L. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum UIN Datokarama Palu	67
1. Sejarah UIN Datokarama Palu	67
2. Visi Dan Misi UIN Datokarama Palu	68
3. Tujuan UIN Datokarama Palu	69
B. Gambaran Umum <i>E-wallet</i>	69
1. Pengertian <i>E-wallet</i>	69
2. Cara Kerja <i>E-wallet</i> Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital... ..	70
3. Jenis-Jenis <i>E-wallet</i>	72
4. Keunggulan Dan Kekurangan <i>E-wallet</i>	76
C. Deskripsi Kuesioner Dan Sampel Penelitian	78
D. Deskripsi Variabel X Dan Y	80
E. Teknik Analisis Data.....	89
1. Uji Validitas	89
2. Uji Reabilitas.....	92
F. Metode Suksesif Interval (MSI).....	93
G. Uji Asumsi Klasik	93
1. Uji Normalitas	93
2. Uji Multikolinearitas	94
3. Uji Heteroskedastisitas.....	95
H. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	95
I. Uji Hipotesis	97
1. Uji Parsial (T).....	97
2. Uji Simultan (F)	98
J. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	99

K. Hasil Dan Pembahasan Penelitian.....	100
BAB V PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	109
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Penjabaran Skala Likert	55
Tabel 4.1 Deskripsi Kuesioner.....	78
Tabel 4.2 Deskripsi Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.3 Deskripsi Kuesioner Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.4 Deskripsi Kuesioner Berdasarkan Angkatan	79
Tabel 4.5 Deskripsi Fakultas.....	80
Tabel 4.6 Deskripsi Hasil Variabel Pengetahuan (X1)	81
Tabel 4.7 Deskripsi Hasil Variabel Sikap Keuangan (X2)	83
Tabel 4.8 Deskripsi Hasil Variabel Persepsi Manfaat (X3).....	85
Tabel 4.9 Deskripsi Hasil Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	87
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)	90
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Sikap Keuangan (X2)	90
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X3)	91
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)	91
Tabel 4.14 Uji Reabilitas Variabel (X dan Y).....	92
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	93
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95

Tabel 4.18 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
Tabel 4.19 Uji Hipotesis (Uji T)	97
Tabel 4.20 Uji Hipotesis (Uji F)	98
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sistem Pembayaran yang Populer di Indonesia	3
Gambar 1.2 Aplikasi yang Sering Digunakan di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Tentang <i>E-wallet</i>	9
Gambar 1.4 Tingkat Kecenderungan Pembelian Impulsif Akibat Kemudahan Pembayaran <i>E-wallet</i>	10
Gambar 2.1 Konsep Model Penerimaan Teknologi.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Pengisian Kuesioner
Lampiran 3	: Tabulasi Data
Lampiran 4	: Uji Methode Succesive Interval (MSI)
Lampiran 5	: Surat Izin Meneliti
Lampiran 7	: Dokumentasi Hasil Penelitian
Lampiran 8	: Uji Validitas
Lampiran 9	: Uji Reabilitas
Lampiran 10	: Uji Asumsi Klasik
Lampiran 11	: Blanko Judul Skripsi
Lampiran 12	: SK Pembimbing Skripsi
Lampiran 11	: Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Amalia Nurul Hidayah
Nim : 21.5.15.0001
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, sikap keuangan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital (studi pada mahasiswa UIN Datokarama Palu) baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket (kuesioner). Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 6.734 jiwa dengan jumlah sampel 100 orang mahasiswa UIN Datokarama Palu. Sampel dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 27 *for windows* dalam melakukan teknik analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial melalui uji T, variabel Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital. Sedangkan secara simultan melalui uji F, variabel Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital dengan hasil Adjusted R^2 sebesar 0,643 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini adalah 64,3% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa memiliki implikasi signifikan terkait pengaruh pengetahuan, sikap keuangan, dan persepsi manfaat. Penelitian ini menyoroti bahwa pemahaman yang baik tentang *e-wallet* membentuk sikap keuangan yang positif dan memengaruhi keputusan penggunaan. Namun, penggunaan ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, terutama karena rendahnya literasi keuangan digital dan kecenderungan mahasiswa melebih-lebihkan manfaat tanpa mempertimbangkan risiko seperti keamanan data dan kontrol pengeluaran. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi lebih lanjut untuk memastikan penggunaan *e-wallet* yang bijak dan aman di kalangan mahasiswa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital untuk pengelolaan serta pertukaran data yang begitu cepat memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan besar dalam kehidupan individu. Kemajuan ini memicu inovasi di berbagai sektor, mulai dari bidang komunikasi, transportasi hingga keuangan yang secara mendasar merombak cara berinteraksi antarmanusia. Salah satu dampak terbesar terlihat dalam transformasi sistem pembayaran, teknologi memungkinkan transaksi berjalan lebih cepat, mudah dan efisien. Digitalisasi, yang melibatkan penggunaan perangkat seluler dan koneksi internet, telah membuka peluang bagi munculnya berbagai solusi baru, seperti pembayaran elektronik.

Perbankan saat ini mengembangkan berbagai layanan berbasis teknologi, seperti transaksi elektronik dan *mobile banking* yang dapat diakses melalui *handphone*, penggunaan mesin ATM (*automathic teller machine*), kartu kredit. Di antara berbagai hal tersebut, salah satu bentuk pembaruan dalam mekanisme transaksi nontunai yang mengalami pertumbuhan dengan sangat cepat di Indonesia yaitu keberadaan uang elektronik, yang sering disebut juga sebagai e-money. Berdasarkan regulasi Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, uang elektronik diartikan sebagai alat pembayaran yang diterbitkan berdasarkan nilai dana yang sudah disetorkan terlebih dahulu kepada pihak penerbit. Uang elektronik tersebut

bisa dipakai oleh konsumen guna membayar transaksi kepada penjual yang bukan penerbit dari uang elektronik dimaksud.¹

Penggunaan uang elektronik dalam transaksi digital menunjukkan kemajuan yang signifikan, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat industri teknologi finansial yang turut mendorong munculnya berbagai perusahaan *startup* di bidang keuangan digital.² Pada dasarnya transaksi pembayaran lebih banyak dilakukan dengan uang tunai, yang telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi sehari-hari. Namun, dengan berkembangnya teknologi telah membawa perubahan signifikan pada cara masyarakat menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas jual beli, interaksi sosial, transportasi umum, serta penggunaan Layanan finansial berbasis digital atau non-tunai yang menggunakan teknologi digital atau tanpa menggunakan uang fisik. Dalam bidang keuangan, proses transaksi saat ini tidak hanya bergantung pada uang tunai maupun metode non tunai konvensional, tetapi juga memanfaatkan platform digital yang dikenal sebagai Financial Technology (Fintech).³

Salah satu bentuk inovasi teknologi digital adalah dompet elektronik atau *e-wallet*. Teknologi ini berfungsi sebagai alat untuk menyimpan dana, memfasilitasi transaksi pembayaran digital, dan merekam riwayat setiap aktivitas keuangan yang dilakukan pengguna.⁴ Penggunaan *e-wallet* memberikan

¹ “Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)”

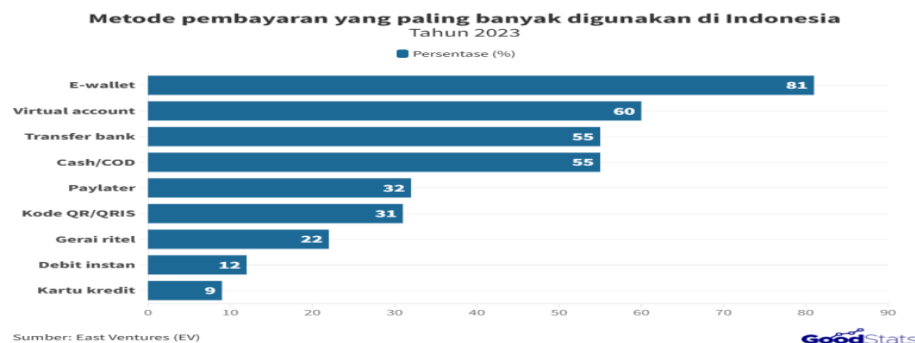
² Putri Silvia Somantri, “Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (E-wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Bandung.” Diss. Universitas Sangga Buana YPKP, 2024. 1

³ Chrysilla Zada and Yunita Sopiana, “Penggunaan E-wallet Atau Dompet Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM Di Kecamatan Banjarmasin Tengah”. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan* 4, no. 1 (May 31, 2021): 251-268. <https://doi.org/10.20527/jiep.v4i1.3556>.

⁴ Muji Lestari, M. U. J. I. “Pengaruh E-wallet Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu.” Diss. Universitas Dehasen Bengkulu, 2022.

kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi tanpa keharusan menarik tunai melalui ATM.

Gambar 1.1 Metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia



Sumber :goodstats.id, (2023)

Merujuk pada tren yang berkembang dalam sistem pembayaran digital di Indonesia, dompet digital kini menempati posisi dominan sebagai salah satu metode transaksi yang paling sering digunakan masyarakat. Berdasarkan data terbaru, tercatat bahwa sekitar 81% pengguna telah memanfaatkan layanan ini dalam kegiatan transaksional mereka sehari-hari. Posisi berikutnya ditempati oleh penggunaan *virtual account* dengan proporsi 60%, diikuti oleh transfer antar bank serta sistem pembayaran tunai atau *Cash on Delivery* (COD) yang masing-masing mencatatkan angka penggunaan sebesar 55%. Sementara itu, metode pembayaran lain seperti layanan paylater, kode respons cepat nasional (QR/QRIS), pembayaran melalui gerai ritel, serta sistem debit instan juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

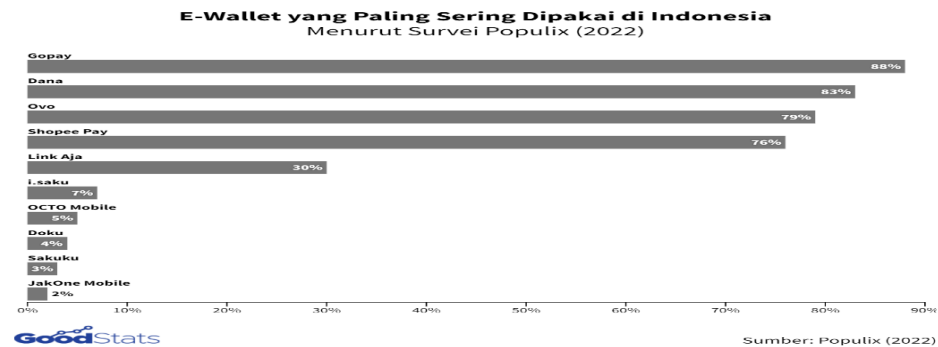
Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, pada tahun 2022 menyampaikan bahwa potensi ekonomi digital Indonesia sangat menjanjikan. Hal ini tercermin dari capaian negara ini yang berhasil menempati posisi strategis

sebagai salah satu pemain utama dalam lanskap ekonomi digital di Asia Tenggara. Transformasi digital yang kian masif di sektor keuangan dan meningkatnya penetrasi teknologi berbasis internet telah mendorong adopsi berbagai platform keuangan digital, termasuk *e-wallet*, sebagai bagian dari kebiasaan ekonomi masyarakat modern.⁵

Berdasarkan data dari Populix tahun 2022, peningkatan penggunaan *e-wallet* didorong oleh besarnya potensi ekonomi digital yang dimiliki Indonesia. Di tengah meluasnya jaringan internet serta pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, Indonesia telah menjadi wilayah dengan potensi besar dalam adopsi layanan keuangan berbasis digital, terutama mengingat sebagian besar masyarakatnya masih belum terjangkau secara optimal oleh layanan perbankan. Selain itu, akses yang mudah dan sifat praktis menjadi alasan utama mengapa sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih memakai *e-wallet* untuk transaksi harian mereka. Para pengguna tidak lagi direpotkan dengan membawa uang tunai dan tidak perlu pusing menyimpan uang koin hasil kembalian setiap saat kali bertransaksi, dikarenakan pembayaran dapat dilakukan dengan singkat menggunakan pemindaian QRIS.

⁵ “*E-wallet* Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, ini Potensinya Pada 2025 Mendatang.” *GoodStats*, 20 April 2023. [accessed 10 Januari 2025]. <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang-FOnnm>

Gambar 1.2 Aplikasi yang sering digunakan di Indonesia



Sumber : GoodStats dari Populix (2022)

Berdasar pada informasi yang telah disajikan, terlihat bahwa Gopay menjadi platform *e-wallet* yang paling banyak digunakan sepanjang tahun 2022, dengan tingkat penggunaan mencapai 88%. Kemudian, layanan lain yang mengikuti adalah DANA sebesar 83%, OVO 79%, dan ShopeePay 76%. Sementara itu, aplikasi seperti, Sakuku, Doku, JakOne Mobile, Octo Mobile, i.Saku, serta LinkAja memperoleh tingkat penggunaan di bawah 50%. Berdasarkan presentase yang ada, dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih condong menggunakan dompet digital seperti Gopay, DANA, OVO, dan ShopeePay sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi.

Fenomena meningkatnya penggunaan teknologi aplikasi dompet digital atau *e-wallet* menunjukkan penggunaan uang tunai oleh masyarakat pada suatu waktu nanti akan menurun. Hal ini selaras dengan kebijakan pemerintah yang mendorong transisi dari uang fisik melalui program nasional menuju transaksi tanpa tunai (GNNT) yang dikampanyekan oleh Bank Indonesia. Gerakan ini resmi dimulai pada tahun 2014 dan ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

dalam memanfaatkan sarana pembayaran berbasis non-tunai.⁶ Program ini dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara digital, sehingga lebih praktis dan efisien. Dengan sistem pembayaran digital, keamanan transaksi lebih terjamin, lebih cepat, serta mengurangi risiko kesalahan dalam pengelolaan uang tunai. Selain itu, penggunaan transaksi non-tunai juga membantu menghindari masalah seperti uang rusak, lusuh, atau hilang, serta memberikan kenyamanan bagi pengguna. Sebab tidak diwajibkan membawa banyak uang secara fisik saat bertransaksi.⁷

Penggunaan dompet digital kini semakin populer di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Director Customer Experience Ipsos Indonesia, tercatat bahwa 68% pengguna dompet digital berasal dari kelompok usia muda karena aktivitas mereka yang tergolong tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung mengikuti tren dan perkembangan terkini, termasuk dalam hal keuangan digital. Oleh karena itu, banyak dari mereka mulai memanfaatkan teknologi finansial (fintech) sebagai sarana untuk bertransaksi. Semakin rutin penggunaan dompet digital dilakukan, semakin besar pula rasa nyaman yang dirasakan, hingga pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pengguna bukan semata-mata karena tawaran promosi yang menggiurkan.⁸

⁶ Nurohman, Yulfan Arif, Rina Sari Qurniawati, and Fahri Ali Ahzar. "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya." *Among Makarti* 15.2 (2022). 260-75.

⁷ Bank Indonesia, 'Apa Itu Elektronifikasi?', *Bi.Go.Id*, 2014
[⁸ Putri Nadhilah, Ridwan Indra Jatikusumo, dan Erwin Permana, "JEMMA \(Jurnal of Economic , Management , and Accounting \) Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian," 4.September \(2021\), hal. 128–38.](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx#:~:text=Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan, GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi> [accessed 10 Januari 2025].</p>
</div>
<div data-bbox=)

Keputusan seseorang dalam memanfaatkan dompet digital dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor tertentu. Pengetahuan individu tentang dompet digital memengaruhi bagaimana ia memahami dan menggunakan teknologi tersebut. Dengan pengetahuan yang dimiliki, seseorang dapat mengambil keputusan secara lebih tepat dan efisien dalam penggunaannya. Perbedaan lingkungan tempat tinggal maupun sosial turut membentuk perbedaan tingkat pemahaman setiap individu. Dalam studi yang dilakukan oleh Alfiandi, menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman dan pengetahuan tentang QRIS, maka semakin baik pula penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa.⁹ Pemahaman ini muncul sebagai hasil dari pemikiran dan proses penalaran yang dilakukan oleh masing-masing orang pikirannya guna mengidentifikasi objek yang tidak pernah teramati sebelumnya.

Faktor kedua yang berperan dalam menentukan pilihan penggunaan dompet digital adalah perilaku atau kebiasaan dalam mengelola keuangan. Setiap individu cenderung memperoleh pengaruh dan dorongan dari orang-orang di sekitarnya dalam mengatur keuangan pribadi. Dalam konteks ini, sikap terhadap pengelolaan keuangan dihubungkan dengan penggunaan dompet digital (*e-wallet*), karena pola penggunaan dana melalui platform digital dapat menimbulkan konsekuensi baik maupun buruk. Oleh karena itu, mahasiswa khususnya kalangan perguruan tinggi cenderung membentuk sikap tertentu sebagai bentuk respons terhadap berbagai dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan *e-wallet*. Sikap keuangan yang tidak terkontrol menjadi salah satu faktor yang menyebabkan mahasiswa lebih boros menggunakan *e-wallet*. Kemudahan transaksi tanpa uang

⁹ Nico Alfiandi et al., “Rubinstein : Jurnal Multidisiplin Pengaruh Pengetahuan dan Manfaat Standar Quick Response Code Indonesia (QRIS) terhadap Penggunaan Dompet Elektronik di Kalangan Pelajar FEBI UIN Sumatera,” 2.2 (2024).

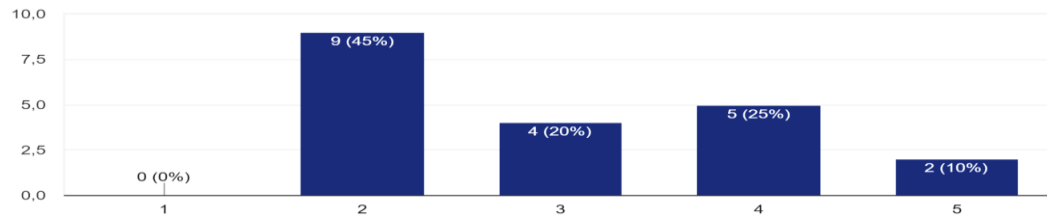
tunai sering kali membuat mahasiswa lebih impulsif dalam berbelanja, Khususnya saat pengguna tergoda oleh beragam penawaran promosi dan pengembalian dana (*cashback*) yang disediakan oleh layanan dompet digital.

Selain faktor pengetahuan dan sikap keuangan, faktor persepsi manfaat juga tidak dapat diabaikan. Pandangan seseorang terhadap seberapa besar manfaat suatu teknologi dapat menjadi dasar dalam memutuskan apakah ia akan menggunakannya atau tidak. Persepsi ini juga menjadi salah satu elemen yang memengaruhi sikap individu terhadap adopsi suatu teknologi. *E-wallet* memang memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, namun mahasiswa sering kali memiliki persepsi yang berlebihan terhadap manfaat *e-wallet*, yang menyebabkan mereka menggunakannya tanpa mempertimbangkan konsekuensi negatifnya. Salah satu dampak dari persepsi ini adalahnya banyak mahasiswa yang terlalu bergantung pada promo dan diskon dalam menggunakan *e-wallet*, sehingga mereka justru mengeluarkan lebih banyak uang daripada yang mereka hemat dari *cashback* atau diskon tersebut. Akibatnya, pengeluaran menjadi tidak terkontrol, dan mahasiswa yang bisa saja terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat akibat ekspektasi berlebihan terhadap manfaat *e-wallet* tanpa memahami risikonya secara menyeluruh.

Sebagai langkah awal untuk memahami lebih dalam fenomena penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa UIN Datokarama Palu, telah dilakukan pra-survei penelitian. Hasil pra-survei ini mengindikasikan adanya beberapa pola dan persepsi yang relevan dengan variabel-variabel penelitian ini, yang dapat dilihat pada gambar diagram berikut.

Gambar 1.3 Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Tentang E-wallet

Saya mengetahui dengan baik karakteristik dan risiko e-wallet sebagai alat transaksi pembayaran digital
20 jawaban



Sumber : Hasil Pra-Survei Penelitian. 2025

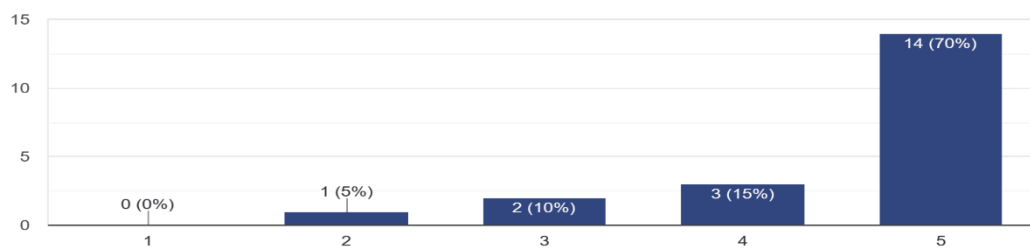
Berdasarkan hasil Pra-Survei terhadap 20 responden mahasiswa di UIN Datokarama Palu, diperoleh data bahwa mayoritas mahasiswanya menggunakan *e-wallet*, namun 45% dari mereka tidak mengetahui karakteristik dan risiko *e-wallet* itu sendiri. Realita ini menyoroti kesenjangan signifikan dalam pengetahuan individu terkait layanan digital, dimana kemudahan akses dan penggunaan mengalahkan pemahaman mendalam tentang alat yang digunakan. Mahasiswa mungkin melihat *e-wallet* sebagai alat pembayaran yang praktis, tapi mereka belum sepenuhnya memahami mekanisme, fitur dan potensi risiko yang melekat pada teknologi ini. Dalam konteks *e-wallet*, pengetahuan mahasiswa mencakup pemahaman tentang cara kerja *e-wallet*, risiko keamanan, dan pengelolaan keuangan digital. Penelitian La'la Azizah ditemukan hasil penelitian menunjukkan bahwa wawasan konsumen terkait teknologi digital tidak secara langsung memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan dompet digital. Fakta ini mengindikasikan bahwa walaupun mahasiswa sudah memahami sistem *e-wallet*, hal tersebut belum tentu mendorong mereka untuk menggunakannya secara luas,

karena persepsi terhadap nilai kegunaan justru melemahkan kaitan antara pemahaman dan keputusan dalam memakai layanan tersebut.¹⁰

Fenomena kurangnya pemahaman ini diperparah oleh persepsi manfaat *e-wallet* yang terkadang berlebihan, menciptakan ilusi bahwa transaksi digital selalu menguntungkan dan tanpa beban. Mereka cenderung melihat *e-wallet* sebagai solusi instan untuk tiap pengeluaran, tanpa mempertimbangkan implikasi jangka panjang pada keuangan pribadi. Hal ini didukung oleh salah satu studi yang dilakukan oleh Violinda, dimana persepsi manfaat justru memberikan dampak negatif terhadap kecenderungan dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga mengurangi persepsi positif terhadap manfaatnya. Bagi mereka, *e-wallet* dipandang sebagai cara pembayaran yang efisien serta memberikan berbagai keuntungan, sehingga seringkali mengabaikan potensi risikonya.¹¹

Gambar 1.4 Kecenderungan Pembelian Impulsif Akibat Kemudahan Pembayaran E-wallet

Saya lebih sering melakukan pembelian impulsif karena kemudahan pembayaran
20 jawaban



Sumber : Hasil Pra-Survei Penelitian. 2025

¹⁰ Azizah, La'la. "Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Dalam Transaksi Pembayaran Dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)." Diss. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023.

¹¹ Kristin Violinda dan Nakita Via Khorunnisya, "Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku," *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 8.1 (2022), hal. 181–91, doi:10.17358/jabm.8.1.181.

Selain itu, dampak paling nyata dari fenomena ini adalah perubahan sikap keuangan mahasiswa yang cenderung konsumtif dan impulsif. Berdasarkan data Pra-Survei pada mahasiswa UIN Datokarama Palu, menunjukkan bahwa 70% responden menyatakan *e-wallet* mendorong pembelian impulsif, artinya mereka lebih sering mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Ini mengindikasikan kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi, terutama pembelian non pokok. Kemudian, ditemukan bahwa 55% responden mengakui kehilangan kendali dalam mengontrol pengeluarannya. Ini adalah bukti bahwa *e-wallet* tanpa disertai kontrol diri dan pemahaman finansial yang memadai, dapat memicu pola konsumtif yang tidak sehat. Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aulia, dalam hasil studinya mengungkapkan bahwa 63,6% mahasiswa setuju bahwa penggunaan *e-wallet* membuat mereka lebih konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa sikap keuangan mereka cenderung negatif akibat kemudahan akses dan promosi yang sering kali mendorong pembelian impulsif.¹² Sikap yang terlalu reaktif terhadap promo ini dapat menyebabkan mahasiswa membeli barang atau layanan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, hanya karena tergiur dengan potongan harga. Selain itu, karena *e-wallet* tidak memiliki bentuk fisik seperti uang tunai, banyak mahasiswa yang merasa lebih nyaman menggunakannya tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan mereka. Akibatnya, mereka sering kali kehilangan kontrol atas pengeluaran harian dan akhirnya mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan bulanan.

Penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa didorong oleh berbagai faktor, terutama kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, serta daya tarik

¹² Safitri, Gita Aulia, Dwi Adeati, Annisa Azzahro, and Ruly Habibah Al Ihsani. "Pengaruh *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang." *Jurnal Potensial* 1.1 (2022): 45-54

promo dan diskon yang ditawarkan. *E-wallet* memfasilitasi transaksi cepat dan efisien, baik untuk kebutuhan sehari-hari di kampus maupun transaksi online. Selain itu, fitur transfer uang dan pembayaran tagihan yang mudah juga menjadi alasan utama penggunaan *e-wallet*. Penggunaan dompet digital membawa berbagai konsekuensi, baik yang bersifat menguntungkan maupun merugikan. Dari segi manfaat, dompet digital meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi, membantu manajemen keuangan melalui fitur pencatatan transaksi, mendorong inklusi keuangan, dan mendukung transaksi non-tunai. Namun, di sisi negatif, *e-wallet* berpotensi mendorong pembelian impulsif dan perilaku konsumtif, dan menimbulkan ketergantungan yang membuat mahasiswa sulit mengontrol pengeluaran, serta meningkatkan risiko keamanan data. Di samping itu, pemanfaatan dompet digital juga memungkinkan berkurangnya kontak sosial tatap muka dan dapat memicu terjadinya ketimpangan dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, mahasiswa perlu memanfaatkan dompet digital dengan bijak dan bertanggung jawab, serta memahami manfaat dan risikonya untuk memaksimalkan potensi *e-wallet* dalam meningkatkan kualitas hidup.

Dalam pandangan ekonomi Islam, individu dianjurkan untuk tidak membelanjakan hartanya secara berlebihan untuk hal-hal yang tidak bersifat kebutuhan. Perilaku demikian dikategorikan sebagai pemborosan, yang dalam ajaran Islam merupakan tindakan tercela dan dibenci oleh Allah SWT, sebagaimana termaktub dalam firman-Nya. QS. Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya: “Berikanlah hak kepada kerabat dekat, orang miskin, dan orang yang sedang dalam perjalanan. Namun, janganlah kamu membelanjakan hartamu dengan cara berlebihan atau boros. (26) Sesungguhnya orang-orang yang hidup dengan boros adalah teman-teman setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya (27)”. (QS. Al-Isra ayat 26-27)

Ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT sangat tidak menyukai sikap hidup yang menghambur-hamburkan harta pada hal-hal yang tidak semestinya. Islam mendorong agar kekayaan digunakan untuk hal yang lebih bermanfaat, seperti membantu sesama melalui sedekah.¹³ Dalam konteks penggunaan dompet digital (*e-wallet*), pengguna diharapkan dapat mengelolanya secara bijak dan proporsional, dengan memprioritaskan kebutuhan penting seperti pembayaran tagihan listrik, air (PDAM), transfer dana, atau investasi yang bersifat produktif. Sebaliknya, penggunaan *e-wallet* secara berlebihan untuk berbelanja daring tanpa pertimbangan kebutuhan yang jelas dapat mengarah pada perilaku konsumtif dan pemborosan, yang bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami berbagai aspek yang menjadi pertimbangan individu dalam memilih untuk memanfaatkan layanan dompet digital. di tengah transformasi digital. Namun, tidak semua orang memilih untuk menggunakannya, fenomena ini dapat dipengaruhi oleh beragam aspek, antara lain seperti kurangnya pengetahuan, sikap terhadap keuangan atau persepsi tentang manfaat *e-wallet*. Dengan memahami berbagai

¹³ Ade Maharani Adiandari and S.Sos, *Pengantar Literasi Keuangan* (Nas Media Pustaka, 2023).

variabel tersebut, penelitian ini menyajikan pemahaman yang relevan tantangan serta faktor yang mendorong dalam pengadopsian *e-wallet*.

Dari uraian di peneliti terdorong untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait pemanfaatan *e-wallet* khususnya di kalangan mahasiswa UIN Datokarama Palu yang selanjutnya akan diangkat sebagai fokus dalam penyusunan skripsi ini yaitu

“Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital?
2. Apakah sikap keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital?
4. Apakah pengetahuan, sikap keuangan dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, sikap keuangan dan persepsi manfaat secara simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman konseptual mengenai proses adopsi teknologi baru oleh individu, terutama dalam ruang lingkup layanan finansial berbasis digital.
 - b. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah dengan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dimensi sosial dan psikologis yang memengaruhi keputusan dalam pemanfaatan dompet digital. Temuan yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai rujukan atau inspirasi untuk riset-riset selanjutnya yang berfokus pada isu serupa.
2. Secara Praktisi
 - a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh kontribusi penting berupa wawasan mendalam mengenai beragam determinan yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran modern.

b. Bagi Perusahaan Fintech

Informasi yang diperoleh dari studi ini diharapkan dapat membantu pelaku industri teknologi keuangan dalam memahami preferensi serta perilaku konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih tepat sasaran dalam meningkatkan adopsi dan loyalitas terhadap layanan dompet digital yang mereka tawarkan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ilmiah untuk mendalami isu-isu terkait transformasi digital dalam bidang keuangan serta menjadi bahan kajian dalam pengembangan teori dan penelitian selanjutnya.

d. Bagi Masyarakat

Masyarakat secara luas juga dapat memperoleh manfaat dari hasil penelitian ini, terutama dalam hal peningkatan kesadaran dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan untuk beralih ke sistem transaksi berbasis *e-wallet*. Hal ini penting guna mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak dan produktif.

E. Garis-garis Besar Isi

Dokumen skripsi ini disusun dalam lima bagian utama yang diorganisasi secara terstruktur agar mempermudah pembaca dalam memahami tujuan dan arah studi. Setiap bab dirancang untuk menggambarkan tahapan penting dalam proses penelitian secara singkat namun menyeluruh. Berikut penjelasan ringkas dari masing-masing bagian:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berfungsi sebagai fondasi awal dari kegiatan riset. Di dalamnya diuraikan latar belakang yang melandasi pemilihan tema penelitian, disertai rumusan pertanyaan inti yang ingin dijawab. Selain itu, bab ini menjelaskan tujuan spesifik dari penelitian serta kontribusi yang diharapkan, baik dari sisi keilmuan maupun implementatif. Di akhir bagian ini, penulis juga menyajikan deskripsi umum mengenai isi tiap bab berikutnya sebagai panduan pembaca.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini, penulis membahas berbagai sumber teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang sedang dikaji. Uraian mencakup pemaparan terhadap hasil-hasil studi sebelumnya, teori yang mendasari penelitian, serta alur logika yang membentuk kerangka berpikir. Bagian ini juga menyertakan perumusan dugaan sementara (hipotesis) yang akan dikaji lebih lanjut melalui proses penelitian.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan secara rinci pendekatan dan metode yang digunakan dalam pelaksanaan studi. Ulasan dimulai dari jenis penelitian dan desain yang dipilih, lokasi tempat data dikumpulkan, hingga target populasi serta teknik pengambilan sampel. Selain itu, penulis menjabarkan variabel-variabel yang diteliti, definisi operasionalnya, alat atau instrumen yang digunakan, prosedur

pengumpulan data, dan teknik analisis yang diterapkan untuk mengolah informasi yang diperoleh.

4. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bagian ini, disampaikan hasil dari pengumpulan data dan proses analisisnya. Penulis menyusun informasi tersebut dalam format yang runtut, kemudian memberikan ulasan kritis dengan mengaitkannya pada teori dan studi terdahulu. Bab ini memiliki peran sentral dalam mengevaluasi kebenaran hipotesis dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap objek kajian.

5. BAB V : PENUTUP

Sebagai bab penutup, bagian ini merangkum temuan-temuan utama yang diperoleh selama penelitian berlangsung. Penulis menyusun kesimpulan sebagai jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Selain itu, disampaikan juga saran-saran yang dapat diterapkan dalam praktik atau dikembangkan dalam riset selanjutnya, agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik maupun kalangan profesional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini menyajikan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Penelitian-penelitian tersebut telah diuji melalui metode ilmiah dan dapat dijadikan sebagai rujukan yang relevan dalam studi ini. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan penulis meliputi satu skripsi dan tiga artikel jurnal. Beberapa karya tersebut antara lain:

1. Hasil penelitian : Hendri Tri Ardana, Didik Setyawan, Universitas Slamet Riyadi, 2023: “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* DANA Dompot Digital oleh Generasi Y dan Generasi Z”.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan Brand Image (X3) bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan *E-wallet* DANA (Y). Secara khusus, pengaruh secara parsial dari persepsi manfaat (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y) ditunjukkan melalui hasil uji statistik, di mana diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,043. Nilai ini berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, yang menandakan adanya pengaruh yang bermakna. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 2,051 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,983. Berdasarkan data tersebut, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam memutuskan untuk memakai layanan *E-wallet* DANA. Temuan ini

memperkuat pentingnya persepsi individu terhadap manfaat suatu produk digital dalam membentuk keputusan penggunaannya.¹⁴

2. Hasil penelitian : Azma Nadhilah, Nurul Hasanah, Politeknik Negeri Jakarta, 2022: “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)”.

Penelitian ini mengungkap bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses, tingkat kepercayaan, dan pemahaman terhadap produk berperan dalam membentuk minat generasi Z di Kota Bekasi dalam menggunakan layanan dompet digital LinkAja (Y). Salah satu temuan penting adalah bahwa variabel pengetahuan produk (X3) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t-hitung mencapai 3,741, lebih tinggi daripada t-tabel sebesar 1,98498. Di samping itu, nilai signifikansinya yang berada di angka 0,000 jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H3) diterima. Artinya, semakin baik pemahaman seseorang terhadap produk digital, khususnya LinkAja, maka semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Fakta ini menunjukkan bahwa edukasi produk sangat penting dalam meningkatkan minat konsumen, terutama kalangan muda seperti generasi Z.¹⁵

¹⁴ Hendri Tri Ardana and Didik Setyawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* DANA Dompot Digital Oleh Generasi Y dan Generasi Z.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 2 (2023): 87, <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.765>.

¹⁵ Azma Nadhilah and Nurul Hasanah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja Pada Generasi Z di Kota Bekasi.” *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*. Vol. 3 (2022).

3. Hasil penelitian : Brian Sutatama Kusumapradana, Siti Aisyah, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022: “The Effect Of Financial Literacy and Financial Attitude On the Use Of Digital Wallets Among Students In Surakarta City”.

Melalui hasil analisis yang dilakukan dalam studi ini, diketahui bahwa literasi keuangan (X1) dan sikap finansial (X2) bersama-sama memberikan kontribusi positif terhadap penggunaan dompet digital (Y) oleh mahasiswa di wilayah Surakarta. Bukti dari pengaruh ini diperoleh melalui uji F, yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari ambang signifikansi 0,05. Sementara itu, nilai F hitung sebesar 33,249 jauh melampaui F tabel sebesar 3,09. Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti kedua variabel independen tersebut secara bersamaan memiliki dampak yang signifikan. Temuan ini menggarisbawahi bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola pengetahuan keuangan dan sikap mereka terhadap pengelolaan uang secara bijak sangat berpengaruh dalam menentukan seberapa aktif mereka memanfaatkan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Maka, hipotesis ketiga (H_3) dapat disimpulkan sebagai diterima dalam penelitian ini.¹⁶

4. Hasil penelitian : La'la' Azizah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023 “Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Dalam Transaksi Pembayaran dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)”.

¹⁶ Brian Sutatama Kusupradana and Siti Aisyah, “The Effect Of Financial Literacy And Financial Attitude On The Use Of Digital Wallets Among Students In Surakarta City.” *AJAR* 5.02 (2022): 193-206.

Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa tidak semua variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memakai layanan dompet digital. Pengetahuan, misalnya, ternyata tidak memberikan dampak yang berarti terhadap keputusan penggunaan. Namun demikian, variabel sikap dan kemudahan penggunaan justru terbukti berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan tersebut. Ketiga variabel ini yakni pengetahuan, sikap, dan kemudahan penggunaan jika dianalisis secara bersama, memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Selanjutnya, persepsi manfaat ditemukan berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat kaitan antara sikap dengan keputusan penggunaan. Namun menariknya, keberadaan variabel ini justru memperlemah hubungan antara pengetahuan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan tersebut. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,534, dapat disimpulkan bahwa sekitar 53,4% dari variasi keputusan dalam memakai dompet digital dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut dengan persepsi manfaat sebagai moderator, sementara sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hal ini mengindikasikan pentingnya mempertimbangkan elemen persepsi dalam memahami perilaku pengguna.¹⁷

¹⁷ La'la Azizah, "Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Dalam Transaksi Pembayaran Dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)." Diss. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Hendri Tri Ardana, Didik Setyawan, 2023. Judul Penelitian “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> DANA Dompot Digital oleh Generasi Y dan Generasi Z”.	Adapun persamaan penelitian ini terletak pada independen yaitu Persepsi Manfaat (X) dan variabel dependen pada keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> dan menggunakan metode (kuantitatif).	Penelitian ini membahas variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan brand image. Sedangkan peneliti lebih membahas pengaruh pengetahuan, sikap keuangan dan persepsi manfaat pada keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> .
2.	Azma Nadhilah, Nurul Hasanah, 2022. Judul Penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Produk Layanan Syariah	Adapun persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan produk (X). menggunakan metode (kuantitatif).	Penelitian ini membahas variabel persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan dompet digital. sedangkan peneliti lebih membahas variabel pengetahuan, sikap keuangan dan persepsi manfaat

	LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)”		terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> .
3.	Brian Sutatama Kusumapradana, Siti Aisyah, 2022. Judul Penelitian “The Effect Of Financial Literacy and Financial Attitude On the Use Of Digital Wallets Among Students In Surakarta City”	Adapun persamaan pada penelitian ini adalah pada variabel independen (X) yaitu sikap keuangan (<i>financial attitude</i>). Menggunakan metode (kuantitatif).	Kedua penelitian ini berbeda dalam fokus analisis, peneliti saat ini menggunakan variabel pengetahuan, sikap keuangan, dan manfaat, sementara peneliti terdahulu menggunakan variabel literasi keuangan dan <i>financial attitude</i> . Meskipun ada kemiripan antara sikap keuangan dan <i>financial attitude</i> , literasi keuangan merupakan variabel yang berbeda dan tidak diteliti dalam penelitian saat ini.
4.	La’la’ Azizah, 2023. Judul Penelitian “Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompet	Adapun persamaan pada penelitian ini adalah pada variabel independen yaitu pengetahuan (X) dan variabel dependen yaitu keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> (Y).	Kedua penelitian berbeda dalam fokus analisis, peneliti terdahulu menitikberatkan pada aspek-aspek yang berkontribusi terhadap keputusan individu

	Digital Dalam Transaksi Pembayaran dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)''.		dalam memanfaatkan layanan <i>e-wallet</i> dengan variabel independen seperti pengetahuan, sikap dan kemudahan penggunaan. Selain itu, peneliti terdahulu menggunakan persepsi manfaat sebagai variabel moderating, yang tidak digunakan dalam penelitian saat ini.
--	---	--	---

B. Kajian Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori perilaku yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima dan menggunakan teknologi informasi. Model ini merupakan pengembangan dari teori-teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan terhadap suatu teknologi tercermin melalui sikap dan perilaku pengguna dalam memanfaatkannya. Kepercayaan seseorang terhadap teknologi akan membentuk sikap yang kemudian mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya. Apabila individu meyakini bahwa suatu sistem mampu mendukung peningkatan efektivitas atau produktivitas mereka, maka hal tersebut dikenal sebagai persepsi terhadap kegunaan. Sementara itu, apabila

individu menilai bahwa suatu sistem tidak menyulitkan dalam penggunaannya, maka hal tersebut dikenal sebagai persepsi terhadap kemudahan penggunaan. Semakin positif pandangan individu terhadap manfaat dan kemudahan suatu teknologi, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menerima dan terus memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸

Menurut Davis (1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi sangat dipengaruhi oleh dua persepsi utama, yakni keyakinan terhadap manfaat penggunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan dalam menjalankannya (*perceived ease of use*). Kedua aspek ini akan membentuk sikap individu, yang kemudian tercermin dalam kecenderungan perilaku mereka saat menggunakan teknologi tersebut. Dengan memahami dua dimensi ini, kita dapat memprediksi seberapa besar kemungkinan seseorang menerima serta menggunakan sistem yang ditawarkan.

Penerimaan teknologi oleh individu bisa ditinjau dari sikap dan respons perilaku yang mereka tunjukkan saat berinteraksi dengan sistem tertentu. Apabila seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi, maka hal ini akan memengaruhi sikap positif dalam penggunaannya, yang pada akhirnya meningkatkan niat atau intensi untuk mengadopsinya. *Perceived usefulness* menggambarkan sejauh mana individu yakin bahwa sistem akan berdampak positif terhadap peningkatan kinerja mereka, sementara *perceived ease of use* mencerminkan persepsi individu bahwa teknologi

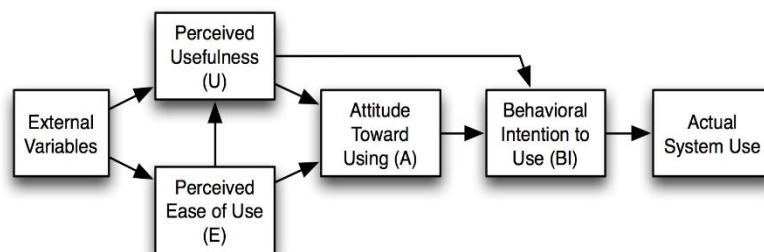
¹⁸ Ali Mujahidin, "Pengaruh Fintech *E-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8.2 (2020), 143. snis, 8.2 (2020), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>

tersebut tidak menyulitkan dan dapat dioperasikan dengan usaha yang minimal.¹⁹

Technology Acceptance Model (TAM) dirancang untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang berperan dalam membentuk keputusan pengguna dalam menerima teknologi informasi. Model ini menekankan bahwa penerimaan terhadap suatu sistem dipengaruhi oleh sikap pengguna, persepsi terhadap kegunaan sistem (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*), serta keinginan atau minat untuk menggunakannya. Faktor-faktor ini dapat saling memengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung dan menjadi dasar dalam memahami perilaku adopsi teknologi.

Gambar 2.1

Konsep Model Penerimaan Teknologi



Sumber : Davis, 1989

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merujuk pada pandangan individu mengenai sejauh mana suatu teknologi dianggap mudah untuk digunakan tanpa membutuhkan usaha yang rumit. Konsep ini menggambarkan keyakinan pengguna bahwa sistem atau aplikasi tertentu dapat

¹⁹ Rahayu and Rurie Wiedya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT. Gojek Indonesia." (2018). 17.

dipahami serta dioperasikan tanpa hambatan berarti. Ketika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi tidak menyulitkan, maka kemungkinan besar mereka akan lebih terbuka dalam menerapkannya dalam aktivitas sehari-hari.

Davis (1989) menjelaskan bahwa terdapat sejumlah indikator yang dapat digunakan untuk menilai persepsi kemudahan penggunaan, seperti kemudahan dalam memahami cara kerja sistem, kemampuan untuk mengendalikan penggunaan teknologi sesuai keinginan, kejelasan tampilan yang membuat sistem mudah dipahami, fleksibilitas dalam menyesuaikan penggunaan dengan kebutuhan, kemudahan dalam mencapai keterampilan penggunaan dalam waktu singkat, serta kemudahan menyeluruh dalam menjalankan sistem tersebut. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin besar kemungkinan individu untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut, karena mereka merasa tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga atau waktu untuk mempelajarinya.

Persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*) menggambarkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat membawa nilai tambah dalam pelaksanaan tugas atau pekerjaan mereka. Individu dengan persepsi yang tinggi terhadap manfaat akan cenderung percaya bahwa teknologi mampu membantu mereka menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, lebih efisien, dan dengan hasil yang lebih baik. Persepsi ini muncul dari pandangan bahwa kehadiran suatu sistem tidak hanya mempermudah proses kerja, tetapi juga mendukung peningkatan kualitas kinerja.

Menurut Surendran, persepsi terhadap manfaat terbentuk dari harapan positif individu terhadap peran teknologi dalam kehidupan atau pekerjaan mereka. Seseorang akan lebih mungkin mengadopsi teknologi jika mereka

merasa penggunaannya mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan produktivitas atau efektivitas kerja. Sejalan dengan itu, Davis (1989) mengemukakan bahwa persepsi manfaat mencakup beberapa indikator penting, seperti kemampuan teknologi dalam mempercepat proses kerja, meningkatkan kualitas hasil, memberikan efisiensi waktu dan tenaga, mendorong produktivitas kerja, menyederhanakan pelaksanaan tugas, serta dinilai memberikan kontribusi signifikan secara keseluruhan. Oleh karena itu, persepsi terhadap manfaat menjadi faktor krusial dalam menentukan sejauh mana seseorang bersedia untuk menggunakan dan bergantung pada teknologi.

Berdasarkan berbagai pengertian dan indikator yang telah dijelaskan sebelumnya, *perceived usefulness* merepresentasikan sejauh mana individu meyakini bahwa kehadiran teknologi informasi mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja mereka. Persepsi terhadap manfaat ini berperan dalam membentuk keyakinan pengguna dalam menentukan keputusan, apakah teknologi tersebut layak digunakan untuk mendukung efektivitas kerja. Dengan kata lain, apabila seseorang merasa bahwa teknologi tersebut benar-benar membantu tugas atau pekerjaannya, maka ia akan lebih mungkin untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika tidak terdapat keyakinan atas manfaat tersebut, besar kemungkinan individu akan enggan memanfaatkannya.

2. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Suryani, studi mengenai perilaku konsumen merupakan cabang ilmu yang menelusrusi bagaimana seseorang mempertimbangkan dan memutuskan untuk menggunakan sumber dayanya (waktu, biaya dan usaha) demi memperoleh produk atau layanan yang akan digunakan. Kajian ini juga mencakup analisis mengenai apa yang dibeli, alasan pembelian, lokasi transaksi serta cara penggunaan atau pemanfaatan produk tersebut.²⁰

Menurut Mangkunegara, “Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan”.²¹

Menurut Engel, dkk. perilaku konsumen meliputi rangkaian aktivitas yang dilakukan seseorang mulai dari mendapatkan hingga memanfaatkan dan akhirnya membuang produk atau jasa. Proses tersebut juga mencakup pengambilan keputusan yang berlangsung baik sebelum maupun setelah individu melakukan tindakan tersebut.²²

Sementara itu, Bilson mengemukakan perilaku konsumen mencakup faktor-faktor yang menjadi landasan dan motivasi bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli. Sebelum melakukan pembelian,

²⁰ Tatik Suryani, “*Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*,” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 6.

²¹ Prabu Anwar Mangkunegara, “*Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*” (Cet. II; Bandung: PT Refika Aditama, 2022), 168.

²² James F. Engel, Roger D. Black Well, and Paul W. Miniard, “*Perilaku Konsumen.*” (Jakarta Bina Rupa Aksara, 1994), 423.

konsumen akan menimbang berbagai aspek barang tersebut seperti harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, dan kegunaannya..²³

Secara keseluruhan, jika dilihat dari berbagai definisi para ahli, perilaku konsumen dapat dirumuskan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam upaya memenuhi kebutuhan atau kengininannya melalui pembelian. aktivitas ini mencakup tahapan pertimbangan terkait barang atau jasa yang akan dipilih.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Tingkah laku konsumen dalam melakukan konsumsi ditentukan oleh tiga unsur pokok yang memiliki peranan penting dalam membentuk keputusan mereka:²⁴

1) Faktor lingkungan

Faktor lingkungan mencakup berbagai elemen eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Ini terdiri dari:

a) Budaya

Norma, nilai dan keyakinan yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat. Budaya mempengaruhi preferensi dan kebiasaan konsumsi konsumen. Misalnya, budaya tertentu mungkin lebih menghargai produk lokal dibandingkan yang impor.

b) Kelas sosial

Posisi individu dalam struktur sosial yang dapat mempengaruhi gaya hidup dan pilihan konsumsi. Kelas sosial seringkali

²³ Bilson Simamora, “*Panduan Riset Perilaku Konsumen*,” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 2.

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi Revisi*. (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1997), 339.

berkaitan dengan pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, yang pada gilirannya memengaruhi akses konsumen terhadap berbagai produk dan layanan.

c) Pengaruh pribadi

Pengaruh dari teman, rekan, atau individu lain yang dapat mengubah preferensi dan keputusan konsumen. Ini bisa terjadi melalui rekomendasi, ulasan, atau pengalaman pribadi.

d) Keluarga dan rumah tangga

Keluarga memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumsi. Keputusan memberi sering kali melibatkan pertimbangan kebutuhan dan keinginan anggota keluarga lainnya.

e) Situasi

Konteks di mana konsumen melakukan pembelian, seperti keadaan emosional, waktu, dan lokasi. Misalnya, konsumen mungkin lebih cenderung membeli makanan cepat saji saat terburu-buru.

2) Perbedaan individu

Perbedaan individu merujuk pada karakteristik unik yang dimiliki oleh setiap konsumen, yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan produk dan layanan. Ini meliputi:

a) Sumber daya konsumen

Termasuk pendapatan, waktu, dan kemampuan yang dimiliki konsumen untuk melakukan pembelian. Sumber daya yang terbatas dapat memengaruhi pilihan dan preferensi produk.

b) Motivasi dan keterlibatan

Motivasi merupakan dorongan yang menggerakkan konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan keterlibatan mengacu pada tingkat kepentingan atau perhatian yang diberikan konsumen terhadap suatu produk.

c) Pengetahuan

Tingkat pemahaman dan informasi yang dimiliki konsumen tentang produk dapat memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen yang lebih berpengetahuan cenderung lebih selektif.

d) Sikap

Sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat memengaruhi keputusan pembelian. Sikap ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya dan informasi yang diterima.

e) Kepribadian dan gaya hidup

Kepribadian mencerminkan karakteristik unik individu, sedangkan gaya hidup mencerminkan cara hidup mereka. Keduanya dapat memengaruhi pilihan produk dan merek.

f) Demografi

Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lokasi geografis juga mempengaruhi perilaku konsumsi. Misalnya, konsumen muda mungkin lebih cenderung memilih produk yang trend.

3) Proses psikologis

Proses psikologis mencakup mekanisme internal yang memengaruhi bagaimana konsumen memproses informasi dan mengambil keputusan. Ini meliputi:

a) Pengolahan informasi

Cara konsumen mencari, menerima, dan menginterpretasikan informasi tentang produk. Proses ini mencakup perhatian, pemahaman, dan pengingatan terhadap informasi yang relevan.

b) *Pembelajaran*

Konsumen belajar dari pengalaman mereka dan dari informasi yang diterima, yang memengaruhi perilaku konsumsi mereka di masa depan. Pembelajaran dapat berupa pembelajaran langsung (pengalaman pribadi) atau tidak langsung (melalui informasi dari orang lain).

c) *Perubahan sikap dan perilaku*

Sikap dan perilaku konsumen dapat berubah seiring waktu, tergantung pada pengalaman, pengaruh lingkungan, dan pembelajaran yang dialami. Perubahan ini dapat menyebabkan pergeseran dalam preferensi dan pilihan produk.

3. Pengetahuan

Menurut Kotler & Armstrong, pengetahuan merupakan hasil dari proses pengalaman yang mampu mempengaruhi perubahan perilaku seseorang. Pengetahuan menjadi landasan utama bagi individu dalam menentukan pilihan atau keputusan untuk menggunakan sesuatu sesuai dengan keinginannya. Di

samping itu, hasil penelitian dari Widowati turut mengungkap bahwa pengetahuan memiliki dampak yang mengarah secara positif terhadap pengambilan keputusan di kalangan Masyarakat. Di era digital saat ini, pemahaman mengenai dompet digital (*e-wallet*) menjadi sangat penting, khususnya dalam mendukung kelancaran transaksi non-tunai di Indonesia. Sebagai bagian dari generasi yang akan menentukan arah masa depan bangsa, masyarakat dituntut untuk memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai konsep dan penggunaan *e-wallet*.

Salah satu elemen penting yang membentuk persepsi konsumen adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan tersebut turut berperan dalam menentukan pilihan konsumen, terutama saat menyeleksi layanan atau produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Mengingat setiap individu hidup dalam lingkungan yang berbeda, oleh karena itu tingkat pengetahuan yang dimiliki pun cenderung bervariasi antar individu.

Amanda mengelompokkan pengetahuan konsumen ke dalam tiga jenis utama, yaitu:

a. Pengetahuan produk

Merujuk pada informasi yang dimiliki konsumen mengenai suatu produk, termasuk jenis, kisaran harga, serta keyakinan atau persepsi mereka terhadap produk tersebut.

b. Pengetahuan pembelian

Meliputi berbagai informasi yang membantu konsumen dalam memperoleh produk, seperti kapan waktu yang tepat untuk membeli serta lokasi atau saluran distribusi tempat produk tersebut tersedia.

c. Pengetahuan pemakaian

Mengacu pada pemahaman konsumen terkait cara penggunaan produk secara tepat. Kurangnya pengetahuan dalam hal ini dapat menyebabkan kesalahan penggunaan yang berdampak pada tidak optimalnya fungsi produk.²⁵

4. Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

a. *Pengertian Sikap Keuangan*

Sikap merupakan respons individu terhadap suatu stimulus, baik yang berasal dari orang lain maupun situasi tertentu. Sikap keuangan menentukan bagaimana individu menyimpan, menimbun dan membelanjakan uang.²⁶ Berdasarkan hal tersebut, sikap keuangan (*financial attitude*) dapat diartikan sebagai pola pikir, pandangan, serta penilaian seseorang terhadap kondisi keuangannya, yang kemudian tercermin dalam perilaku untuk mempertahankan nilai keuangan tersebut melalui keputusan dan pengelolaan yang bijaksana.

Sikap keuangan dapat dipahami sebagai penerapan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk menciptakan serta menjaga nilai ekonomi melalui keputusan yang tepat dan pengelolaan sumber daya yang efisien. Sikap ini mencerminkan bagaimana seseorang memanfaatkan prinsip keuangan dalam mengambil keputusan yang bijaksana terkait pengelolaan aset serta peningkatan nilainya. Sikap keuangan yang dimiliki individu turut

²⁵ Amanda, Siti Maisarah, and M. Shabri Abd Majid. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syariah kuala)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1.2 (2019). <https://doi.org/10.24815/jimeki.v1i2.14470>

²⁶ Indra Siswanti, "Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-Control As Mediating," *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28.1 (2020), hal. 105–32, doi:10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5.

memengaruhi bagaimana mereka menentukan pilihan dalam situasi keuangan tertentu, sebab hal ini berkaitan dengan pemahaman dan keyakinan seseorang terhadap makna uang dan hubungannya dengan keuangan pribadi.

b. Konsep Sikap Keuangan (Financial Attitude)

Herdjiono, Damanik, dan Musamus mengemukakan bahwa terdapat sejumlah konsep yang dapat dijadikan acuan untuk menilai sikap keuangan individu, antara lain sebagai berikut:

- 1) *Obsession*, menggambarkan kecenderungan individu untuk terus memikirkan kondisi keuangannya serta merancang masa depan finansialnya agar dapat mengelola uang secara lebih terarah.
- 2) *Power*, mengacu pada penggunaan uang sebagai sarana untuk mempengaruhi atau mengontrol orang lain, serta sebagai simbol siapa yang dianggap mampu menyelesaikan suatu persoalan.
- 3) *Effort*, mewakili pandangan bahwa seseorang menilai nilai uang berdasarkan jerih payah atau usaha yang telah ia lakukan untuk memperolehnya.
- 4) *Inadequacy*, menggambarkan perasaan individu yang selalu merasa bahwa uang yang dimilikinya tidak pernah cukup, terlepas dari jumlah yang tersedia.
- 5) *Retention*, menunjukkan kecenderungan seseorang untuk menahan diri dalam membelanjakan uang, atau lebih memilih menyimpan daripada mengonsumsi.
- 6) *Security*, mencerminkan pola pikir tradisional mengenai uang, seperti anggapan bahwa uang sebaiknya tidak digunakan untuk investasi atau disimpan di lembaga keuangan formal.

c. *Indikator Sikap Keuangan*

Menurut Nisa (2020) indikator sikap keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Orientasi terhadap keuangan pribadi, menggambarkan kebiasaan individu, khususnya mahasiswa, dalam menyusun dan mengatur anggaran keuangan secara terencana.
- 2) Filsafat utang, menunjukkan sikap negatif yang muncul ketika mahasiswa menghadapi keterbatasan finansial dan merasa tidak aman secara ekonomi.
- 3) Keamanan uang, mencerminkan tingkat kenyamanan mahasiswa terhadap kondisi keuangannya, di mana mereka merasa cukup dan tidak khawatir dalam memenuhi kebutuhan.
- 4) Menilai keuangan pribadi, mengacu pada cara mahasiswa menilai dan mencerminkan kondisi keuangannya, yang juga dapat mencerminkan karakter dan tanggung jawab pribadinya.

5. **Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)**

a. *Pengertian persepsi manfaat*

Persepsi merupakan suatu cara individu memandang, mengartikan, dan menyimpulkan akan manfaat yang dirasakan penggunaanya. Persepsi manfaat adalah tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performanya dalam bekerja.²⁷ Secara sederhana, manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dipahami sebagai sesuatu yang memberikan keuntungan bagi penggunaanya.

²⁷ Purba Meyrilliana, Samsir, dan Arifin Kasman, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau,” *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12.1 (2020), hal. 151–70 <<https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>>.

Davis dalam Jogiyanto menyatakan bahwa *perceived usefulness* atau persepsi manfaat merupakan keyakinan individu terhadap sejauh mana penggunaan suatu teknologi atau sistem dapat membantu meningkatkan efektivitas serta kinerja dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) merupakan salah satu pendekatan yang paling umum digunakan untuk menjelaskan proses adopsi teknologi baru. Chawla dan Joshi (2019) menyatakan bahwa persepsi terhadap manfaat memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk minat serta kecenderungan individu untuk terus menggunakan teknologi tersebut secara berulang. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Adiyanti yang mengungkapkan bahwa tingkat kebermanfaatan suatu produk memiliki pengaruh terhadap ketertarikan pengguna dalam melakukan transaksi menggunakan uang elektronik. Ketika produk tersebut dinilai memberikan kemudahan atau nilai tambah dalam penggunaannya, maka minat untuk menggunakannya akan semakin meningkat, baik terhadap produk yang diterbitkan oleh lembaga perbankan maupun non-bank.

b. Faktor-faktor Persepsi Manfaat Teknologi

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi (Wijaya dalam Oliver, 2011), sebagai berikut :

- 1) Pemanfaatan teknologi memungkinkan pengguna untuk menjadi lebih produktif dalam menjalankan aktivitasnya.
- 2) Dengan menggunakan teknologi, performa kerja individu dapat mengalami peningkatan.

- 3) Penerapan teknologi dapat membantu mempercepat dan menyederhanakan proses kerja yang dilakukan oleh pengguna.

Persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap minat perilaku, tercermin dari kecenderungan pengguna untuk memiliki niat dalam menggunakan teknologi niat perilaku jika merasakan teknologi memiliki manfaat dan mudah digunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa manfaat terhadap suatu produk dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

c. *Indikator Persepsi Manfaat*

Menurut Vankatesh dan Davis tahun 2016 indikator-indikator persepsi kebermanfaatan sebagai berikut:

- 1) *Effectiveness* (Efektivitas)

Efektivitas merujuk pada persepsi individu terhadap kemampuan suatu situs web atau sistem dalam membantu menghemat waktu. Dalam konteks e-commerce, dimensi ini mencerminkan seberapa efisien waktu yang digunakan konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu melalui platform tersebut.

- 2) *Accomplish Faster* (Cepat dan Praktis)

Accomplish faster merupakan salah satu dimensi yang menggambarkan sejauh mana suatu sistem mampu mempercepat penyelesaian tugas atau pekerjaan. Dalam ranah e-commerce, dimensi ini berkaitan dengan seberapa cepat proses transaksi atau interaksi antara konsumen dan penyedia layanan dapat berlangsung.

3) *Usefull* (berguna)

Usefull merupakan dimensi yang menunjukkan sejauh mana suatu sistem memberikan manfaat nyata bagi aktivitas individu, khususnya dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan operasional atau kepentingan perusahaan.

4) *Advantageous* (Keuntungan Penggunaan)

Advantageous merujuk pada berbagai manfaat yang diperoleh individu dari penggunaan suatu sistem. Dalam konteks e-commerce, persepsi konsumen terhadap manfaat tersebut akan menentukan sejauh mana mereka bersedia terus menggunakan situs web tersebut di masa mendatang.²⁸

6. Keputusan Penggunaan

a. *Pengertian Keputusan Penggunaan*

Keputusan menggunakan merupakan proses menentukan dan memilih salah satu alternatif yang tersedia. Kotler dan Keller, keputusan penggunaan dapat diartikan bahwa dalam proses evaluasi, konsumen akan membentuk preferensi terhadap merek-merek yang termasuk dalam daftar alternatif pilihannya. Sebelum menentukan pilihan, konsumen perlu memiliki sejumlah alternatif yang dapat dibandingkan. Artinya, proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa opsi yang tersedia. Pilihan akhir dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri.

Menurut Suharno, keputusan penggunaan oleh konsumen merupakan fase di mana individu telah menetapkan pilihannya dan

²⁸ Purnama Ramadani Silalahi et al, “Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu Di Kota Medan.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 869-78, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2673>

melaksanakan transaksi pembelian, sehingga produk tersebut dapat digunakan sesuai kebutuhannya. Contohnya, keputusan konsumen untuk membeli suatu barang umumnya diawali oleh kesadaran akan kebutuhan dan keinginan, yang kemudian mendorong mereka untuk mencari informasi terkait produk serta ketersediaannya. Hal ini juga berlaku pada konsumen yang memutuskan menggunakan *e-wallet* sebagai sarana pembayaran digital.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan

Salah satu faktor yang memengaruhi individu dalam memutuskan untuk menggunakan dompet digital (*e-wallet*) adalah gaya hidup. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang yang diwujudkan melalui aktivitas, ketertarikan, serta pandangan mereka terhadap berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari.

Pilihan yang diambil oleh seseorang biasanya merupakan hasil dari pertimbangan terhadap beberapa opsi yang tersedia, dan dianggap sebagai yang paling sesuai. Hal ini juga berlaku ketika individu memilih untuk menggunakan teknologi, seperti *e-wallet*, yang kini menjadi salah satu alternatif modern dalam melakukan transaksi keuangan secara digital.

Menurut Purwati dalam kutipan Shafira Azzahra tahun 2023 dapat disimpulkan bahwa terdapat beragam faktor yang berperan dalam memengaruhi seseorang untuk mengadopsi penggunaan *e-wallet* :

1) Kemudahan penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan menciptakan keyakinan bahwa sistem tersebut tidak rumit untuk dicoba dan dioperasikan. Oleh sebab itu, penting bagi sebuah sistem dirancang agar mudah

digunakan, sehingga pengguna dapat merasakan kenyamanan saat mengakses atau memanfaatkannya.

2) Manfaat Kegunaan

Persepsi terhadap manfaat merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat membantu meningkatkan efektivitas atau hasil dari pekerjaannya.

3) Keamanan serta kerahasiaan

Keamanan dapat dipahami sebagai persepsi subjektif dari pengguna bahwa informasi pribadi mereka terlindungi dari akses, penyimpanan, atau penggunaan oleh pihak yang tidak berwenang, baik selama proses transmisi maupun penyimpanan data. Seiring dengan itu, ekspektasi pengguna terhadap perlindungan data semakin meningkat.²⁹

c. Indikator Keputusan Penggunaan

Indikator adalah elemen yang dapat diukur untuk menilai suatu variabel. Sebelum mengevaluasi variabel keputusan dalam penggunaan *e-wallet*, penting untuk terlebih dahulu mengidentifikasi indikator-indikator yang relevan. Mengacu pada pendapat Kotler dalam karya yang dikutip oleh Dian dan Suryono (2018), terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian.

²⁹ Silvia Rahmawati and Mufti Arief Arfiansyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta," *Journal Management* 22, no. 3 (2023): 435-449.

1) Kemantapan pada produk

Produk yang memiliki kualitas unggul cenderung mampu menumbuhkan kepercayaan dari konsumen, yang pada akhirnya dapat mendukung terciptanya kepuasan terhadap produk tersebut.

2) Kebiasaan dalam membeli produk

Melakukan pembelian atas produk yang sama secara berkala dalam jangka waktu tertentu disebut sebagai perilaku pembelian berulang. Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan disini dapat diartikan sebagai menyarankan, mengajak atau menganjurkan dalam pembelian produk tersebut kepada orang lain.

3) Melakukan pembelian ulang

Memberikan rekomendasi dalam konteks ini berarti mendorong, menyarankan, atau mengajak orang lain untuk turut membeli produk yang telah digunakan.³⁰

7. Electronic Wallet (*E-wallet*)

E-wallet atau dompet digital merupakan metode pembayaran berbasis elektronik yang menggunakan sistem server. Teknologi ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menyimpan dana secara digital serta melakukan beragam transaksi secara praktis. Fungsinya hampir sama dengan dompet fisik, tetapi lebih praktis karena memungkinkan pengguna melakukan pembelian melalui platform daring tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik. Popularitas *e-wallet* meningkat dengan seiring perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat yang beralih ke transaksi digital. Kemudahan akses

³⁰ Humaidah, "Hubungan Antara Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Promosi Dengan Keputusan Penggunaan *E-wallet*."

dan kecepatan proses pembayaran menjadikannya pilihan utama bagi banyak orang dalam memenuhi kebutuhan finansial sehari-hari.³¹

Mengacu pada ketentuan Bank Indonesia melalui regulasi Nomor 18/40/PBI/2016 terkait sistem pemrosesan pembayaran, dompet digital merupakan platform elektronik yang menyimpan data alat pembayaran, seperti kartu atau saldo digital, dan berfungsi sebagai sarana penyimpanan dana untuk digunakan dalam transaksi keuangan.

Sementara itu, Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mengenai uang digital menjelaskan beberapa karakteristik yang menentukan apakah suatu layanan dapat digolongkan sebagai uang elektronik, termasuk layanan seperti dompet digital. Ciri-ciri tersebut antara lain:

1. Pengguna terlebih dahulu menyetor dana kepada penyedia layanan sebelum dapat menggunakan fasilitas ini.
2. Dana yang disimpan berbentuk digital dan tersimpan di media elektronik, baik berbasis chip maupun server.
3. Dana yang dikelola oleh penyedia layanan tidak termasuk dalam kategori simpanan sebagaimana yang diatur dalam regulasi perbankan.

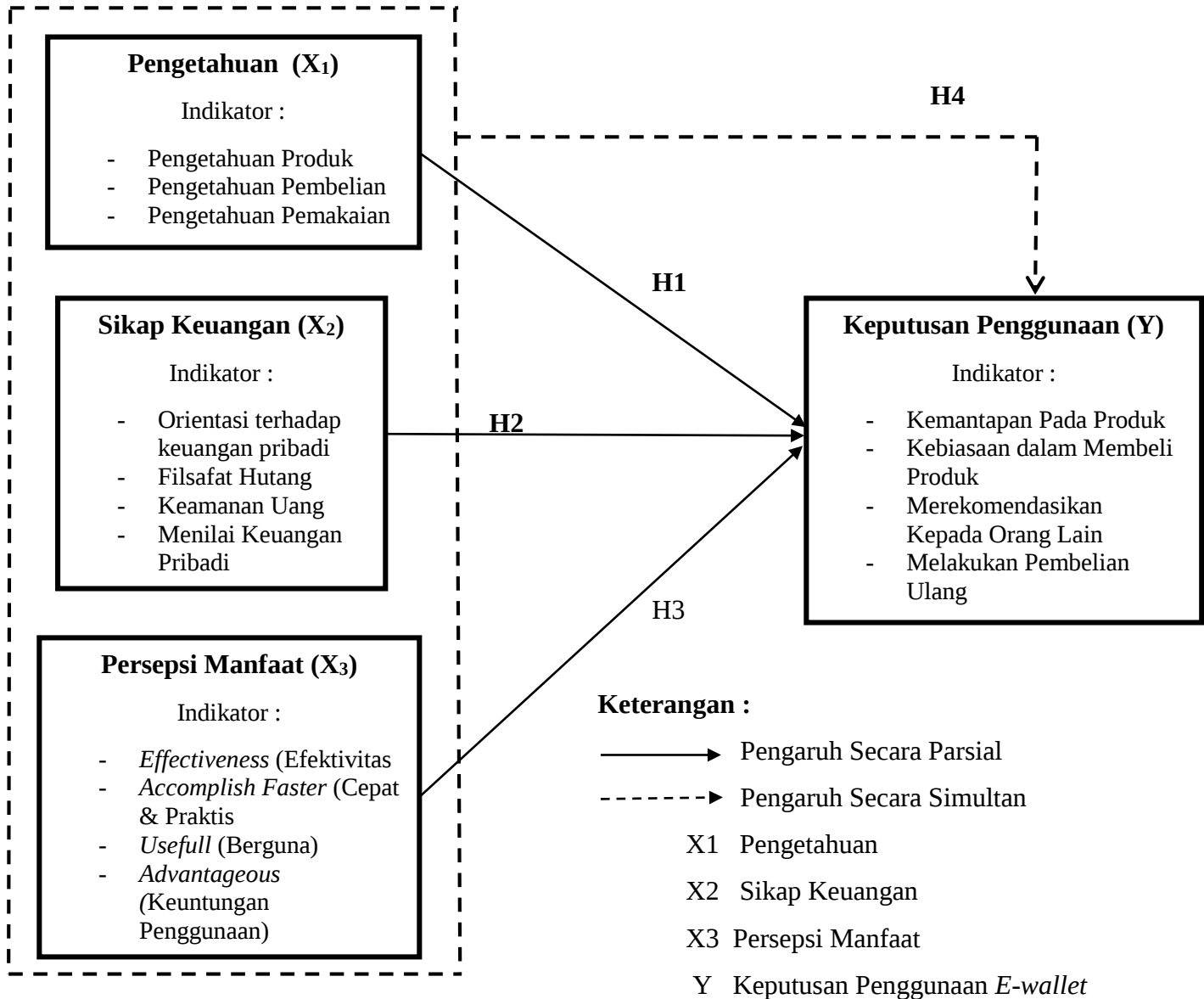
Layanan dompet digital (*e-wallet*) menghadirkan berbagai keuntungan bagi penggunanya, seperti kemudahan dalam bertransaksi, efisiensi waktu, pengurangan risiko peredaran uang palsu, kemudahan dalam melacak riwayat transaksi, serta kemudahan dalam melakukan isi ulang saldo.³²

³¹ Anton Subarno, "Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Merchant Di Wilayah Surakarta", *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5.2 (2021), 43-57.

³² Desita, Widya. *Pengaruh "Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-wallet)"*. Diss. Universitas Pendidikan Ganesha, 2021.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2
Penjabaran Kerangka Pemikiran
Indikator Variabel-Variabel (X) dan (Y)



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam suatu penelitian. Oleh karena itu, perumusan masalah beserta kerangka pikir yang telah disusun menjadi dasar awal dalam pelaksanaan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga Pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E- Wallet* sebagai transaksi pembayaran digital pada mahasiswa UIN Datokarama Palu.
- H2 : Diduga bahwa pengetahuan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital pada mahasiswa UIN Datokarama Palu.
- H3 : Diduga bahwa Persepsi Manfaat memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital pada mahasiswa UIN Datokarama Palu.
- H4 : Diduga pengetahuan, sikap keuangan, dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital pada mahasiswa UIN Datokarama Palu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikasi yang hendak menguji korelasi variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat mengidentifikasi hubungan antar data yang lebih akurat dan dapat memprediksi fenomena berdasarkan data yang ada.³³

Pada tahapan pelaksanaan penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei, kusioner, dan eksperimen yang dirancang secara lebih spesifik untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian. Metode survei dan eksperimen sebagai sumber untuk pengumpulan data dari sampel yang lebih besar, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan ke populasi agar lebih luas dan untuk menguji hipotesis analisa data yang ditetapkan. Selain itu, metode eksperimen dengan memungkinkan perbandingan antara satu variabel dengan variabel lainnya guna mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat yang lebih tepat. Sedangkan desain penelitian bertujuan untuk mengukur keterkaitan antara variabel independen dan dependen, menguji teori prediksi dari hasil hubungan antar variabelnya.³⁴ Hasil penelitian ini akan menjadi referensi utama dalam proses pembelajaran, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dalam mengeksplorasi wawasan baru serta memperdalam pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

³³ Pedoman Modul Statistik FEBI Iain Palu (2020).

³⁴ Veronica, Aries et al. "Metode Penelitian Kuantitatif". PT. Global Eksekutif Teknologi (2022).

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan objek atau individu yang menjadi fokus penelitian dan memiliki karakteristik tertentu yang seragam. Sedangkan pandangan Sugiyono menyatakan bahwa, “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Populasi merujuk pada keseluruhan nilai, baik berupa hasil pengukuran maupun perhitungan, yang bersifat kuantitatif ataupun kualitatif, dan menggambarkan karakteristik tertentu dari suatu kelompok objek secara menyeluruh dan terdefinisi dengan jelas.

Dalam pelaksanaan studi ini, populasi yang dijadikan pusat perhatian mencakup seluruh mahasiswa aktif di Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang menggunakan layanan dompet digital atau *e-wallet*. Alasan pemilihan populasi ini didasarkan pada kenyataan bahwa tingkat penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa cukup tinggi dan mengalami peningkatan yang signifikan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menggali lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *e-wallet* tersebut. Total populasi mahasiswa yang tercatat di UIN Datokarama Palu berjumlah 6.734 orang, dan dari jumlah tersebut, sebanyak 100 orang mahasiswa ditentukan sebagai responden dalam penelitian ini.³⁵

2. Sampel

Sampel merujuk pada sekelompok individu yang diambil dari populasi untuk dijadikan sumber data dalam suatu penelitian. Jika jumlah populasi

³⁵ Layanan Akmah UIN Datokarama Palu, 2024.

terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk dilakukan pengamatan secara menyeluruh karena keterbatasan sumber daya seperti waktu, tenaga, dan biaya, maka penarikan sampel menjadi solusi yang relevan. Dalam konteks ini, pengambilan sebagian individu dari populasi dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi.³⁶ Dalam penelitian ini peneliti menetapkan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi/besar populasi

e² = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Diketahui, N = 6.734 orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel adalah 10% atau 0,1%.

$$n = \frac{6.734}{1 + 6.734 (0,1)^2} = \frac{6.734}{1 + 6.734 (0,01)} = \frac{6.734}{68,34} \approx 98,53 = 100$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan menggunakan formula Slovin, jumlah responden yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 mahasiswa dari total populasi.

Dalam studi ini, peneliti tidak menggunakan pendekatan acak atau probabilistik dalam memilih sampel. Sebaliknya, teknik yang dipilih adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yakni metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terlibat dalam penelitian. Pendekatan ini dipilih karena lebih relevan dengan

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 118.

tujuan penelitian yang bersifat spesifik dan terfokus pada kelompok yang memenuhi syarat tertentu.

Metode pengambilan sampel yang digunakan lebih lanjut adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Dalam hal ini, responden dipilih secara selektif karena memiliki karakteristik khusus yang relevan dengan topik penelitian, antara lain:

- a. Mahasiswa program sarjana (S1) UIN Datokarama Palu yang tercatat sebagai mahasiswa aktif pada angkatan tahun 2021, 2022, dan 2023.
- b. Telah menggunakan dan memiliki aplikasi dompet digital atau *E-wallet*.
- c. Penelitian ini meneliti mencakup seluruh mahasiswa dan mahasiswi S1 angkatan 2021, 2022 dan 2023 agar penelitian lebih efisien dan efektif sehingga data yang diperoleh dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat dipahami sebagai suatu atribut atau ciri tertentu dari individu maupun lembaga yang dapat diamati maupun diukur. Menurut Creswell, variabel merupakan aspek atau karakteristik dari seseorang atau suatu organisasi yang: (1) dapat diukur atau diamati oleh peneliti, serta (2) menunjukkan adanya perbedaan di antara individu atau organisasi yang menjadi objek penelitian.

Dalam penelitian terdapat beberapa jenis variabel, seperti variabel independen sebagai suatu pengaruh dan penyebab. Sedangkan variabel dependen sebagai suatu yang dapat diukur dampaknya akibat perubahan yang terjadi pada

variabel independen. Pengukuran dua variabel ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif.

Beberapa jenis variabel yang diterapkan dalam studi ini diantaranya adalah sebagai berikut:³⁷

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel stimulus, variabel pengaruh, variabel prediktor, atau variabel perlakuan, merupakan faktor yang diyakini memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terhadap perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang diteliti meliputi: pengetahuan (X1), sikap keuangan (X2), dan persepsi manfaat (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau *dependent variable* sering disebut juga sebagai variabel output, variabel kriteria, variabel konsekuensi, variabel hasil, atau variabel yang dipengaruhi. Variabel ini merupakan elemen yang nilainya bergantung pada perubahan atau pengaruh dari variabel bebas.

Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dikaji adalah keputusan penggunaan *E-wallet* (Y), yang diasumsikan dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yang telah ditentukan sebelumnya.

D. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, diperlukan definisi operasional untuk memfokuskan penelitian ini lebih jauh. Definisi operasional adalah komponen pemeriksaan yang menyarankan cara mengukur suatu variabel. Ketika melakukan

³⁷ Ig. Dodiet Aditya Setiawan, SKM, MPH, *Buku Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian*.
2021

penelitian dengan objek yang sama, peneliti lain dapat memperoleh manfaat dari membuat definisi operasional. Jika prosedur yang digunakan peneliti sebelumnya tidak sesuai, peneliti selanjutnya tidak akan menggunakan prosedur yang sama atau dapat menggunakan prosedur yang sama, prosedur pengukuran baru, serta di kalangan peneliti. Meski memiliki judul yang sama, namun bisa saja menggunakan indikator dan metode yang berbeda. Untuk setiap variabel yang digunakan, berikut ini adalah penjelasan operasionalnya:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Pengetahuan (X1)	Kotler & Amstrong mengemukakan bahwa Pengetahuan adalah bentuk pemahaman yang diperoleh melalui pengalaman, dan menjadi dasar seseorang dalam menentukan pilihan atau tindakan tertentu sesuai dengan keinginannya. ³⁸	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian
2	Sikap Keuangan (X2)	Sikap keuangan (<i>financial attitude</i>) merujuk pada cara berpikir, pandangan, serta penilaian seseorang terhadap kondisi keuangannya, yang kemudian tercermin dalam perilaku nyata. Sikap ini berperan dalam menjaga stabilitas finansial melalui	1. Orientasi terhadap keuangan pribadi. 2. Filsafat hutang. 3. Keamanan hutang. 4. Menilai keuangan pribadi. ³⁹

³⁸ Kotler, P., dan Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Erlangga.

³⁹ Fitrah Khairun Nisa, M Agus Salim and Achmad Agus Priyono, “ Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Kabupaten Malang.” *JRM (Jurnal Ilmiah Riset Manajemen)*, 9. No 7 (2020).

		keputusan serta pengelolaan keuangan yang bijak dan bertanggung jawab.	
3	Persepsi Manfaat (X3)	Persepsi merupakan suatu cara individu memandang, mengartikan, dan menyimpulkan akan manfaat yang dirasakan penggunaanya. Secara sederhana, persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	1. <i>Effectiveness</i> (Efektivitas) 2. <i>Accomplish Faster</i> (Cepat dan Praktis) 3. <i>Usefull</i> (Berguna) 4. <i>Advantageous</i> (Keuntungan Penggunaan)
4	Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan penggunaan diartikan bahwa dalam proses evaluasi, konsumen akan membentuk preferensi terhadap merek-merek yang termasuk dalam daftar alternatif pilihannya. Sebelum menentukan pilihan, konsumen perlu memiliki sejumlah alternatif yang dapat dibandingkan. Artinya, proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa opsi yang tersedia. Pilihan akhir dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri.	1. Kemantapan produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Merekomendasikan kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang

E. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya fenomena sosial dan alam diukur dalam penelitian. Instrumen penelitian yang baik diperlukan karena pengukuran merupakan hal mendasar dalam penelitian. Untuk memperoleh informasi kuantitatif yang akurat, instrumen estimasi digunakan dalam penelitian untuk mengukur kekhasan umum dan sosial yang diperhatikan. Oleh karena itu, instrumen estimasi harus memiliki skala.

Skala Likert dimanfaatkan untuk menilai kondisi psikologis, persepsi, serta cara pandang individu terhadap suatu fenomena sosial, dengan cara mengonversi variabel menjadi sejumlah indikator yang dapat diukur. Instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan ini dibuat dengan menggunakan indikator-indikator tersebut sebagai skalanya. Setiap reaksi pada instrumen skala likert ditinjau dari sangat positif hingga negatif, dengan menggunakan istilah sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dalam keperluan analisis kuantitatif maka jawaban dapat diberi skor, seperti berikut:

Tabel 3.2
Penjabaran Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Angka 1 merepresentasikan bahwa responden memiliki tingkat ketidaksetujuan yang sangat tinggi terhadap pernyataan atau pertanyaan yang

diajukan, sementara angka 5 menunjukkan tingkat persetujuan yang sangat tinggi dari responden terhadap pernyataan tersebut.

Pada variabel Pengetahuan (X1) mengadaptasi kuesioner yang dikembangkan oleh Edby Danda (2022) dengan nilai realibilitas sebesar 0,768, yang dimana apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan melebihi ambang batas 0,60, maka variabel pengetahuan (X1) dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau dapat dipercaya.⁴⁰

Pada variabel Sikap Keuangan (X2) mengadaptasi kuesioner yang dikembangkan oleh Siti Maysarah (2022) dengan nilai realibilitas sebesar 0,789, yang dimana Apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi batas minimal 0,60, maka variabel sikap keuangan (X2) dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.⁴¹

Variabel Persepsi Manfaat (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y) menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Putri Miswati (2024). Nilai reliabilitas untuk variabel Persepsi Manfaat (X3) adalah 0,875, sedangkan untuk Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0,729, keduanya melebihi ambang batas minimal 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X3) dan Keputusan Penggunaan (Y) memiliki reliabilitas yang baik.⁴²

F. Teknik Pengumpulan Data

Cara pengambilan data adalah teknik yang dimanfaatkan untuk memperoleh informasi pada kegiatan riset. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan

⁴⁰ Danda, Edby. "Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)." Diss. UIN Ar-Raniry, 2022.

⁴¹ Maysarah, Siti. "Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Industri Sandang Kabupaten Kuantan Singingi." Diss. Universitas Islam Riau, 2022.

⁴² Miswati, Putri. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital pada Masyarakat Kecamatan Negara Batin Kabupaten Way Kanan Lampung Utara." Diss. IAIN Metro, 2024.

melalui dua cara utama. Pertama, kutipan langsung, yaitu mengutip pendapat dari sumber asli secara kata demi kata, termasuk kalimat yang terdapat dalam teks aslinya. Setiap kutipan langsung diberikan catatan kaki (*footnote*). Kedua, kutipan tidak langsung, yaitu menyampaikan ide dari sumber referensi dengan menggunakan bahasa sendiri tanpa terikat pada redaksi yang ada dalam sumber tersebut. Dalam penelitian kuantitatif, Data dikumpulkan dengan menggunakan berbagai pendekatan, seperti penyebaran angket atau kuesioner kepada responden. Di samping itu, wawancara terstruktur turut dimanfaatkan guna memperoleh informasi yang lebih rinci. Metode lain yang sering diterapkan adalah eksperimen, dimana variabel-variabel penelitian dikontrol untuk menguji hipotesis secara sistematis. Observasi terstruktur juga digunakan guna memperoleh data berbentuk angka yang bisa diolah melalui metode analisis statistic. Metode ini bertujuan agar data yang diperoleh lebih akurat dan dapat digunakan dalam analisis penelitian secara objektif.⁴³

Untuk keperluan penelitian ini, peneliti memilih beberapa teknik dalam proses pengumpulan data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari pihak pertama atau sumber aslinya tanpa melalui proses pengolahan statistik sebelumnya. Data ini bersifat orisinal dan belum mengalami modifikasi atau pengolahan lanjutan. Untuk memperoleh data primer, peneliti mengandalkan berbagai metode pengumpulan seperti observasi langsung, wawancara, diskusi kelompok terarah (FGD), maupun penyebaran kuesioner.

⁴³ Jailani, M. Syahrani. "Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1.2 (2023): 1-9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>

Dalam penelitian ini, sumber utama yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang telah ditentukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh bukan secara langsung dari subjek penelitian, melainkan melalui sumber lain. Data jenis ini biasanya diambil dari berbagai media seperti situs web, platform daring, atau literatur yang memiliki relevansi dan kesamaan topik dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan serangkaian langkah atau prosedur yang digunakan dalam proses metodologi untuk menerapkan berbagai teknik statistik guna mengolah data mentah menjadi informasi yang bermakna. Secara sederhana, analisis ini berfungsi sebagai tahapan krusial dalam mengubah data yang belum diproses menjadi informasi yang bernilai melalui pendekatan statistik atau kuantitatif. Tujuan dari analisis data adalah untuk menemukan pola, hubungan atau trend dalam data yang bisa membantu menyelesaikan masalah penelitian atau menguji teori yang ada.⁴⁴ Adapun analisis data ini merupakan proses pengolahan data kuantitatif yang dilakukan melalui perhitungan statistik guna menilai atau mengukur variabel-variabel yang diteliti.

⁴⁴ Susanto, Primadi Candra, et al. "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 3.1 (2024): 1-12.

“Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu).”

Ada beberapa pengujian yang perlu dilakukan dalam metode kuantitatif pada teknik analisis data, sebagai berikut :

Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner dapat dinyatakan sahih atau tidak. Suatu kuesioner dianggap valid apabila setiap butir pertanyaan mampu mencerminkan dan mengukur hal yang memang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, validitas diuji pada mahasiswa UIN Datokarama Palu yang menggunakan *e-wallet*. Proses pengujian validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Jika $r \geq 0,5$ maka pernyataan (indikator) tersebut dinyatakan valid.
 Jika $r \leq 0,5$ maka pernyataan (indikator) tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas pada instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data memiliki konsistensi atau keandalan yang dapat diterima. Proses ini dibantu dengan perangkat lunak statistik SPSS. Suatu variabel dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang dihasilkan melebihi angka 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat keandalan yang cukup baik.

H. Transportasi Data Menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI)

Transformasi MSI (*Method of Successive Interval*) merupakan pendekatan statistik yang berguna untuk mengubah data berskala ordinal menjadi interval, sehingga data tersebut dapat dianalisis menggunakan teknik statistik lanjutan seperti regresi linear berganda. Dalam ilmu statistika, jenis data terbagi ke dalam empat skala utama: nominal, ordinal, interval, dan rasio. Setiap kategori skala memiliki karakteristik yang menentukan teknik analisis apa yang dapat digunakan secara tepat. Sebagai contoh, model analisis regresi umumnya mengharuskan penggunaan data dalam skala interval atau rasio, karena keduanya memiliki jarak yang terukur dan bermakna antar nilai.

Namun, tidak semua data yang dikumpulkan dari kuesioner memiliki skala yang sesuai dengan syarat metode analisis. Khususnya ketika data yang diperoleh berupa data ordinal seperti hasil penilaian sikap atau persepsi maka perlu dilakukan proses transformasi skala. Di sinilah transformasi MSI menjadi solusi agar data ordinal dapat dinaikkan ke tingkat skala interval, sehingga dapat diolah dengan metode yang menuntut presisi lebih tinggi.

Menurut Sugiyono, terdapat beberapa tahapan dalam penerapan transformasi MSI yaitu:

1. Telaah setiap butir pernyataan dari hasil kuesioner yang telah diisi responden, dan pastikan data telah direkap dengan benar.
2. Hitung jumlah responden yang memilih masing-masing nilai skor (misalnya dari 1 hingga 5) untuk setiap item, lalu sajikan dalam bentuk tabel frekuensi.
3. Bagi frekuensi tiap skor dengan total jumlah responden untuk memperoleh proporsi masing-masing kategori skor.

4. Jumlahkan proporsi secara bertahap, mulai dari skor terendah hingga tertinggi, sehingga didapat proporsi kumulatif dari tiap kategori.
5. Gunakan distribusi normal standar untuk mengkonversi setiap nilai proporsi kumulatif tersebut menjadi nilai Z-score yang sesuai.
6. Dari setiap Z-score, cari nilai kepadatan distribusi (densitas) berdasarkan tabel distribusi normal.
7. Hitung nilai skala interval untuk setiap skor dengan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah atas bawah}}$$

Perhitungan skor hasil transformasi untuk masing-masing kategori dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Score} = \text{scale Value} + [\text{Scale Value}_{\min}] + 1$$

I. Uji Asumsi Klasik

Dalam sebuah penelitian yang menggunakan metode regresi, peneliti diwajibkan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis memenuhi sejumlah asumsi mendasar agar hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan valid. Salah satu tahap penting yang harus dilakukan sebelum menganalisis lebih lanjut adalah pengujian asumsi klasik. Tahapan ini tidak hanya berfungsi sebagai syarat formalitas, tetapi juga berperan penting untuk menjamin bahwa model yang dibangun benar-benar dapat merepresentasikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara akurat. Tanpa pengujian asumsi klasik, interpretasi terhadap koefisien regresi bisa menjadi menyesatkan dan prediksi yang dihasilkan berpotensi bias atau tidak tepat.

1. Uji Normalitas

Salah satu syarat utama dalam analisis regresi adalah normalitas residual. Pengujian normalitas ini bertujuan untuk memverifikasi apakah sisa (residual) dari model regresi memiliki distribusi yang menyerupai distribusi normal. Keberadaan distribusi normal pada residual penting karena akan mempengaruhi validitas uji statistik yang digunakan, seperti uji t dan uji F. Salah satu prosedur yang sering digunakan untuk mengecek normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05, maka residual dapat dianggap menyebar normal, yang berarti tidak ada perbedaan signifikan dengan distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka ada indikasi kuat bahwa residual tidak mengikuti distribusi normal.⁴⁵

2. Uji Multikolinearitas

Selain normalitas, masalah multikolinearitas juga menjadi perhatian penting dalam analisis regresi. Multikolinearitas terjadi apabila terdapat korelasi yang sangat tinggi di antara variabel independen. Kondisi ini dapat menyebabkan interpretasi koefisien regresi menjadi kabur, karena sulit untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Salah satu cara umum untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF melebihi angka 10, maka dapat disimpulkan adanya masalah multikolinearitas yang cukup serius dalam model. Sebaliknya, jika nilai VIF berada di bawah 10, maka model dinyatakan bebas dari multikolinearitas, sehingga peneliti dapat

⁴⁵ Saifuddin Azwar. *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015). 79.

lebih yakin bahwa setiap variabel independen memiliki kontribusi yang jelas dan dapat diinterpretasikan dengan lebih tepat.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas juga termasuk ke dalam tahap penting yang harus diperhatikan. Heteroskedastisitas menggambarkan adanya perbedaan varians dari residual pada berbagai tingkat variabel independen. Jika varians residual bersifat seragam di seluruh rentang nilai variabel independen, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variansnya bervariasi atau tidak konstan, maka disebut heteroskedastisitas. Keberadaan heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien dan kesimpulan yang diambil menjadi kurang tepat. Salah satu pendekatan yang sering digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah metode Glejser, dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila terdapat hubungan yang signifikan, maka dapat diindikasikan adanya heteroskedastisitas.⁴⁶

J. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan linier antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen secara simultan. Dengan teknik ini, peneliti dapat memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan kombinasi dari nilai variabel independen yang digunakan. Tidak hanya sebatas memprediksi, regresi berganda juga berguna untuk mengevaluasi seberapa besar kontribusi masing-masing

⁴⁶ Syahaya, Jumara Tori, et al. "Peran Financial Literacy dan Overconfidence dalam Pengambilan Keputusan Investasi: Suatu Tinjauan Kuantitatif." *Journal of Innovation in Management, Accounting and Bussines* 3.1 (2024): 36-45. <https://doi.org/10.56916/jimab.v3i1.565>

variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Model regresi ini dituangkan dalam bentuk persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Penggunaan

a = Bilangan konstan

$b_1 - b_2 - b_3$ = Koefisien regresi berganda

X_1 = Variabel Pengetahuan

X_2 = Variabel Sikap Keuangan

X_3 = Variabel Manfaat

e = Standar error

K. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, ketepatan fungsi regresi dari sampel dalam memperkirakan nilai sebenarnya dapat dievaluasi melalui *Goodness of Fit*. Secara statistik, hal ini biasanya ditinjau dari nilai koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Suatu hasil pengujian dianggap signifikan secara statistik apabila nilai statistiknya berada dalam wilayah penolakan H_0 . Sebaliknya, apabila berada di luar wilayah tersebut, maka hasilnya dikategorikan tidak signifikan atau H_0 diterima.⁴⁷

Pengujian Hipotesis:

1. Uji Parsial (T)

Uji t dimanfaatkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, serta digunakan dalam pengujian hipotesis untuk setiap variabel. Prosedur pengujiannya dimulai

⁴⁷ Kusumadilaga, Rimba. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", Diss. Perpustakaan FE UNDIP, 45.

dengan merumuskan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), dengan tingkat signifikansi yang umum digunakan sebesar 5% atau 0,05. Kesimpulan dari pengujian ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (sig) dibandingkan dengan α sebesar 5%.⁴⁸

2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan investigasi perbedaan (ANOVA). H_0 , menyiratkan tidak ada dampak bersamaan dari faktor bebas terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen keduanya terkena dampak secara bersamaan. Tingkat kepentingan 5% ($\alpha = 0,05$) digunakan. (H_i) diterima dan (H_0) ditolak jika tingkat signifikansinya kurang dari. Sebaliknya, jika tingkat kepentingan melampaui α , maka yang tidak valid (H_0) diakui dan (H_i) ditolak.

L. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, yang dilambangkan dengan R^2 , merupakan salah satu indikator penting dalam analisis regresi. Nilai ini memberikan gambaran seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variasi yang terjadi pada variabel terikat. Artinya, R^2 menunjukkan proporsi dari total variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi.

Secara matematis, nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Jika R^2 mendekati angka 0, hal ini berarti kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat sangat rendah atau bahkan tidak ada hubungan sama

⁴⁸ Imron, Imron. "Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang." *Indonesian journal on software engineering (IJSE)* 5.1 (2019): 19-28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

sekali. Sebaliknya, apabila R^2 mendekati nilai 1, maka model tersebut memiliki kekuatan prediksi yang sangat tinggi, menandakan bahwa hampir seluruh variasi pada variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Dengan demikian, semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model dalam merepresentasikan hubungan antara kedua jenis variabel tersebut.⁴⁹

⁴⁹ Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, (Cet-I; Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), 56.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu memiliki latar belakang sejarah yang cukup panjang dan berakar dari cita-cita pendirian perguruan tinggi Islam di wilayah Sulawesi Tengah. Inisiatif awal dimulai pada bulan Mei tahun 1996 dengan dibentuknya panitia persiapan pendirian IAIN Palu. Meskipun saat itu belum memperoleh dukungan penuh dari Kementerian Agama secara nasional, upaya ini tetap berlanjut. Dua fakultas berhasil dirintis, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin, yang menjadi bagian dari cabang IAIN Alauddin Ujung Pandang sekarang dikenal sebagai UIN Alauddin Makassar.

Perjalanan penting ini ditandai dengan peresmian kedua fakultas pada tahun 1969 oleh Mayor Jenderal TNI Ahmad Hafiluddin Djojoadikusumo, yang bertindak atas nama Menteri Agama pada masa itu. Selanjutnya, pada tahun 1984, status kedua fakultas tersebut mengalami peningkatan menjadi Fakultas Madya, menandai kemajuan kelembagaan dalam pengembangan pendidikan Islam di kawasan tersebut.

Langkah penting dalam perjalanan institusi ini terjadi pada 21 Maret 1997. Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997, dua fakultas yang sebelumnya berstatus cabang resmi diubah menjadi lembaga pendidikan tinggi yang berdiri sendiri dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Datokarama Palu. Nama “Datokarama” dipilih sebagai bentuk penghormatan terhadap tokoh lokal yang diyakini sebagai penyebar Islam pertama di Lembah Palu, menggambarkan kedekatan antara nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal dalam identitas institusi ini.

Perubahan tersebut tidak hanya menunjukkan kemandirian institusi secara administratif, tetapi juga mempertegas posisi STAIN sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam yang berkomitmen terhadap pembangunan masyarakat lokal dan pengembangan ilmu pengetahuan berbasis nilai-nilai religius dan budaya setempat.

Perjalanan transformasi kelembagaan terus berlanjut hingga tahun 2013, ketika STAIN Datokarama Palu resmi beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Datokarama Palu melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2013. Perubahan ini menjadi titik awal bagi perluasan kapasitas akademik dan kelembagaan.

Puncak perkembangan dicapai pada tanggal 17 Juli 2021 dengan terbitnya Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021, yang mengesahkan perubahan IAIN menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Perubahan status ini membuka ruang bagi pengembangan program studi lintas disiplin, tidak hanya terbatas pada studi Islam, tetapi juga meluas ke bidang-bidang ilmu umum seperti sains, teknologi, dan sosial humaniora. Dengan semangat baru ini, UIN Datokarama Palu semakin memperkuat perannya dalam mencetak lulusan yang berintegritas, kompeten, dan mampu berkontribusi terhadap pembangunan nasional, khususnya di kawasan Sulawesi Tengah yang kaya akan potensi dan nilai-nilai lokal.

2. Visi dan Misi UIN Datokarama Palu

a. Visi

“Mengembangkan kajian Islam moderat yang berbasis pada integrasi ilmu, spiritualitas dan kearifan lokal”.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan tinggi Islam yang menghubungkan berbagai cabang keilmuan secara terpadu.

- 2) Mendorong kajian Islam yang bersifat terbuka dan toleran melalui pendekatan inter-, multi-, serta transdisipliner.
- 3) Memperkuat pembentukan kepribadian melalui nilai-nilai budaya, seni, dan kebijaksanaan lokal sebagai fondasi karakter.
- 4) Mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dan membina spiritualitas sesuai ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

3. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana Muslim yang mampu memberikan kontribusi nyata serta mengembangkan potensi unggul berbasis nilai budaya lokal.
- 2) Membentuk lulusan yang memiliki kedalaman iman, akhlak terpuji, keahlian profesional, serta wawasan keilmuan dan teknologi yang sejalan dengan prinsip Islam yang moderat.
- 3) Mewujudkan tata kelola institusi yang efektif, transparan, dan berorientasi pada sistem kepemimpinan yang sehat dan efisien.
- 4) Menjalin kerja sama strategis dengan berbagai mitra di tingkat daerah, nasional, hingga internasional.

B. Gambaran Umum *E-wallet* di Indonesia

1. Pengertian *E-wallet* (Dompet Elektronik)

E-wallet atau dompet digital merupakan sarana berbasis teknologi yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam menyimpan dana dan melakukan transaksi keuangan melalui perangkat mobile. Layanan ini berfungsi menggantikan fungsi dompet tradisional, karena pengguna tidak perlu lagi membawa uang fisik atau kartu pembayaran saat melakukan pembelian barang maupun jasa. Melalui aplikasi *e-wallet*, pengguna dapat menyelesaikan berbagai transaksi, seperti membayar di toko fisik atau daring, mengirim dana, serta menerima pembayaran, hanya dengan memanfaatkan fitur seperti pemindaian kode QR atau metode digital lainnya.

Merujuk pada ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Pasal 1 Ayat 7 tentang Pemrosesan Transaksi Pembayaran, dompet digital didefinisikan sebagai layanan elektronik yang menyimpan data dari alat pembayaran, baik berupa kartu maupun uang digital, yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi keuangan. Saat ini, berbagai penyedia layanan keuangan telah mengembangkan sistem *e-wallet* yang dapat diakses melalui smartphone, cukup dengan koneksi internet.⁵⁰ *E-wallet* sendiri merupakan bagian dari inovasi keuangan berbasis teknologi, atau biasa dikenal dengan istilah financial technology (fintech). Fintech memberikan solusi digital yang mendukung efisiensi, kenyamanan, serta keamanan dalam proses pembayaran, sekaligus berperan dalam memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal, sehingga mendorong kemajuan inklusi keuangan di berbagai lapisan.⁵¹

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* merupakan dompet digital yang menggantikan dompet fisik dalam transaksi pembayaran sehari-hari dengan memanfaatkan teknologi fintech untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi.

2. Cara Kerja *E-wallet* Sebagai Alat Pembayaran Digital

Secara umum, *e-wallet* atau dompet elektronik adalah sebuah sistem digital yang memungkinkan pengguna menyimpan uang dalam bentuk non-fisik untuk keperluan pembayaran yang tidak mengandalkan uang tunai. Dalam pengoperasiannya, *e-wallet* bekerja melalui beberapa tahapan:

⁵⁰ Sukmawati, Kartika, and Dionysia Kowanda. "Keputusan penggunaan *e-wallet* gopay berdasarkan pengaruh keamanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1.05 (2022): 66-72.

⁵¹ Sriyono, Sriyono, et al. "Efektifitas Penggunaan Fintech (*E-wallet*) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial." *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 6.2 (2023): 153-161.

1. Pengisian Saldo (*Top-Up*)

Pengguna harus memiliki akun pada aplikasi *e-wallet* tertentu. Setelah itu, mereka bisa menambahkan saldo ke dalam akun tersebut menggunakan beberapa pilihan, seperti transfer melalui rekening bank, penggunaan kartu debit maupun kredit, atau melalui layanan pengisian di gerai mitra yang telah terintegrasi.

2. Penyimpanan dan Keamanan

Saldo elektronik dan data pembayaran pengguna (misalnya, detail kartu yang ditautkan) disimpan secara terenkripsi dan aman dalam sistem *e-wallet*. Akses ke dana dan transaksi dilindungi oleh otentikasi biometrik (sidik jari/wajah) atau PIN yang ditetapkan pengguna, memastikan keamanan data dan mencegah akses tidak sah.

3. Proses Transaksi

1. Pembayaran Online : pengguna memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran di platform *e-commerce* atau aplikasi, lalu mengkonfirmasi transaksi dengan PIN atau otentikasi biometrik.

2. Pembayaran Offline : umumnya dilakukan melalui pemindaian kode QR (seperti QRIS di Indonesia) atau teknologi NFC (*Near Field Communication*). Pengguna memindai kode QR *merchant* ke terminal NFC, memasukkan jumlah dan mengkonfirmasi pembayaran.

3. Transfer Dana : pengguna dapat mengirimkan saldo *e-wallet* kepada pengguna lain atau ke rekening bank melalui fitur transfer yang tersedia.

Seluruh transaksi tercatat secara real-time, memberikan riwayat keuangan yang transparan bagi pengguna. *E-wallet* berfungsi sebagai perantara digital yang memfasilitasi transaksi yang cepat, efisien dan aman serta mengurangi ketergantungan pada penggunaan uang tunai fisik.

3. Jenis-jenis *E-wallet*

Di zaman modern sekarang ini, masyarakat perkotaan dituntut untuk selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, salah satunya melalui penggunaan fitur *e-wallet*. Saat ini, terdapat beberapa jenis *e-wallet* yang telah dikenal luas dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya oleh mahasiswa UIN Datokarama Palu. Beberapa dompet digital yang populer dan sering dipakai antara lain adalah sebagai berikut:⁵²

a. GoPay

Gopay adalah sebuah layanan uang elektronik yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi keuangan di dalam ekosistem aplikasi Go-Jek. Selain terintegrasi dengan layanan Go-Jek, Gopay juga dapat dimanfaatkan secara mandiri oleh pengguna maupun mitra pengemudi untuk melakukan pembayaran, baik secara daring maupun langsung, dengan berbagai mitra usaha yang telah menjalin kerja sama dengan Gojek. Popularitas Gopay dapat dilihat dari tingginya angka unduhan aplikasi Go-Jek, yang menjadikannya salah satu opsi pembayaran digital yang banyak diminati oleh masyarakat.⁵³

Layanan *e-wallet* GoPay dilengkapi dengan berbagai fitur unggulan, diantaranya :

1. Pembayaran di merchant online dan offline menggunakan QRIS.
2. Transfer saldo gratis hingga 100 kali per bulan ke sesama pengguna GoPay maupun ke rekening bank.
3. Top up saldo mudah melalui berbagai metode seperti ATM, internet banking dan minimarket.

⁵² Berliana, Ervina. "Analisis Dampak Penggunaan E-wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pekalongan Kec. Pekalongan Kab. Lampung Timur)." Diss. IAIN Metro, 2023. 13.

Aulia, Sisca. "Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital." *Jurnal komunikasi* 12.2 (2020): 311.

4. Fitur PayLater untuk bertransaksi sekarang dan bayar nanti dengan cicilan ringan.
5. Melakukan pembayaran untuk tagihan listrik, air, internet, pulsa, serta berbagai produk digital lainnya.
6. Penarikan saldo ke rekening bank atau ATM BCA tanpa kartu.
7. GoPay Feed untuk berbagi momen transaksi dan mendapatkan promo serta cashback.
8. Pengaturan keamanan akun dengan PIN, fingerprint, dan face recognition.
9. Integrasi dengan sistem Gojek dan Tokopedia untuk berbagai layanan seperti GoFood, GoRide dan belanja online.

b. DANA

DANA termasuk salah satu *e-wallet* yang populer di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa UIN Datokarama Palu. Aplikasi dompet digital ini diluncurkan pada tahun 2018 dan berhasil menarik banyak pengguna berkat berbagai fitur serta kemudahan dalam pemakaiannya.

Menurut data dari laporan Populix Dana menduduki posisi kedua setelah ShopeePay pada tahun 2025 sebagai *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh konsumen generasi Z dan milenial di Indonesia adalah DANA. Aplikasi dompet digital ini hadir berkat kolaborasi antara EMTEK Group dan ANT Financial.

Layanan *e-wallet* Dana dilengkapi dengan berbagai fitur unggulan, antara lain:

1. Kemudahan transaksi berbagai kebutuhan seperti bayar tagihan listrik, air, telepon, beli pulsa, tiket dan belanja online/offline dalam satu aplikasi.
2. Pembayaran dengan QR Code yang cepat dan praktis di banyak merchant.

3. Fitur Dana Goals untuk menabung dan mengatur keuangan sesuai tujuan seperti dana darurat atau liburan.
4. Transfer uang gratis ke sesama pengguna dan ke rekening bank dengan biaya rendah atau gratis hingga kuota tertentu.
5. Keamanan berlapis PIN, biometrik sidik jari dan face recognition, serta perlindungan 100% uang kembali untuk transaksi bermasalah (Dana Protection).
6. Promo, diskon, dan cashback menarik untuk berbagai transaksi.
7. Fitur interaktif seperti Dana Kaget untuk kirim saldo kejutan ke teman atau keluarga.

c. ShopeePay

ShopeePay merupakan layanan dompet digital yang dikembangkan oleh SeaMoney, perusahaan induk dari Shopee, dan telah memperoleh lisensi resmi dari Bank Indonesia sejak Agustus 2018. Melalui layanan ini, pengguna dapat melakukan beragam transaksi daring, termasuk pembayaran saat melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee. Saat ini, ShopeePay juga telah bekerja sama dengan sejumlah gerai atau merchant fisik, sehingga memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi langsung menggunakan metode pemindaian kode QR sesuai standar Quick Response Indonesia Standard (QRIS).⁵⁴

Layanan ShopeePay dilengkapi dengan berbagai fitur unggulan, antara lain :

1. Pembayaran cepat dan mudah menggunakan QRIS di ribuan merchant offline maupun online.
2. Gratis transfer saldo ke rekening bank dan *e-wallet* lain hingga beberapa kali per bulan.

⁵⁴ Hawari, Ajrina Putri, and Kartini Harahap. "Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan *E-wallet* ShopeePay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan." *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia* 2.01 (2023): 27-40.

3. Top up saldo mudah melalui berbagai metode, termasuk transfer bank dan gerai ritel, dengan biaya admin gratis untuk beberapa kali isi saldo.
4. SpayLater, fitur beli sekarang bayar nanti dengan cicilan fleksibel yang diawasi OJK.
5. Promo cashback dan diskon menarik untuk setiap transaksi.
6. Keamanan transaksi dengan PIN dan verifikasi yang kuat.
7. Penyimpanan pengembalian dana (refund) dari transaksi Shopee secara otomatis di ShopeePay.

d. OVO

OVO adalah salah satu platform dompet digital yang dikembangkan untuk mempermudah proses transaksi non-tunai secara elektronik. Aplikasi ini menawarkan dua jenis layanan utama, yakni OVO Cash dan OVO Points. OVO Cash berfungsi sebagai saldo digital yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai jenis pembayaran tanpa perlu menggunakan uang secara langsung. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat mengecek jumlah saldo, melakukan top-up melalui berbagai metode seperti kartu debit, kartu kredit, ATM, layanan perbankan digital, maupun melalui mitra merchant. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan pembayaran, berinvestasi, mengakses berbagai penawaran menarik, serta meninjau catatan transaksi yang telah dilakukan. Untuk metode pembayaran, OVO mendukung dua cara utama, yakni dengan memindai kode batang (barcode) dan menggunakan nomor ponsel. Antarmuka aplikasi OVO terbagi menjadi lima menu utama, yaitu Beranda, Promo, Keuangan, Dompet, dan Riwayat.⁵⁵

⁵⁵ Meidawati, Neni. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet* Ovo sebagai Alat Transaksi." (2020).

Layanan OVO dilengkapi dengan berbagai macam fitur unggulan, yaitu:

- 1) OVO Points, program loyalitas yang memberikan poin dari setiap transaksi, bisa ditukar untuk pembayaran atau promo menarik.
- 2) OVO Invest, fitur investasi yang memungkinkan pengguna membeli reksadana langsung dari aplikasi dengan modal kecil.
- 3) OVO Nabung, tabungan digital dengan bunga hingga 5% per tahun tanpa biaya administrasi dan tanpa batas saldo minimum.
- 4) Transfer uang antarbank, Fasilitas pemindahan saldo ke rekening bank maupun antar pengguna OVO yang dilakukan secara praktis dan efisien, khususnya untuk pengguna OVO Premier.
- 5) Pembayaran tagihan dan layanan keuangan diantaranya bayar listrik, internet, BPJS serta akses investasi dan donasi langsung dari aplikasi.

4. Keunggulan dan Kekurangan *E-wallet*

a. Keunggulan *E-wallet*

Apabila dibandingkan antara penggunaan uang cash maupun alat elektronik pembayaran non tunai lainnya, maka *e-wallet* berbasis server ini menawarkan berbagai kelebihan, antara lain : ⁵⁶

1) Kemudahan, praktis dan efisien

E-wallet sangat praktis digunakan untuk berbagai aktivitas keuangan seperti membayar tagihan, mengirim dana, dan berbelanja secara online hanya melalui perangkat ponsel. Masyarakat tidak lagi diwajibkan membawa uang tunai ataupun kartu ATM maupun kartu kredit saat bepergian, karena transaksi dapat dilakukan secara fleksibel kapan pun dan di mana pun.

2) Kecepatan transaksi

⁵⁶ Suyanto, *Mengenai Dompert Digital Di Indonesia*. 23.

Salah satu manfaat utama dari penggunaan *e-wallet* adalah kecepatan dan efisiensi pengguna dalam melakukan transaksi. Pengguna dapat melakukan pembayaran di sejumlah merchant secara cepat dan praktis.

3) Fleksibilitas

Dompot digital non-bank memfasilitasi pengguna dalam menjalankan berbagai jenis transaksi secara praktis, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga transfer dana ke pihak lain.

4) Program loyalti dan diskon

Dengan semakin meluasnya penggunaan dompet digital, para penyedia layanan *e-wallet* berlomba-lomba menghadirkan program loyalitas dan penawaran diskon eksklusif bagi penggunanya. Program ini biasanya memberikan manfaat seperti cashback dan poin hadiah untuk setiap transaksi yang dilakukan menggunakan *e-wallet*.

5) Keamanan

Dompot digital yang bukan berasal dari bank dilengkapi dengan sistem keamanan tinggi, seperti penggunaan teknologi enkripsi, verifikasi PIN, serta autentikasi biometrik seperti pemindaian wajah dan sidik jari. Di samping itu, pengguna dapat mengakses riwayat transaksi secara real-time melalui aplikasi, yang membantu mengurangi kemungkinan penyalahgunaan atau tindakan penipuan.

b. Kekurangan *E-wallet*

Di samping berbagai kelebihan, *e-wallet* tidak terlepas dari sejumlah kelemahan, di antaranya: ⁵⁷

1. Layanan terbatas

Jumlah merchant yang bekerja sama dengan layanan *e-wallet* masih belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara menyeluruh. Akibatnya, masyarakat tetap harus menggunakan uang tunai untuk

⁵⁷ Lestari, Muji, Ahmad Soleh, and Suswati Nasution. "The Effect of *E-wallet* and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 4.1 (2023): 1-10, <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1.1117>.

melakukan transaksi di gerai-gerai yang belum bekerja sama dengan penyedia layanan *e-wallet*.

2. Ada biaya Transaksi

Sebagian *e-wallet* masih mengenakan biaya administrasi untuk setiap transaksi yang dilakukan. Besaran biaya tersebut bervariasi tergantung pada masing-masing penyedia *e-wallet*.

C. Deskripsi Responden dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa UIN Datokarama Palu yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 23, Lere, Kecamatan Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah 944221. Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa pengguna aplikasi *e-wallet* sebagai sampel penelitian. Peneliti mendistribusikan kuesioner kepada sampel yang menjadi objek studi dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuisiонер Disebar	Kuisiонер Kembali	Kuisiонер Diolah	Presentase (%)
100	100	100	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian. 2025

Pada Bab III, Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden, yaitu mahasiswa UIN Datokarama Palu.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Tabel 4.2 memperlihatkan bahwa dari 100 responden yang menjadi sampel penelitian, mayoritas adalah perempuan sebanyak 68 orang (68%), sementara laki-laki berjumlah 32 orang (32%).

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
18-20	12	12%
21-23	88	88%
24-26	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa kelompok usia responden terbanyak dalam penelitian ini adalah 18-20 tahun, dengan jumlah 12 responden atau 12%. Frekuensi kedua terletak pada usia 21-23 tahun yaitu 88 responden (88%). Sementara itu, tidak terdapat responden pada rentang usia 24-25 tahun dengan frekuensi sebanyak 0%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden adalah individu yang berada pada rentang usia dewasa muda awal dan merupakan mahasiswa aktif di UIN Datokarama Palu.

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
2021	74	74%
2022	13	13%
2023	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Dari tabel 4.4 terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari Angkatan 2021, yaitu sebanyak 74 orang atau 74%. Selanjutnya, responden dari Angkatan 2022 berjumlah 13 orang (13%). Dan diposisi terakhir, pada Angkatan 2023 berjumlah 13 orang (13%).

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	Presentase (%)
FASYA	14	14%
FEBI	29	29%
FTIK	34	34%
FUAD	23	23%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Tabel 4.5 menyajikan data jumlah responden berdasarkan fakultas. Diketahui bahwa fakultas dengan jumlah responden terbanyak adalah FTIK, yaitu sebanyak 34 orang atau setara dengan 34% dari total responden. Selanjutnya, responden dari fakultas FEBI berjumlah 29 (29%), disusul oleh fakultas FUAD berjumlah 23 (23%). Dan yang paling sedikit berasal dari fakultas FASYA berjumlah 14 (14%).

D. Deskripsi Variabel X dan Y

Setelah data berhasil ditabulasi dengan rapi, langkah berikutnya adalah menganalisis tanggapan responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian, yaitu Pengetahuan, Sikap Keuangan, dan Persepsi Manfaat sebagai variabel independen, serta Keputusan Menggunakan *E-wallet* sebagai alat transaksi digital sebagai variabel dependen. Selanjutnya, dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari setiap tanggapan responden. Untuk mempermudah interpretasi nilai rata-rata tersebut, terlebih dahulu perlu ditentukan interval penilaian.

Tabel 4.6
Deskripsi Hasil Variabel “Pengetahuan” (X1)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	X1.P1	0	3	19	55	23	398	100	3,98
		0%	3%	19%	55%	23%			
2	X1.P2	1	6	44	40	9	350	100	3,50
		1%	6%	44%	40%	9%			
3	X1.P3	1	3	38	46	12	365	100	3,65
		1%	3%	38%	46%	12%			
4	X1.P4	2	7	20	56	15	375	100	3,75
		2%	7%	20%	56%	15%			
5	X1.P5	2	0	15	56	27	406	100	4,06
		2%	0%	15%	56%	27%			

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Hasil pengolahan data untuk variabel pengetahuan (X1) memperlihatkan beragam tanggapan responden terhadap pernyataan pertama. Sebanyak 23 orang menyatakan pendapatnya dalam kategori “sangat setuju”, kemudian 55 responden memilih “setuju”, sementara 19 orang berada pada posisi “netral”. Selain itu, terdapat 3 orang yang memilih “tidak setuju”, dan tidak terdapat responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Total skor kumulatif dari jawaban ini tercatat sebesar 398, menghasilkan nilai rata-rata 3,98. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan positif terhadap pernyataan tersebut, yang mengindikasikan tingkat penerimaan yang relatif tinggi.

Pada pernyataan kedua, terdapat 9 responden yang menyatakan “sangat setuju”, diikuti oleh 40 responden yang memilih “setuju”. Sebanyak 44 responden menunjukkan sikap “netral”, sementara 6 orang memilih “tidak setuju”, dan 1 orang memberikan jawaban “sangat tidak setuju”. Dari

keseluruhan tanggapan, terkumpul skor total sebanyak 350, dengan rata-rata skor sebesar 3,50. Nilai rata-rata ini merefleksikan bahwa pendapat responden masih tergolong sedang, karena masih banyak yang memilih berada di posisi netral.

Selanjutnya, pada pernyataan ketiga, 12 orang mendukung dengan jawaban “sangat setuju”, sedangkan 46 responden memilih “setuju”. Responden yang bersikap “netral” berjumlah 38 orang, kemudian 3 responden menyatakan “tidak setuju”, dan 1 orang memberikan jawaban “sangat tidak setuju”. Jumlah skor gabungan dari seluruh jawaban responden adalah 365, dengan nilai rata-rata yang tercatat sebesar 3,65. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden cenderung cukup baik, meskipun masih terdapat kelompok yang memilih bersikap netral.

Pada pernyataan keempat, hasil distribusi tanggapan menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang menjawab “sangat setuju”, kemudian 56 responden memilih “setuju”. Sebanyak 20 orang berada di posisi “netral”, disusul 7 orang yang memilih “tidak setuju”, dan 2 orang menjawab “sangat tidak setuju”. Akumulasi skor keseluruhan mencapai 375, dengan rata-rata skor 3,75. Angka rata-rata ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan yang relatif positif terhadap pernyataan tersebut, walaupun masih terdapat sebagian kecil yang meragukan.

Terakhir, untuk pernyataan kelima, jumlah responden yang menyatakan “sangat setuju” sebanyak 27 orang, diikuti oleh 56 orang yang memilih “setuju”. Sebanyak 15 orang memilih sikap “netral”, sementara tidak ada responden yang menyatakan “tidak setuju”, dan 2 orang memberikan jawaban “sangat tidak setuju”. Total skor yang berhasil dihimpun adalah 406, dengan rata-rata nilai sebesar 4,06. Nilai rata-rata ini mencerminkan tingkat kesepakatan yang cukup tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan kelima mendapatkan penerimaan yang sangat baik dari sebagian besar responden.

Tabel 4.7
Deskripsi Hasil Variabel “Sikap Keuangan” (X2)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	X2.P1	2	2	11	67	18	397	100	3,97
		2%	2%	11%	67%	18%			
2	X2.P2	0	2	12	64	22	430	100	4,30
		0%	2%	12%	64%	22%			
3	X2.P3	1	3	21	55	20	390	100	3,90
		1%	3%	21%	55%	20%			
4	X2.P4	3	24	18	38	17	342	100	3,42
		3%	24%	18%	38%	17%			
5	X2.P5	1	3	14	43	39	416	100	4,16
		1%	3%	14%	43%	39%			
6	X2.P6	0	1	8	31	60	450%	100	4,50
		0%	1%	8%	31%	60%			
7	X2.P7	1	0	7	29	63	453	100	4,53
		1%	0%	7%	29%	63%			
8	X2.P8	0	13	60	23	4	318	100	3,18
		0%	13%	60%	23%	4%			
9	X2.P9	0	2	40	50	8	364	100	3,64
		0%	2%	40%	50%	8%			

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, respons peserta terhadap pernyataan pertama dalam variabel sikap keuangan (X2) menunjukkan bahwa mayoritas berada pada tingkat persetujuan tinggi. Secara rinci, terdapat 18 individu yang memberikan tanggapan pada skala “sangat setuju”, disusul oleh 67 responden yang berada pada posisi “setuju”. Sementara itu, 11 orang memberikan jawaban “netral”, dan masing-masing 2 responden memilih skala “tidak setuju” dan “sangat

tidak setuju”. Jumlah akumulasi nilai dari jawaban para responden untuk pernyataan ini mencapai 397, sehingga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,97.

Melanjutkan pada pernyataan kedua, kecenderungan positif terhadap sikap keuangan semakin terlihat jelas. Terdapat 22 orang yang memilih “sangat setuju”, sementara pilihan “setuju” dipilih oleh 64 orang. Sebanyak 12 responden bersikap “netral”, dan hanya 2 orang yang memilih “tidak setuju”. Menariknya, tidak satu pun responden menyatakan sikap “sangat tidak setuju” terhadap pernyataan ini. Jumlah skor secara keseluruhan adalah 430, dengan perolehan rata-rata sebesar 4,30.

Pada pernyataan ketiga, persebaran jawaban lebih variatif. Tercatat 20 responden menyatakan “sangat setuju”, sedangkan yang memilih “setuju” sebanyak 55 orang. Pilihan “netral” dipilih oleh 21 orang, diikuti oleh 3 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 1 orang yang memberikan respons “sangat tidak setuju”. Total keseluruhan skor dari jawaban tersebut adalah 390, menghasilkan rata-rata nilai sebesar 3,90.

Untuk pernyataan keempat, jawaban responden mulai menunjukkan keragaman. Ada 17 orang yang berada pada tingkat “sangat setuju”, 38 orang menyatakan “setuju”, dan 18 orang mengambil posisi “netral”. Sementara itu, cukup banyak responden yang memberikan respons negatif, yaitu 24 orang memilih “tidak setuju”, dan 3 orang menyatakan “sangat tidak setuju”. Jumlah total skor yang dihasilkan adalah 342, dan menghasilkan rata-rata sebesar 3,42.

Lanjut ke pernyataan kelima, tanggapan positif dari responden kembali mendominasi. Tercatat 39 orang menyatakan “sangat setuju”, 43 orang memilih “setuju”, sementara 14 lainnya bersikap “netral”. Hanya 3 orang yang memilih “tidak setuju”, dan 1 orang memilih “sangat tidak setuju”. Dari hasil akumulasi, skor total yang diperoleh adalah 416 dan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,16.

Tanggapan untuk pernyataan keenam, menunjukkan angka yang cukup tinggi pada kategori persetujuan tertinggi. Sebanyak 60 responden memilih “sangat setuju”, 31 orang menjawab “setuju”, dan 8 lainnya menyatakan “netral”. Hanya 1 orang yang menyatakan ketidaksetujuan melalui pilihan “tidak setuju”, dan tidak

ada responden yang memilih “sangat tidak setuju”. Nilai total yang terkumpul dari jawaban ini adalah 450, dengan rata-rata 4,50.

Adapun pada pernyataan ketujuh, terdapat 63 individu yang memberikan respons “sangat setuju”, diikuti oleh 29 orang yang memilih “setuju”, serta 7 orang yang menjawab “netral”. Tidak terdapat responden yang memilih “tidak setuju”, sementara hanya 1 orang yang memilih “sangat tidak setuju”. Total keseluruhan skor adalah 453, menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,53.

Untuk pernyataan kedelapan, dominasi respons berada pada skala “netral”, yaitu sebanyak 60 orang. Sementara itu, hanya 4 responden yang memilih “sangat setuju”, dan 23 orang menjawab “setuju”. Sebanyak 13 orang menyatakan “tidak setuju”, sedangkan pilihan “sangat tidak setuju” tidak dipilih oleh siapa pun. Skor akumulatif yang diperoleh mencapai 318, dengan nilai rata-rata sebesar 3,18.

Terakhir, pernyataan kesembilan, memperoleh tanggapan dari 8 responden yang memilih “sangat setuju”, 50 orang yang menyatakan “setuju”, dan 40 orang yang memilih “netral”. Adapun responden yang memberikan tanggapan “tidak setuju” berjumlah 2 orang, dan tidak ada yang memberikan respons pada skala “sangat tidak setuju”. Nilai akhir dari perolehan skor mencapai 364, sehingga menghasilkan rata-rata sebesar 3,64.

Tabel 4.8

Deskripsi Hasil Variabel “Persepsi Manfaat” (X3)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	X3.P1	1	5	35	49	10	362	100	3,62
		1%	5%	5%	49%	10%			
2	X3.P2	1	6	30	51	12	367	100	3,67
		1%	6%	30%	51%	12%			
3	X3.P3	1	4	28	49	18	379	100	3,79
		1%	4%	28%	49%	18%			
4	X3.P4	2	2	28	53	15	377	100	3,77

		2%	2%	28%	53%	15%			
5	X3.P5	0	6	59	27	8	337	100	3,37
		0%	6%	59%	27%	8%			
6	X3.P6	0	9	21	61	9	370	100	3,70
		0%	9%	21%	61%	9%			
7	X3.P7	0	1	8	47	44	434	100	4,34
		0%	1%	8%	47%	44%			

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan temuan dari proses pengumpulan data, diketahui bahwa pada butir pernyataan pertama dalam variabel Persepsi Manfaat (X3), sebanyak 10 partisipan memberikan penilaian “sangat setuju”, sementara 49 orang menyatakan “setuju”, 35 responden memilih sikap “netral”, 5 responden menjawab “tidak setuju”, dan hanya 1 orang yang menunjukkan sikap “sangat tidak setuju”. Jika diakumulasi, jumlah nilai yang diperoleh dari total responden mencapai 362, yang kemudian menghasilkan rata-rata sebesar 3,62.

Selanjutnya, untuk item pernyataan kedua pada variabel yang sama, tanggapan responden menunjukkan bahwa 12 individu memberikan respons “sangat setuju”, 51 lainnya memilih “setuju”, kemudian sebanyak 30 responden bersikap “netral”, 6 orang menyatakan “tidak setuju”, dan 1 responden menunjukkan ketidaksetujuan dalam tingkat “sangat tidak setuju”. Dari keseluruhan data, didapatkan skor total sebanyak 367, yang menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3,67.

Pada pernyataan ketiga, terjadi peningkatan dalam tingkat persetujuan yang lebih tinggi, di mana 18 responden menyampaikan bahwa mereka “sangat setuju”, sementara 49 orang memilih “setuju”, 28 lainnya memilih untuk berada di posisi “netral”, 4 responden menanggapi dengan “tidak setuju”, dan hanya 1 orang yang memberikan respons “sangat tidak setuju”. Akumulasi skor dari jawaban ini mencapai 379, dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 3,79.

Kemudian pada pernyataan keempat, persebaran tanggapan menunjukkan bahwa 15 orang merasa “sangat setuju”, 53 individu menyatakan “setuju”, 28 responden menjawab “netral”, sementara hanya 2 orang menyatakan “tidak setuju”,

dan 2 lainnya menanggapi dengan “sangat tidak setuju”. Total skor yang berhasil dikumpulkan dari butir ini adalah 377, dengan nilai rata-rata 3,77.

Untuk pernyataan kelima dalam variabel Persepsi Manfaat (X3), tercatat bahwa 8 responden menyatakan “sangat setuju”, kemudian 27 orang menunjukkan persetujuan dengan memilih “setuju”, mayoritas sebanyak 59 individu memberikan respons “netral”, 6 lainnya menjawab “tidak setuju”, dan tidak terdapat responden yang memilih “sangat tidak setuju”. Skor kumulatif dari data tersebut adalah 337, menghasilkan rata-rata nilai sebesar 3,37.

Sementara itu, pada pernyataan keenam, sebanyak 9 orang memilih opsi “sangat setuju”, 61 responden lainnya menunjukkan persetujuan dengan memilih “setuju”, 21 peserta survei menjawab “netral”, 9 lainnya tidak sependapat dan memilih “tidak setuju”, serta tidak ada yang memberikan respons pada tingkat “sangat tidak setuju”. Jumlah skor yang dikumpulkan dari seluruh respon mencapai 370, dengan rata-rata nilai sebesar 3,70.

Terakhir, pada pernyataan ketujuh, terlihat adanya dominasi sikap yang sangat positif dari para peserta survei. Sebanyak 44 orang menyampaikan pendapat “sangat setuju”, diikuti oleh 47 responden yang menjawab “setuju”, kemudian 8 individu memilih posisi “netral”, hanya 1 responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ditemukan tanggapan “sangat tidak setuju”. Total skor dari jawaban ini mencapai angka tertinggi yaitu 434, yang berarti rata-rata skornya sebesar 4,34.

Tabel 4.9

Deskripsi Hasil Variabel “Keputusan Penggunaan” (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	N	S	SS			
1	Y.P1	1	3	34	57	5	362	100	3,62
		1%	3%	34%	57%	5%			
2	Y.P2	0	3	24	60	13	383	100	3,83
		0%	3%	24%	60%	13%			
3	Y.P3	0	4	46	48	2	348	100	3,48

		0%	4%	46%	48%	2%			
4	Y.P4	1	1	32	55	11	374	100	3,74
		1%	1%	32%	55%	11%			

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan hasil pengolahan data, tanggapan responden terhadap pernyataan pertama pada variabel Keputusan Penggunaan (Y) menunjukkan persebaran yang cukup bervariasi. Dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 5 individu memberikan respons “sangat setuju”, kemudian 57 orang memilih “setuju”, sementara 34 responden menunjukkan sikap “netral”. Di sisi lain, hanya 3 orang yang menjawab “tidak setuju” dan 1 responden menyatakan “sangat tidak setuju”. Keseluruhan tanggapan tersebut menghasilkan skor kumulatif sebesar 362, dengan rata-rata skor sebesar 3,62, yang mengindikasikan kecenderungan positif meski masih terdapat keraguan dari sebagian responden.

Untuk pernyataan kedua, distribusi jawaban menunjukkan bahwa 13 partisipan berada pada skala “sangat setuju”, dan 60 orang menyatakan “setuju” terhadap isi pernyataan. Sementara itu, terdapat 24 responden yang memilih “netral”, serta 3 lainnya menjawab “tidak setuju”. Tidak terdapat satupun responden yang memberikan tanggapan pada skala “sangat tidak setuju”. Berdasarkan data ini, diperoleh total skor 383, yang selanjutnya menghasilkan rata-rata penilaian 3,83, menunjukkan tingkat penerimaan yang relatif tinggi terhadap isi pernyataan.

Sementara itu, pada pernyataan ketiga, terdapat 2 orang yang menilai “sangat setuju”, kemudian 48 responden berada pada kategori “setuju”, disusul oleh 46 individu yang memilih “netral”. Sebanyak 4 responden menyatakan “tidak setuju”, dan tidak ditemukan tanggapan pada kategori “sangat tidak setuju”. Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh jumlah skor 348, dan rata-rata yang terbentuk adalah 3,48, yang mencerminkan persepsi cenderung netral namun masih mendekati arah positif.

Terakhir, dalam pernyataan keempat, sebanyak 11 orang menyampaikan “sangat setuju”, kemudian 55 responden memilih “setuju”, serta 32 lainnya berada pada posisi “netral”. Hanya sedikit yang menunjukkan ketidaksetujuan, yaitu 1 responden untuk “tidak setuju” dan 1 lainnya menyampaikan “sangat tidak setuju”. Jumlah akumulatif skor yang dikumpulkan dari tanggapan ini adalah 374, dengan perolehan rata-rata nilai sebesar 3,74. Secara umum, hasil ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden cukup mendukung pernyataan tersebut.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengolah data berupa angka melalui teknik perhitungan statistik, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Pengetahuan, Sikap Keuangan, dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* sebagai alat transaksi digital di kalangan mahasiswa UIN Datokarama Palu.

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengevaluasi hubungan antara masing-masing item pernyataan dengan total skor dari variabel yang bersangkutan. Sebuah item dikatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel*. Apabila *r hitung* menunjukkan angka positif dan melampaui nilai *r tabel*, maka pernyataan tersebut dianggap sah sebagai alat ukur. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila seluruh pertanyaannya mampu menggambarkan variabel yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap responden mahasiswa UIN Datokarama Palu. Proses pengujian dilaksanakan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Adapun ketentuan yang digunakan dalam menilai validitas adalah sebagai berikut: jika *r hitung* lebih besar dari *r tabel*

(pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$), maka item kuesioner dianggap valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item tersebut tidak valid.

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Validitas	Item Pertanyaan	Person Correlation	R Tabel (0,05)	Keterangan
X1	1	0,751	0,195	Valid
	2	0,838		
	3	0,828		
	4	0,803		
	5	0,637		

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan Tabel 4.10, seluruh indikator pada Variabel Pengetahuan (X1) dinyatakan memenuhi kriteria validitas. Hal ini dikarenakan setiap nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan kata lain, nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir pernyataan berada di atas batas minimum yang telah ditentukan, yaitu lebih dari 0,195.

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Sikap Keuangan (X2)

Validitas	Item Pertanyaan	Person Correlation	R Tabel (0,05)	Keterangan
X2	1	0,787	0,195	Valid
	2	0,782		
	3	0,724		
	4	0,531		
	5	0,615		
	6	0,418		
	7	0,497		
	8	0,479		
	9	0,582		

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Merujuk pada Tabel 4.11, seluruh indikator pada variabel Sikap Keuangan (X2) dinyatakan valid. Hal ini karena suatu data dianggap valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel*. Dengan kata lain, nilai *Corrected Item-Total Correlation* dari setiap pernyataan melebihi batas minimum yang telah ditentukan, yaitu 0,195.

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X3)

Validitas	Item Pertanyaan	Person Correlation	R Tabel (0,05)	Keterangan
X3	1	0,865	0,195	Valid
	2	0,875		
	3	0,896		
	4	0,870		
	5	0,652		
	6	0,737		
	7	0,519		

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Mengacu pada Tabel 4.12, seluruh indikator dalam Variabel Persepsi Manfaat (X3) terbukti valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *r hitung* yang melebihi *r tabel*. Dengan kata lain, masing-masing item pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang berada di atas ambang batas minimum yang telah ditentukan, yakni lebih dari 0,195.

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Tabel (0,05)	Keterangan
Y	1	0,840	0,195	Valid
	2	0,808		
	3	0,745		
	4	0,841		

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Tabel 4.13 memperlihatkan bahwa seluruh indikator pada Variabel Keputusan Penggunaan (Y) telah memenuhi kriteria validitas. Hal tersebut terlihat dari nilai *r hitung* yang melebihi *r tabel*. Seluruh item pernyataan menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas ambang minimum yang disyaratkan, yaitu lebih dari 0,195.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner, mampu memberikan hasil yang konsisten dalam proses pengumpulan data. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan software SPSS, menggunakan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* (α) sebagai indikator stabilitas instrumen. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai α melebihi angka 0,60. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini merujuk pada nilai tersebut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Pengetahuan (X1)	,845	5	<i>Realibel</i>
Sikap Keuangan (X2)	,767	9	<i>Realibel</i>
Persepsi Manfaat (X3)	,893	7	<i>Realibel</i>
Keputusan Penggunaan (Y)	,825	4	<i>Realibel</i>

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Merujuk pada Tabel 4.14, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel menunjukkan hasil yang memuaskan, yakni: Variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,845; Variabel Sikap Keuangan (X2) sebesar 0,767; Variabel Persepsi Manfaat (X3) sebesar 0,893; dan Variabel Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0,825. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam instrumen kuesioner memenuhi syarat sebagai alat ukur yang konsisten dan dapat dipercaya.

F. Transportasi Data Menggunakan Methode Of Succesive Interval (MSI)

Transformasi MSI adalah metode yang digunakan untuk mengonversi data berskala ordinal ke interval melalui pendekatan konversi proporsi kumulatif tiap kategori ke nilai yang sesuai pada distribusi normal baku. Hasil transformasi data interval tersebut dapat dilihat pada lampiran.

G. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk menentukan apakah sampel yang diambil mengikuti distribusi normal.

Tabel 4.15
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.67878031
Most Extreme Differences	Absolute		.078
	Positive		.055
	Negative		-.078
Test Statistic			.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.137
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.139
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.130
		Upper Bound	.148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Tabel 4.15 memperlihatkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, di mana nilai asymp. Sig sebesar 0,137 yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, hal ini menunjukkan bahwa residual terstandarisasi mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengidentifikasi adanya keterkaitan yang kuat antar variabel independen yang dapat mengganggu kestabilan model regresi. Apabila hubungan tersebut cukup tinggi, maka bisa memunculkan permasalahan multikolinearitas. Untuk mendeteksinya, digunakan indikator nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Idealnya, nilai korelasi antara variabel berada di bawah angka 0,10. Apabila korelasi antar variabel menunjukkan nilai yang kuat, maka masalah multikolinearitas dianggap ada. Berikut ini adalah cara pendeteksian berdasarkan tabel yang disediakan:

Tabel 4.16

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367		
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001	.508	1.968
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009	.535	1.870
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001	.400	2.497

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Tabel 4.16 memperlihatkan bahwa variabel Pengetahuan (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,508 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,968 (< 10). Artinya tidak terdapat multikolinearitas pada variabel pengetahuan (X1). Sikap Keuangan (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,535 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,870 (< 10). Artinya tidak terdapat multikolinearitas pada variabel sikap keuangan. Kemudian, Persepsi Manfaat (X3) memiliki *Tolerance* sebesar 0,400 ($> 0,10$) dan VIF 2,497 (< 10) juga berada dalam batas normal, sehingga tidak terdapat multikolinearitas pada variabel persepsi manfaat. Kesimpulannya, tidak ditemukan adanya multikolinearitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, seluruh variabel independen layak untuk dimasukkan ke

dalam model regresi karena tidak saling mempengaruhi secara linear yang berlebihan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas termasuk dalam asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam regresi linear. Ketidakterpenuhan asumsi ini dapat menyebabkan model tidak layak dijadikan alat prediksi secara statistik.

Tabel 4.17
Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.125	.721		1.560	.122
	X1	.023	.047	.069	.486	.628
	X2	-.011	.029	-.055	-.394	.694
	X3	.007	.033	.034	.214	.831

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Tabel 4.17 memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai Sig. 0,628 > 0,05. Variabel sikap keuangan (X2) memiliki nilai Sig. 0,694 > 0,05. Kemudian, variabel persepsi manfaat (X3) memiliki nilai Sig. 0,831 > 0,05. Berdasarkan hasil analisis dari semua variabel independen, semua nilai Sig. lebih besar dari 0,05. Ini mengindikasikan hasil uji menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Ini berarti varian dari residual konstan atau homokedastisitas.

H. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dimanfaatkan untuk menguji dampak dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel bebas yang dianalisis meliputi Pengetahuan (X1), Sikap Keuangan (X2), dan Persepsi Manfaat (X3), sementara variabel dependen adalah Keputusan Penggunaan (Y). Pengujian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antar

variable memiliki arah hubungan yang positif maupun negatif. Data yang digunakan dalam analisis ini umumnya berada pada skala interval atau rasio. Untuk menjawab rumusan masalah sekaligus menguji hipotesis yang diajukan, penelitian ini menerapkan metode regresi linear berganda, lebih tepatnya menggunakan pendekatan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Melalui pendekatan ini, akan dianalisis pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun secara bersamaan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.18
Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan tabel 4.18 dengan nilai constant (-1,105) menunjukkan bahwa jika variabel X1, X2 dan X3 bernilai nol, maka keputusan penggunaan akan bernilai -1,105. Koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,289 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel X1 akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-wallet* (Y) sebesar 0,289 dengan asumsi variabel X2 dan X3 konstan. Kemudian, koefisien regresi variabel sikap keuangan (X2) sebesar 0,132 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel X2 akan meningkatkan variabel keputusan penggunaan *e-wallet* (Y) sebesar 0,132, dengan asumsi variabel X1 dan X3 konstan. Terakhir, koefisien regresi persepsi manfaat sebesar 0,227 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel X3 akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-wallet* (Y) sebesar 0,227, dengan asumsi variabel X1 dan X2 konstan.

Persamaan Regresi Analisis Linier Berganda adalah:

$$Y = -1,105 + 0,289 X1 + 0,132 X2 + 0,227 X3 + e$$

I. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T berfungsi untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Selain itu, uji ini juga digunakan untuk menguji hipotesis pada setiap variabel secara individual.

Tabel 4.19

Uji Hipotesis T

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.19 di atas menunjukkan hasil perhitungan statistik Uji T untuk variabel-variabel yang dimasukkan dalam model regresi sebagai berikut:

1. Data menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X1) diperoleh t-hitung 3,671 > t-tabel 1,984 dan nilai signifikansi (sig) 0,001 < 0,05 dengan ini menunjukkan bahwa Pengetahuan memiliki pengaruh yang berarti terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Temuan ini mencerminkan bahwa semakin besar pemahaman atau pengetahuan individu terkait *e-wallet* maka semakin tinggi pula mereka memutuskan menggunakan layanan tersebut. Dengan adanya pengetahuan yang baik, membuat seseorang lebih memahami manfaat, fitur dan cara penggunaan *e-wallet*, sehingga rasa percaya diri dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi tersebut meningkat.
2. Data menunjukkan bahwa variabel Sikap Keuangan (X2) diperoleh t-hitung 2,670 > t-tabel 1,984 dan nilai signifikansi (sig) 0,009 < 0,05 hal ini

mengindikasikan bahwa Sikap Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Dengan kata lain, semakin positif sikap keuangan seseorang, semakin besar pula kemungkinan ia menggunakan *e-wallet*. Artinya, ketika seseorang memiliki sikap keuangan yang positif (misalnya lebih terbuka terhadap inovasi finansial, memiliki kontrol diri dalam pengeluaran, atau berorientasi pada perencanaan keuangan), maka kecenderungan mereka untuk memutuskan menggunakan suatu produk atau layanan keuangan seperti *e-wallet* akan semakin tinggi.

3. Data menunjukkan bahwa Variabel Persepsi Manfaat (X3) diperoleh $t_{hitung} 4,121 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,001 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Dalam hal ini, jika seseorang mempersepsikan bahwa suatu produk atau layanan seperti *e-wallet* memberikan banyak manfaat, maka semakin kuat pula keputusan mereka untuk menggunakannya.

b. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh secara simultan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, guna mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Untuk menilai tingkat signifikansinya, dilakukan perbandingan antara nilai F hasil perhitungan (F hitung) dengan nilai F kritis (F tabel) pada taraf signifikansi 0,05.

Tabel 4.20

Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	526.846	3	175.615	60.424	<.001 ^b
	Residual	279.012	96	2.906		
	Total	805.858	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan Tabel 4.20 yang memuat hasil uji ANOVA (*Analysis of Variance*) atau uji F, diketahui bahwa tingkat signifikansi menunjukkan nilai F hitung sebesar 60,424 dengan Tingkat signifikansi sebesar < 0.001 . Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan, Sikap Keuangan, dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan telah tepat dalam merepresentasikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh simultan **DITOLAK** Hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan adanya pengaruh simultan **DITERIMA**. Maka model regresi layak digunakan untuk analisis karena signifikan secara simultan.

J. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dipakai guna mengukur sejauh mana persentase kontribusi variabel bebas secara simultan dalam memengaruhi variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menggunakan SPSS versi 27, diperoleh proporsi kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 4.21
Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.643	1.70481

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Berdasarkan tabel tersebut, nilai R sebesar 0,809 mencerminkan adanya korelasi yang sangat kuat antara ketiga variabel independen yaitu X1, X2, X3 (Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat) dengan variabel dependen,

yaitu Y (Keputusan Penggunaan). Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% variasi dalam keputusan penggunaan (Y) dapat dijelaskan oleh model regresi yang melibatkan ketiga variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti. Meskipun demikian, untuk model regresi linier berganda dengan lebih dari satu variabel independen, nilai Adjusted R^2 lebih relevan untuk diinterpretasikan. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,643 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dalam model, 64,3% variasi dalam keputusan penggunaan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X1, X2 dan X3. Nilai ini juga mengindikasikan bahwa model masih mampu memberikan prediksi yang akurat meskipun telah melalui proses penyesuaian.

K. Pembahasan Dan Hasil Analisis Data

Hasil analisis menggunakan SPSS versi 27 *for Windows* menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan, Sikap Keuangan, dan Persepsi Manfaat secara simultan, variabel-variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan dan bersifat positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang diterapkan telah tepat dan mampu menjelaskan keterkaitan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam kajian ini.

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Bukti empiris ditunjukkan melalui hasil uji t pengetahuan (X1) menghasilkan t-hitung 3,671 > t-tabel 1,984 dan nilai signifikansi (sig) 0,001 < 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat pengetahuan memberikan dampak yang besar, konstruktif, serta bermakna terhadap Keputusan Penggunaan. Salah satu alasan utama yang mendorong

mahasiswa untuk memilih menggunakan *e-wallet* adalah karena tingkat Pengetahuan mereka. Sehingga dalam penelitian ini didukung oleh satu teori yaitu Teori Perilaku Konsumen. Dalam teori ini, pengetahuan merupakan tingkat pemahaman dan informasi yang dimiliki konsumen tentang suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen yang berpengetahuan lebih cenderung menjadi lebih selektif. Dalam penelitian ini, pengetahuan diukur dari pemahaman tentang produk, pembelian dan pemakaian *e-wallet*.

Merujuk pada temuan dalam studi ini, hasil yang diperoleh menunjukkan kesesuaian dengan studi-studi terdahulu yang telah dilakukan oleh Miftahul Husna, yaitu “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Qris Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Secara Digital Pada Masyarakat Kelurahan 20 Ilir D II Kota Palembang” dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan (X1) memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan *e-wallet*. Dikarenakan menurutnya bahwa dari adanya pengetahuan terhadap sistem pembayaran digital seperti *qris* dan *e-wallet* maka seseorang dapat merasakan kemudahan dalam pengoperasian dan pengelolaan sistem tersebut.⁵⁸

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, menunjukkan implikasi bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seorang mahasiswa tentang fitur, manfaat, dan cara kerja *e-wallet*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa informasi (pengetahuan) adalah kunci dalam mengurangi ketidakpastian. Dengan pengetahuan yang memadai, konsumen merasa lebih yakin dan percaya diri dalam mengadopsi inovasi teknologi keuangan. Namun, dalam penelitian ini juga menyiratkan bahwa pengetahuan yang tidak diimbangi dengan literasi

⁵⁸ Husna, Miftahul. “PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN QRIS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET SEBAGAI TRANSAKSI SECARA DIGITAL PADA MASYARAKAT KELURAHAN 20 ILIR D II KOTA PALEMBANG.” Undergraduate Thesis thesis. UIN Raden Fatah Palembang. (2024)

keuangan digital yang kuat dapat beresiko, karena mahasiswa mungkin hanya fokus pada kemudahan tanpa menyadari potensi risiko seperti keamanan data atau pengeluaran tidak terkontrol.

2. Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital

Berdasarkan hasil studi ini, sikap keuangan memberikan dampak yang positif dan bermakna terhadap keputusan dalam menggunakan *e-wallet*. Bukti dari pengaruh tersebut terlihat melalui hasil pengujian menggunakan uji t. Sikap Keuangan (X2) diperoleh $t\text{-hitung } 2,670 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,009 < 0,05$ dengan demikian, sikap keuangan terbukti berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa sikap dalam mengelola keuangan memberikan pengaruh yang cukup besar dan bermakna secara positif terhadap keputusan dalam menggunakan layanan *e-wallet*. Sikap finansial menjadi salah satu elemen krusial yang turut menentukan pilihan mahasiswa dalam memanfaatkan dompet digital sebagai alat transaksi. Sehingga penelitian ini didukung oleh satu teori yaitu Teori Perilaku Konsumen. Teori ini menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat memengaruhi keputusan pembelian. Sikap ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya dan informasi yang diterima. Sikap keuangan (*financial attitude*) didefinisikan sebagai cara berpikir, pandangan, serta penilaian seseorang terhadap kondisi keuangannya yang tercermin dalam perilaku nyata. Sikap ini mempengaruhi bagaimana seseorang membuat keputusan keuangan, termasuk penggunaan teknologi keuangan seperti *e-wallet*.

Hasil studi ini menunjukkan kesesuaian dengan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Brian Sutatama Kusumapradana

dan Siti Aisyah,⁵⁹ yaitu “Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Attitude Terhadap Penggunaan Dompot Digital (*E-wallet*) Di Kalangan Mahasiswa di Surakarta” penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Sikap Keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa perguruan tinggi di wilayah Surakarta. fenomena ini dikarenakan sikap keuangan yang positif terhadap pengelolaan keuangan mendorong mahasiswa agar lebih bertanggung jawab dan bijak dalam memanfaatkan dompet digital. Tetapi melainkan jika mahasiswa memiliki sikap keuangan yang buruk, maka mereka akan cenderung memikirkan keinginan jangka pendek daripada bertanggung jawab atas rencana keuangan jangka panjang.

Merujuk pada temuan dalam studi ini, menunjukkan adanya implikasi bahwa sikap keuangan yang positif (misalnya, pandangan bahwa pembayaran digital itu efisien dan modern, serta kesadaran untuk mengelola keuangan dengan baik) akan mendorong penggunaan *e-wallet*. Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa sikap adalah evaluasi dan perasaan seseorang terhadap terhadap suatu objek. Dalam hal ini, sikap positif terhadap kemudahan dan efisiensi *e-wallet* mendorong mahasiswa untuk mengadopsi teknologi tersebut. Namun, sama halnya dengan pengetahuan, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap yang terlalu permisif terhadap kemudahan transaksi dapat memicu perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, yang pada akhirnya dapat merugikan kondisi keuangan pribadi mahasiswa. Oleh karena itu, penting menekankan pada pengguna, terutama mahasiswa, pentingnya kontrol diri dan perencanaan keuangan yang matang saat menggunakan *e-wallet* untuk menghindari jebakan pengeluaran berlebihan.

⁵⁹ Kusumapradana, Brian Sutatama, and Siti Aisyah. “The Effect Of Financial Literacy And Financial Attitude On The Use Of Digital Wallets Among Students In Surakarta City.” *AJAR* 5.02 (2022): 193-206.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan layanan tersebut. Hal ini didukung oleh uji T. Persepsi Manfaat (X3) diperoleh $t\text{-hitung } 4,121 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,001 < 0,05$ dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat secara signifikan memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*.

Studi ini mengungkapkan bahwa Persepsi Manfaat memberikan dampak yang kuat, positif, dan signifikan terhadap keputusan individu dalam menggunakan *e-wallet*. Salah satu alasan utama mahasiswa memilih menggunakan *e-wallet* adalah karena mereka merasakan manfaatnya. Penelitian ini juga didasarkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bagaimana penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi terbentuk. Dalam teori ini, variabel persepsi manfaat secara eksplisit diadaptasi dari konsep *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) yang ada di dalam teori TAM. Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan keuntungan dan meningkatkan efektivitas kerja. Dengan demikian, individu cenderung memiliki sikap positif terhadap teknologi tersebut. Khususnya dalam konteks penggunaan *e-wallet*, persepsi manfaat berarti sejauh mana mahasiswa merasa bahwa *e-wallet*, memberikan keuntungan nyata, seperti kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendri Tri Ardana dan Didik Setyawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Dana Dompet Digital Oleh Generasi Y dan Generasi Z”, dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan

penggunaan *e-wallet* Dana disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat yang mulai melihat bahwa Dana memberikan kenyamanan dan nilai guna dalam melakukan aktivitas keuangan. Di samping itu, sebagai layanan digital buatan dalam negeri, Dana juga memperoleh kepercayaan lebih dari pengguna lokal, citra merek Dana semakin dikenal luas dan banyak diminati oleh pengguna.⁶⁰

Berdasarkan temuan dalam studi ini, menunjukkan implikasi bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan mahasiswa dari *e-wallet* seperti kemudahan, kepraktisan, efisiensi waktu, serta berbagai promo dan diskon, maka semakin kuat pula dorongan mereka untuk menggunakan *e-wallet*. Dengan kata lain, keyakinan bahwa *e-wallet* mampu mempermudah kehidupan sehari-hari mereka khususnya dalam bertransaksi, menjadi faktor pendorong utama dalam keputusan adopsi teknologi digital ini.

⁶⁰ Ardana, Hendri Tri. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2.1 (2023): 76-93.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu),” dengan menguraikan beberapa penjelasan ialah sebagai berikut :

1. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan secara parsial bahwa variabel Pengetahuan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih *e-wallet* sebagai sarana pembayaran digital, yang dibuktikan melalui hasil pengujian statistik uji t. Pengetahuan (X1) diperoleh $t\text{-hitung } 3,671 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,001 < 0,05$ hal ini mengindikasikan bahwa Pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran digital. Dalam hal ini Variabel Pengetahuan (X1) menjadi faktor penting yang memengaruhi individu dalam mengambil keputusan, khususnya dalam pemanfaatan teknologi seperti *e-wallet*, dikarenakan bahwa dari adanya pengetahuan terhadap sistem pembayaran digital seperti *e-wallet* maka mahasiswa dapat merasakan kemudahan dalam pengoperasian dan pengelolaan sistem tersebut.
2. Hasil penelitian ini secara parsial mengungkapkan bahwa Sikap Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai metode transaksi pembayaran digital, yang dibuktikan melalui hasil uji T. Sikap Keuangan (X2) diperoleh $t\text{-hitung } 2,670 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,009 < 0,05$ hal ini menandakan bahwa Sikap Keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sarana transaksi

pembayaran digital. Yang membuat variabel Sikap Keuangan (X2) berpengaruh adalah karena terdapat kecenderungan individu dalam menilai dan merespons hal-hal terkait keuangan berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan nilai yang dimiliki, sehingga sikap ini mempengaruhi bagaimana mahasiswa membuat keputusan keuangan termasuk penggunaan teknologi keuangan seperti *e-wallet*.

3. Hasil penelitian ini secara parsial mengungkapkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital, yang dibuktikan dengan dengan hasil uji T. Persepsi Manfaat (X3) diperoleh $t\text{-hitung } 4,121 > t\text{-tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $0,001 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran digital. Yang membuat Variabel Persepsi Manfaat (X3) berpengaruh adalah karena persepsi manfaat mengukur sejauh mana mahasiswa merasa bahwa dengan penggunaan *e-wallet* dapat memberikan keuntungan nyata, seperti kemudahan, kecepatan dan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran digital.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% variasi dalam keputusan penggunaan (Y) dapat dijelaskan oleh model regresi yang melibatkan ketiga variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti. Meskipun demikian, untuk model regresi linier berganda dengan lebih dari satu variabel independen, nilai Adjusted R^2 lebih relevan untuk diinterpretasikan. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,643 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dalam model, 64,3% variasi dalam keputusan penggunaan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X1, X2 dan X3. Nilai ini juga mengindikasikan bahwa model masih mampu memberikan prediksi yang akurat meskipun telah melalui proses penyesuaian

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan dampak yang muncul, beberapa rekomendasi dapat disusun sebagai solusi terhadap permasalahan yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk UIN Datokarama Palu : Peneliti mengharapkan kepada UIN Datokarama Palu dapat meningkatkan edukasi literasi keuangan digital, termasuk cara aman dan efektif terkait penggunaan *e-wallet* yang lebih optimal kepada mahasiswa. Ini akan meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang berbagai fitur dan keuntungan *e-wallet*, sekaligus membentuk sikap keuangan yang lebih positif terhadap teknologi pembayaran digital.
2. Untuk Program Studi Perbankan Syariah : Peneliti berharap dengan penelitian ini Program Studi Perbankan Syariah menjadikan pedoman ini untuk memperkuat kurikulum dan riset yang mendalam khususnya terkait *e-wallet* berbasis syariah agar dapat meningkatkan kemampuan analisis mahasiswa terhadap produk keuangan digital syariah, serta pemahaman mengenai hukum, keamanan dan manfaatnya sesuai prinsip syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya : disarankan agar memasukkan variabel tambahan yang belum dibahas dalam penelitian ini. dengan mengambil objek dan responden dengan jumlah dan populasi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiandi, Nico, Tri Inda, Fadhila Rahma, dan Nurul Inayah, "Rubinstein : Jurnal Multidisiplin Pengaruh Pengetahuan dan Manfaat Standar Quick Response Code Indonesia (QRIS) terhadap Penggunaan Dompot Elektronik di Kalangan Pelajar FEBI UIN Sumatera," 2.2 (2024)
- Amanda, Siti Maisarah, and M. Shabri Abd Majid. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1.2 (2019).
- Adiandari, Ade Maharini, and S. Sos. *Pengantar Literasi Keuangan*. Nas Media Pustaka, 2023.
- Almindo, Noviete Juanda, and Tri Harsini Wahyuningsih. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instant Selama Pandemi Covid." Master: *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan* 2.2 (2023): 165-173.
- Anggari, Alya Nurul, and Patriani Wahyu Dewanti. "the Effect of Locus of External Internal Control, Financial Attitude, Pocket Money and Lifestyle on the Use of E-Money." *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 10.2 (2021): 253-270.
- Anshori, M. I., and D. Mega. "Penggunaan *E-wallet* Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review." *Multiple Journal of Global and Multidisciplinary* 2.6 (2024): 1991-2002.
- Ardana, Hendri Tri. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2.1 (2023).
- Astirian, Ira. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)." (2023).
- Atriani, Atriani, Lalu Adi Permadi, and Baiq Handayani Rinuastuti. "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6.1 (2020).
- Azizah, La'la. *Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Dalam Transaksi Pembayaran Dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)*. Diss. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023.
- Bank Indonesia, 'Apa Itu Elektronifikasi?', *Bi.Go.Id*, 2014 [https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem_pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx#:~:text=Bank Indonesia \(BI\)](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem_pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx#:~:text=Bank Indonesia (BI))

telah mencanangkan, GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi> [accessed 10 Desember 2024].

Berliana, Ervina. *Analisis Dampak Penggunaan E-wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pekalongan Kec. Pekalongan Kab. Lampung Timur)*. Diss. IAIN Metro, 2023.

Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)

Chawla, Deepak, and Himanshu Joshi. "Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study." *International Journal of Bank Marketing* 37.7 (2019): 1590-1618.

Danda, Edby. *“Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Generasi Z” (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)*. Diss. UIN Ar-Raniry, 2022.

Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, (Cet-I' Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013).

E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia 2022, ini Potensinya Pada 2025 Mendatang. *GoodStats*, 20 April 2023. [accessed 10 Desember 2024]. <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang-FOnnm>

Fadhilah, Jihan, et al. "Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review." *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)* 2.2 (2021).

Gampu, Anggita Novita, Lotje Kawet, and Yantje Uhing. "Analisis motivasi, persepsi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih pt. bank sulutgo cabang utama manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3.3 (2015).

GoodStats, “5 *E-wallet* Paling Sering Dipakai Gen Z & Milenial”, dalam <https://data.goodstats.id/statistic/5-e-wallet-paling-sering-dipakai-gen-z-milenial-siapa-juaranya-CJtq6>, Diakses pada 19 Juni 2025

Hawari, Airina Putri, and Kartini Harahap. "Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan *E-wallet* Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan." *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia* 2.01 (2023).

Herdjiono, Maria Veronica Irine, and Lady Angela Damanik. "Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 9.3 (2016)

- HUMAIDAH, SYAFIQOH. *Hubungan Antara Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Promosi dengan Keputusan Penggunaan E-wallet (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Siliwangi)*. Diss. Universitas Siliwangi, 2022.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nominal*, 7(1)
- Husna, Miftahul (2024). "*PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN QRIS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET SEBAGAI TRANSAKSI SECARA DIGITAL PADA MASYARAKAT KELURAHAN 20 ILIR D II KOTA PALEMBANG*." Undergraduate Thesis thesis. UIN Raden Fatah Palembang.
- Ig. Dodiet Aditya Setyawan, SKM., MPH, *Buku Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian*. 2021
- Intan, N. "Gopay dan Ovo jadi Alat Pembayaran Paling Digemari Milenial." *From republika. co. id: <https://republika.co.id/berita/q45o86349/gopay-dan-ovo-jadi-alat-pembayaran-paling-digemari-milenial>* (2020).
- Imron, Imron. "Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang." *Indonesian journal on software engineering (IJSE)* 5.1 (2019).
- James F. Engel, Roger D. Black Well, and Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta Bina Rupa Aksara, 1994).
- Jailani, M. Syahrani. "Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1.2 (2023).
- Kusumapradana, Brian Sutatama, and Siti Aisyah. "The Effect Of Financial Literacy And Financial Attitude On The Use Of Digital Wallets Among Students In Surakarta City." *AJAR* 5.02 (2022).
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*, 15e. Pearson Education
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12. Erlangga.
- Kusumadilaga, Rimba. *Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Diss. Perpustakaan FE UNDIP, 2010.
- Layanan Akademi Mahasiswa UIN Datokarama Palu.
- Lestari, Muji, Ahmad Soleh, and Suswati Nasution. "The Effect of E-wallet and E-

- Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 4.1 (2023).Alfiandi, Nico, Tri Inda, Fadhila Rahma, dan Nurul Inayah, "Rubinstein : Jurnal Multidisiplin Pengaruh Pengetahuan dan Manfaat Standar Quick Response Code Indonesia (QRIS) terhadap Penggunaan Dompot Elektronik di Kalangan Pelajar FEBI UIN Sumatera," 2.2 (2024)
- Meyrilliana, Purba, Samsir, dan Arifin Kasman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau," *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12.1 (2020), hal. 151–70 <<https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>>
- Maulidiah, Sarah. *Pengaruh Persepsi Kompatibilitas, Persepsi Manfaat, Persepsi Biaya, Religiuisitas dan Promosi terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan Dompot Digital*. BS thesis. F, 2021.
- Maysarah, Siti. *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Industri Sandang Kabupaten Kuantan Singingi*. Diss. Universitas Islam Riau, 2022.
- Miswati, Putri. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital pada Masyarakat Kecamatan Negara Batin Kabupaten Way Kanan Lampung Utara*. Diss. IAIN Metro, 2024.
- Meidawati, Neni. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet* Ovo sebagai Alat Transaksi." (2020).
- MUJI LESTARI, M. U. J. I. *PENGARUH E-WALLET DAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA BENGKULU*. Diss. UNIVERSITAS DEHASSEN BENGKULU, 2022.
- Mujahidin, Ali. "Pengaruh fintech *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8.2 (2020).
- Nadhilah, Azma, and Nurul Hasanah. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)." *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*. Vol. 3. 2022.
- Nadhilah, Putri, Ridwan Indra Jatikusumo, dan Erwin Permana, "JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian," 4.September (2021).
- Nisa, F. K., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(07).

- Nurohman, Yulfan Arif, Rina Sari Qurniawati, and Fahri Ali Ahzar. "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya." *Among Makarti* 15.2 (2022).
- Oliver, Richard L. *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge, 2014.
- Pedoman Modul Statistik FEBI Iain Palu (2020).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi Revisi*. (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1997).
- Prabu Anwar Mangkunegara, *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi* (Cet. II; Bandung: PT Refika Aditama, 2022).
- Rahmawati, Silvia, and Mufti Arief Arfiansyah. "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan qris pada umkm kota surakarta." *MBIA* 22.3 (2023)
- Rahayu, Rurie Wiedya. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT. Gojek Indonesia." (2018).
- Reni, Reni, and Anas Alhifni. "FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI LKMS (STUDI: BMT BAROKAH ABDUSSALAM)." *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 5.1 (2019).
- Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Safitri, Gita Aulia, Dwi Adeati, Annisa Azzahro, and Ruly Habibah Al Ihsani. "Pengaruh *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang." *Jurnal Potensial* 1.1 (2022).
- Sari, Meita Sekar, and Muhammad Zefri. "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura." *Jurnal Ekonomi* 21.3 (2019).
- Sedarmayanti and Syarifudin Hidayat, "*Metodologi Penelitian*". (Bandung: Manjar Maju, 2011)
- Sekarsari, Katherine Amelia Dyah, C. Dyah Sulistyaningrum, and Anton Subarno. "Optimalisasi penerapan quick response code indonesia standard (qris) pada merchant di wilayah surakarta." *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)* 5.2 (2021)

- Siswanti, Indra, "Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-€“Control As Mediating,” *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28.1 (2020), doi:10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5
- Silalahi, Purnama Ramadani, et al. "Pengaruh dompet digital terhadap budaya belanja individu di Kota Medan." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10.2 (2022)
- Sriyono, Sriyono, et al. "Efektifitas Penggunaan Fintech (E-wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial." *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 6.2 (2023).
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice. Edisi Pertama*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Primadi Candra, et al. "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)." *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3.1 (2024).
- Suyanto, *Mengenal Dompet Digital Di Indonesia*. 23.
- Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Cet,28 ; Jakarta : CV Alfabeta, 2018)
- Sugiyono, and E Wibowo, *Atatistika Untuk Penelitian Dan Aplikasinya Dengan SPSS 10.0 for Windows*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Surendran, Priyanka. "Technology acceptance model: A survey of literature." *International journal of business and social research* 2.4 (2012)
- SOMANTRI, PUTRI SILVIA. *PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG*. Diss. UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP, 2024.
- Syahaya, Jumara Tori, et al. "Peran Financial Literacy dan Overconfidence dalam Pengambilan Keputusan Investasi: Suatu Tinjauan Kuantitatif." *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business* 3.1 (2024)
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Veronica, Aries et al. "Metode Penelitian Kuantitatif". PT. Global Eksekutif Teknologi (2022).
- Violinda, Qristin, dan Nakita Via Khorunnisya, "Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku,"

Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 8.1 (2022), hal. 181–91,
doi:10.17358/jabm.8.1.181

Widowati, Ayun Sekar, and R. I. Mustikawati. "Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah." *Jurnal Nominal* 7.2 (2018).

Zada, Chrysilla, and Yunita Sopianana. "Penggunaan *E-wallet* atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah." *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan* 4.1 (2021)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PERMOHONAN KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara(i)

Di

Tempat-

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian karya ilmiah (Skripsi), maka dengan ini :

Nama : Amalia Nurul Hidayah

NIM : 21.5.15.0001

Angkatan : 2021

Program Studi/Fakultas : Perbankan Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Sedang melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)”**.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi. Semua informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan dijamin kerahasiaannya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,
Penulis



Amalia Nurul Hidayah
NIM. 21.5.15.0001

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

- ☐ 18-20 Tahun
- ☐ 21-23 Tahun
- ☐ 24-26 Tahun

Jenis kelamin :

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

Angkatan :

- ☐ 2021
- ☐ 2022
- ☐ 2023

Fakultas :

- ☐ FTIK
- ☐ FUAD
- ☐ FASYA
- ☐ FEBI

Apakah Pernah Menggunakan dan Memiliki Aplikasi *E-wallet* (Gopay, Dana, ShopeePay dan OVO) ?

- a. Ya
- b. Tidak

2. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda (v) pada kolom jawaban yang tersedia. Tiap pernyataan hanya diperbolehkan ada satu jawaban. Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan adalah sebagai berikut:

Keterangan	(STS) Sangat Tidak Setuju	(TS) Tidak Setuju	(N) Netral	(S) Setuju	(SS) Sangat Setuju
Skor/Nilai	1	2	3	4	5

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Lampiran 2. Pengisian Kuesioner

Variabel Pengetahuan (X1)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
A. Pengetahuan Produk						
1	Saya pernah mendengar tentang <i>E-wallet</i>					
2	Saya mengetahui ciri-ciri dan karakteristik <i>E-wallet</i>					
B. Pengetahuan Pembelian						
3	<i>E-wallet</i> sangat aman dan nyaman digunakan					
C. Pengetahuan Pemakaian						
4	Dengan menggunakan <i>E-wallet</i> lebih memudahkan saya dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun					
5	Aplikasi penyedia layanan jasa pembayaran seperti <i>E-wallet</i> mudah untuk di download					

Variabel Sikap Keuangan (X2)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
A. Orientasi terhadap keuangan pribadi						
1	Mempunyai anggaran merupakan strategi penting dalam keuangan					
2	Penting untuk memikirkan merencanakan keuangan tentang keuangan					
3	Menjaga catatan keuangan merupakan hal yang penting untuk keuangan					
B. Filsafat Hutang						
4	Berhitung kepada orang lain merupakan hal yang wajar					

C. Keamanan Uang						
5	Tabungan pribadi akan saya gunakan sebagai pendanaan darurat					
6	Saya khawatir tentang potensi risiko keamanan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> , seperti penipuan atau kebocoran data.					
7	Saya berhati-hati dalam menghubungkan rekening bank atau kartu kredit saya dengan aplikasi <i>e-wallet</i>					
D. Menilai Keuangan Pribadi						
8	Kondisi keuangan saya tidak bisa menghabiskan anggaran mencerminkan sifat saya					
9	Saya optimis dengan kemampuan saya dalam mengelola keuangan meskipun sering menggunakan <i>e-wallet</i> untuk bertransaksi					

Variabel Persepsi Manfaat (X3)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
<i>Effectiveness (Efektivitas)</i>						
1	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena lebih efektif dalam bertransaksi					
2	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena biaya lebih murah					
<i>Accomplish Faster (Cepat & Praktis)</i>						
3	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena lebih menghemat waktu					
4	Dengan menggunakan <i>E-wallet</i> melakukan transaksi lebih cepat					
<i>Usefull (berguna)</i>						
5	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena lebih aman dalam bertransaksi					

6	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena dapat membantu pekerjaan saya lebih mudah					
Advantageous (keuntungan penggunaan)						
7	Penggunaan <i>E-wallet</i> dapat meminimalisir adanya transaksi uang palsu					

Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
Kemantapan Pada Produk						
1	Setelah mengetahui tentang <i>E-wallet</i> , saya tertarik untuk menggunakan <i>E-wallet</i> karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan					
Kebiasaan dalam Membeli Produk						
2	Saya menggunakan <i>E-wallet</i> karena adanya kebutuhan dalam melakukan pembayaran transaksi secara online					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain						
3	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan <i>E-wallet</i> karena memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran, aman dan praktis					
Melakukan Pembelian Ulang						
4	Dengan adanya kemudahan penggunaan dan keunggulan <i>E-wallet</i> , Saya berkeinginan untuk terus menggunakan dalam bertransaksi.					

Lampiran 3. TABULASI DATA

No	Variabel X										Variabel Y																		
	X1 "Pengetahuan"					Total	X2 "Sikap Keuangan"					Total	X3 "Persepsi Manfaat"					Total	Y "Keputusan Pengguna"					Total					
	P1	P2	P3	P4	P5		P1	P2	P3	P4	P5		P6	P7	P8	P9	P1		P2	P3	P4	P5	P6		P7	P1	P2	P3	P4
1	5	3	4	4	5	16	4	4	4	2	4	5	5	3	4	35	4	5	5	3	5	5	32	4	4	3	5	16	
2	5	4	4	5	5	18	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	28	4	5	5	5	19	
3	5	4	4	4	4	17	4	4	4	2	4	5	5	3	4	35	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
4	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20	
5	4	3	4	5	4	16	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	3	4	5	28	5	5	3	4	17	
6	5	4	3	4	4	16	4	3	3	4	4	5	5	3	3	34	3	4	4	4	3	4	26	4	4	3	4	15	
7	4	4	4	4	4	16	4	5	5	5	5	5	5	4	3	40	4	4	3	4	4	4	26	4	4	4	4	16	
8	4	4	4	4	5	16	5	4	5	5	5	5	4	3	4	40	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	15	
9	4	3	3	4	4	14	4	4	4	5	5	4	5	3	3	37	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	16	
10	5	4	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	16	
11	4	3	2	4	4	13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	4	3	3	4	3	25	3	4	4	3	14	
12	4	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
13	4	3	4	4	4	15	4	4	4	4	5	5	4	3	3	36	3	4	4	4	3	4	26	4	4	4	4	16	
14	5	5	5	5	5	20	3	4	4	2	5	5	5	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	3	4	15	
15	4	2	3	4	4	13	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	13	
16	5	3	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
17	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	5	4	4	3	37	4	4	4	4	3	4	27	4	3	3	3	14	
18	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	2	4	35	3	3	3	4	4	4	26	4	4	4	4	3	
19	5	4	4	4	5	17	4	4	4	2	5	5	4	3	4	35	5	4	5	5	3	4	5	31	4	4	3	4	15
20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
21	4	5	4	5	4	18	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42	4	4	4	4	4	5	30	4	5	4	5	18	
22	3	4	3	4	3	14	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	3	3	4	4	4	5	28	3	3	4	4	14	
23	4	4	5	5	4	18	3	4	5	5	3	4	5	4	5	38	3	4	5	3	4	5	27	4	5	3	3	15	
24	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	
25	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	
26	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	
27	3	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	35	3	3	3	3	12	
28	5	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	16	
29	5	3	3	2	4	13	5	5	5	5	5	4	4	4	4	42	3	3	3	3	3	3	24	3	5	2	4	14	
30	4	4	5	4	5	17	4	5	5	5	5	4	5	3	3	38	4	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	17	
31	4	5	5	4	4	18	5	5	4	4	4	3	4	4	4	37	4	5	5	5	4	5	32	4	4	4	4	16	
32	4	3	3	4	4	14	4	4	4	3	4	5	5	4	4	37	4	4	4	4	3	4	27	3	4	4	4	15	
33	3	3	3	3	3	12	4	4	4	3	5	5	5	3	4	37	3	4	4	4	2	4	26	3	5	3	4	15	
34	5	3	3	4	4	15	4	4	4	4	5	3	3	5	3	35	3	3	3	3	3	3	23	4	4	4	4	16	
35	4	4	3	3	3	14	3	4	5	2	5	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	12	

Lampiran 4. UJI MSI

No	Variabel X										Variabel Y														
	X1 "Pengetahuan"					X2 "Sikap Keuangan"					X3 "Persepsi Manfaat"					Y "Keputusan Pengguna"									
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Total	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Total	
1	4,995	3,092	4,093	3,618	4,633	20,431	3,243	3,074	3,750	2,174	3,383	4,309	4,265	2,429	3,905	30,532	3,869	5,340	5,132	4,964	4,562	3,921	3,609	2,485	5,157
2	3,669	4,268	4,093	4,984	4,633	21,647	3,243	3,074	2,580	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	28,076	3,869	4,027	3,883	3,657	3,781	3,108	3,172	25,498	3,921
3	3,669	4,268	4,093	3,618	3,274	18,922	3,243	3,074	3,750	2,174	3,383	4,309	4,265	2,429	3,905	30,532	3,869	4,027	3,883	3,657	3,781	3,108	3,172	25,498	3,921
4	4,995	5,478	5,340	4,984	4,633	25,430	4,735	4,510	5,074	4,757	4,649	4,309	4,265	4,782	5,279	42,359	5,184	5,340	5,132	4,984	4,799	4,609	4,562	3,921	3,609
5	3,669	3,092	4,093	4,984	3,274	19,112	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	29,247	3,869	4,027	3,883	2,448	3,781	4,609	3,172	25,790	5,491
6	4,995	4,268	2,875	3,618	3,274	19,029	3,243	1,943	2,580	3,644	3,383	4,309	4,265	2,429	2,565	28,260	2,684	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	23,085	3,921
7	3,669	4,268	4,093	3,618	3,274	18,922	3,243	3,074	5,074	4,757	3,383	4,309	4,265	3,690	2,565	35,795	3,869	4,027	3,869	4,027	2,754	3,657	2,554	3,108	3,172
8	3,669	4,268	4,093	3,618	4,633	20,281	4,735	3,074	4,757	4,649	4,309	2,876	2,429	2,565	3,905	35,808	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
9	3,669	3,092	2,875	3,618	3,274	16,527	3,243	3,074	3,750	4,757	4,649	2,943	4,265	2,429	2,565	31,674	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	24,271	3,921
10	4,995	4,268	4,093	3,618	3,274	20,248	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	29,247	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
11	3,669	3,092	1,680	3,618	3,274	15,333	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	29,247	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
12	4,995	3,092	4,093	3,618	3,274	19,072	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	30,508	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	24,271	3,921
13	3,669	3,092	4,093	3,618	3,274	17,746	3,243	3,074	3,750	3,644	4,649	4,309	2,876	2,429	2,565	30,539	2,684	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	24,271	3,921
14	3,669	5,478	5,340	4,984	4,633	24,104	1,992	3,074	3,750	2,174	4,649	4,309	4,265	3,690	3,905	31,808	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
15	4,995	1,921	2,875	3,618	3,274	16,682	3,243	3,074	3,750	2,906	2,406	2,943	2,876	2,429	2,565	26,192	2,684	2,887	2,754	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
16	3,669	3,092	4,093	3,618	3,274	17,746	3,243	3,074	3,750	2,906	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	28,509	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	25,498	3,921
17	3,669	4,268	4,093	3,618	3,274	18,922	3,243	3,074	3,750	3,644	4,649	4,309	2,876	3,690	2,565	31,800	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	24,271	3,921
18	3,669	4,268	4,093	3,618	3,274	18,922	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	4,309	2,876	1,000	3,905	29,185	2,684	2,887	3,883	3,657	3,781	3,108	3,172	24,271	3,921
19	2,518	4,268	4,093	3,618	4,633	19,130	3,243	3,074	3,750	2,174	4,649	4,309	2,876	2,429	3,905	30,409	5,184	4,027	5,132	4,984	2,554	3,108	4,562	29,551	3,921
20	3,669	4,268	4,093	3,618	3,274	18,922	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	2,429	3,905	29,247	3,869	4,027	3,883	3,657	3,781	3,108	3,172	25,498	3,921
21	1,680	5,478	4,093	4,984	3,274	19,509	3,243	3,074	5,074	4,757	4,649	4,309	4,265	4,782	3,905	38,057	3,869	4,027	3,883	3,657	3,781	4,609	4,562	28,389	3,921
22	2,518	4,268	2,875	3,618	2,055	15,333	3,243	3,074	5,074	3,644	3,383	2,943	4,265	3,690	3,905	33,221	2,684	2,887	3,883	3,657	3,781	4,609	4,562	26,063	2,592
23	4,995	4,268	5,340	4,984	3,274	22,861	1,992	3,074	5,074	4,757	2,406	2,943	4,265	3,690	3,905	33,480	2,684	4,027	5,132	2,448	3,781	4,609	1,968	24,649	3,921
24	2,518	3,092	2,875	2,518	2,055	13,058	1,992	1,843	2,580	2,906	2,406	1,968	1,922	2,429	2,565	20,611	2,684	2,887	2,754	2,448	2,554	1,922	1,968	17,217	2,592
25	3,669	3,092	2,875	2,518	2,055	14,208	1,992	1,843	2,580	2,906	2,406	1,968	1,922	2,429	2,565	20,611	2,684	2,887	2,754	2,448	2,554	1,922	1,968	17,217	2,592
26	4,995	4,268	4,093	3,618	3,274	20,248	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	3,690	3,905	30,508	3,869	4,027	3,883	3,657	3,781	3,108	3,172	25,498	3,921
27	3,669	3,092	2,875	2,518	2,055	14,208	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	3,690	3,905	30,508	5,184	5,340	5,132	4,984	4,799	4,609	4,562	34,609	2,592
28	2,518	5,478	5,340	4,984	4,633	22,953	3,243	3,074	3,750	3,644	3,383	2,943	2,876	3,690	3,905	30,508	2,684	2,887	2,754	2,448	2,554	1,922	1,968	17,217	3,921
29	2,518	3,092	2,875	1,791	3,274	13,550	4,735	4,510	5,074	4,757	4,649	2,943	4,265	3,690	3,905	38,527	2,684	4,027	2,754	2,448	3,781	1,000	4,562	21,255	2,592
30	3,669	4,268	5,340	3,618	4,633	21,528	3,243	4,510	5,074	4,757	3,383	2,943	4,265	2,429	2,565	33,168	3,869	4,027	5,132	4,984	4,799	1,000	3,172	26,982	3,921
31	3,669	5,478	5,340	3,618	3,274	21,378	4,735	4,510	3,750	3,644	3,383	1,968	2,876	3,690	3,905	32,462	3,869	5,340	5,132	4,984	3,781	1,000	4,562	30,777	3,921
32	2,518	3,092	2,875	3,618	3,274	15,376	3,243	3,074	3,750	2,906	3,383	4,309	4,265	3,690	3,905	32,526	3,869	4,027	3,883	3,657	2,554	3,108	3,172	24,271	2,592
33	4,995	3,092	2,875	2,518	2,055	15,534	3,243	3,074	3,750	2,906	4,649	4,309	4,265	2,429	3,905	32,530	2,684	4,027	3,883	3,657	1,000	3,108	4,562	22,921	2,592
34	2,518	3,092	2,875	3,618	3,274	15,376	3,243	3,074	3,750	4,757	2,406	1,968	4,265	2,429	3,905	29,797	2,684	2,887	2,754	2,448	2,554	3,108	3,172	19,606	3,921
35	3,669	4,268	2,875	2,518	2,055	15,384	1,992	3,074	5,074	4,757	4,649	1,968	2,876	3,690	2,565	28,062	2,684	2,887	2,754	2,448	2,554	1,922	4,562	19,606	2,592

No	Variabel X										Variabel Y																		
	X1 "Pengetahuan"					X2 "Sikap Keuangan"					X3 "Persepsi Manfaat"					Y "Keputusan Pengguna"													
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Total	P1	P2	P3	P4	Total								
36	3.669	4.268	5.340	4.984	4.633	22.894	4.735	4.510	3.750	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.279	38.682	5.184	5.340	5.132	2.448	2.554	4.562	28.328	2.592	3.369	3.897	5.383	15.240	
37	3.669	5.478	5.340	4.984	4.633	24.104	4.735	4.510	3.750	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.279	41.035	5.184	5.340	5.132	4.984	4.799	4.609	4.562	34.609	5.491	4.791	2.485	5.383	18.150
38	4.995	5.478	5.340	2.518	3.274	21.604	4.735	3.074	5.074	3.644	3.383	2.943	2.876	3.690	5.279	34.698	5.184	5.340	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	28.289	3.921	3.369	3.897	5.383	16.569
39	3.669	1.921	2.875	1.791	3.274	13.530	1.992	3.074	3.750	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	29.034	1.703	2.887	3.883	2.448	3.781	3.108	3.172	18.875	2.592	3.369	2.485	2.668	11.114
40	3.669	4.268	4.093	3.618	2.055	17.703	3.243	4.510	5.074	2.906	4.649	4.309	4.265	1.000	3.905	33.861	3.869	4.027	5.132	3.657	4.799	1.922	4.562	27.968	3.921	3.369	2.485	5.383	15.157
41	2.518	3.092	2.875	3.618	3.274	15.376	3.243	4.510	3.750	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	34.495	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	2.485	3.990	13.765
42	3.669	3.092	2.875	2.518	2.055	14.208	3.243	3.074	3.750	3.644	2.406	4.309	4.265	2.429	5.265	29.283	3.869	4.027	3.883	3.657	3.781	3.108	4.562	26.888	3.921	3.369	2.485	3.990	16.599
43	3.669	5.478	4.093	4.984	4.633	22.856	4.735	4.510	5.074	3.644	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	35.277	5.184	5.340	5.132	4.984	3.781	4.609	4.562	33.592	3.921	4.791	3.897	3.990	16.599
44	3.669	4.268	5.340	2.518	4.633	20.428	4.735	4.510	5.074	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	26.846	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	26.888	3.921	3.369	2.485	3.990	12.436
45	3.669	4.268	4.093	3.618	3.274	18.922	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	2.943	2.876	3.690	3.905	30.508	5.184	5.340	5.132	4.984	4.799	3.108	3.172	31.719	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
46	3.669	5.478	2.875	2.518	4.633	19.172	4.735	4.510	5.074	3.644	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	34.685	2.684	2.887	5.132	4.984	4.799	1.922	4.562	26.969	3.921	4.791	3.897	5.383	17.991
47	3.669	5.478	4.093	3.618	4.633	17.954	3.243	3.074	3.750	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	31.798	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	2.668	13.855
48	2.518	3.092	4.093	2.518	3.274	17.972	3.243	3.074	3.750	2.906	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	31.189	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	2.485	2.668	12.443
49	4.995	3.092	2.875	1.791	3.274	14.701	3.243	3.074	3.750	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	31.611	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	4.562	19.810	2.592	3.369	2.485	3.990	12.436
50	3.669	3.092	2.875	1.791	3.274	14.701	3.243	3.074	3.750	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.279	40.006	3.869	2.887	5.132	4.984	3.781	1.922	4.562	27.138	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
51	3.669	4.268	4.093	3.618	4.633	20.281	4.735	4.510	5.074	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.279	40.006	3.869	2.887	5.132	4.984	3.781	1.922	4.562	27.138	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
52	2.518	4.268	4.093	3.618	3.274	17.771	3.243	4.510	3.750	3.644	3.383	2.943	2.876	3.690	3.905	30.643	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	3.172	24.271	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
53	4.995	4.268	2.875	2.518	4.633	19.288	3.243	4.510	3.750	3.644	3.383	2.943	4.265	1.000	3.905	31.643	3.869	4.027	3.883	3.657	3.781	3.108	3.172	25.498	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
54	4.995	3.092	1.680	1.791	1.000	12.559	1.513	1.843	1.000	2.906	1.681	4.309	4.265	2.429	5.265	22.510	1.703	1.000	1.752	1.532	1.000	1.000	4.562	12.549	1.596	1.000	1.000	1.488	5.084
55	3.669	4.268	1.680	1.791	3.274	14.682	4.735	4.510	5.074	4.757	4.649	4.309	4.265	2.429	5.265	37.292	2.684	1.921	3.883	2.448	3.781	1.922	4.562	21.201	2.592	4.791	3.897	3.990	15.270
56	3.669	4.268	5.340	3.618	4.633	21.528	4.735	4.510	5.074	4.757	4.649	4.309	4.265	4.782	5.279	42.359	3.869	5.340	5.132	4.984	4.799	3.108	4.562	31.794	3.921	4.791	3.897	3.990	16.599
57	4.995	3.092	2.875	3.618	3.274	17.853	3.243	3.074	2.580	2.906	4.649	4.309	4.265	1.000	2.565	28.590	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	1.968	17.217	2.592	2.108	2.485	2.668	8.368
58	3.669	3.092	2.875	2.518	2.055	14.208	4.735	4.510	5.074	2.906	2.406	4.309	4.265	1.000	2.565	31.770	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	1.968	17.217	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
59	3.669	1.921	2.875	2.518	2.055	15.356	3.243	3.074	5.074	2.906	2.406	4.309	4.265	1.000	2.565	26.500	1.703	1.921	2.754	2.448	2.554	1.922	3.172	16.473	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
60	3.669	3.092	2.875	2.518	2.055	14.208	3.243	4.510	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	3.690	2.565	33.359	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	3.172	18.420	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
61	3.669	4.268	4.093	2.518	2.055	16.603	3.243	3.074	2.580	2.906	3.383	4.309	4.265	2.429	5.265	35.359	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	3.172	23.062	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
62	3.669	4.268	4.093	4.984	4.633	21.647	4.735	4.510	5.074	3.644	2.406	4.309	4.265	2.429	3.905	35.277	3.869	5.340	5.132	4.984	3.781	3.108	4.562	30.777	3.491	2.108	3.897	3.990	15.487
63	3.669	1.921	2.875	1.791	2.055	12.310	1.000	1.000	1.680	2.174	1.681	4.309	2.876	1.000	1.000	16.720	1.703	1.921	1.752	1.532	1.000	1.000	3.172	12.080	1.596	1.000	2.485	1.000	6.081
64	4.995	3.092	4.093	3.618	3.274	19.072	3.243	3.074	1.680	2.174	3.383	2.943	2.876	1.000	2.565	22.938	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	3.172	24.271	2.592	3.369	2.485	2.668	11.114
65	2.518	3.092	2.875	2.518	3.274	14.277	1.513	3.074	2.580	2.906	2.406	2.943	1.922	1.000	2.565	20.908	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	3.172	18.420	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
66	3.669	1.000	1.000	1.000	1.000	7.669	1.000	1.000	1.680	2.174	2.406	2.943	4.265	2.429	3.905	21.802	1.000	1.921	1.000	1.000	1.000	1.000	3.172	10.092	1.000	1.000	2.485	2.668	7.153
67	3.669	4.268	4.093	3.618	3.274	18.922	3.243	3.074	2.580	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	3.905	28.056	2.684	2.887	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	23.335	2.592	3.369	2.485	3.990	12.436
68	4.995	3.092	4.093	3.618	2.0431	20.431	3.243	1.843	3.280	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	2.565	28.056	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	3.108	4.562	20.997	2.592	3.369	2.485	2.668	11.114
69	2.518	3.092	2.875	3.618	3.274	15.376	4.735	3.074	3.750	3.644	4.649	4.309	4.265	1.922	3.690	30.972	2.684	2.887	2.754	3.657	2.554	3.108	4.562	22.206	2.592	2.108	2.485	2.668	11.265
70	3.669	1.921	2.875	2.518	2.055	13.037	1.992	1.843	2.580	3.644	2.406	1.968	1.922	2.429	2.565	21.349	2.684	2.887	2.754	4.984	2.554	1.922	3.172	20.956	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
71	3.669	4.268	4.093	3.618	3.274	18.922	3.243	3.074	2.580	2.174	3.383	2.943	2.876	1.000	2.565	29.362	2.684	2.887	2.754	3.657	2.554	3.108	4.562	22.206	2.592	3.369	2.485	3.990	13.765
72	4.995	3.092	4.093	3.618	3.274	19.072	3.243	3.074	2.580	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	3.905	30.627	3.869	4.027	2.754	3.657	2.554	3.108	3.172	23.141	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
73	3.669	3.092	2.875	1.791	3.274	14.701	4.735	4.510	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	5.265	33.589	2.684	2.887	3.883	3.657	3.781	1.000	1.968	19.862	3.921	3.369	2.485	2.668	12.443

No	Variabel X													Variabel Y															
	X1 "Pengetahuan"					X2 "Sikap Keuangan"					X3 "Persepsi Manfaat"			Y "Keputusan Pengguna"															
	P1	P2	P3	P4	P5	Total	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Total	P1	P2	P3	P4	Total								
74	3.669	1.921	2.875	1.000	2.055	11.519	1.992	1.843	3.750	2.174	1.681	1.968	1.000	3.690	1.000	19.099	1.703	1.921	1.752	1.000	9.376	1.596	2.108	1.000	3.990	8.695			
75	2.518	4.268	4.093	3.618	3.274	17.771	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	2.943	2.876	3.690	3.905	30.508	3.869	4.027	3.883	3.657	3.781	1.922	31.772	25.498	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
76	3.669	3.092	2.875	2.518	4.633	16.786	4.735	4.510	3.750	2.906	2.406	2.943	2.876	3.690	3.905	31.722	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	18.420	3.921	2.108	2.485	2.668	11.182	
77	3.669	3.092	2.875	3.618	3.274	16.527	3.243	1.843	3.750	2.906	4.649	4.309	4.265	2.429	2.565	28.788	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	3.108	3.172	19.606	2.592	3.269	2.485	2.668	11.114
78	3.669	4.268	4.093	3.618	3.274	18.922	3.243	3.074	3.750	2.906	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	31.264	3.869	2.887	3.883	2.448	2.554	3.108	4.562	23.312	3.921	2.108	2.485	3.990	12.504
79	2.518	4.268	4.093	3.618	3.274	17.771	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	32.002	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	3.108	1.922	19.606	2.592	3.269	2.485	2.668	11.114
80	4.995	3.092	2.875	2.518	2.055	15.534	1.992	1.843	2.580	2.906	1.000	1.000	2.876	1.000	2.565	17.761	2.684	2.887	2.754	2.448	2.554	1.922	1.968	17.217	2.592	3.369	2.485	2.668	11.114
81	3.669	3.092	2.875	2.518	4.633	16.786	1.992	1.000	2.580	3.644	2.406	1.968	1.922	2.429	2.565	20.506	2.684	1.921	1.752	2.448	2.554	1.922	3.172	16.452	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
82	4.995	3.092	4.093	3.618	3.274	19.072	3.243	3.074	3.750	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	3.905	31.798	2.684	4.027	3.883	3.657	3.781	3.108	3.172	24.312	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
83	3.669	3.092	4.093	3.618	3.274	17.746	3.243	3.074	2.580	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	2.565	29.287	3.869	2.887	2.754	2.448	2.554	3.108	4.562	22.136	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
84	4.995	3.092	4.093	3.618	3.274	19.072	3.243	3.074	2.580	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	2.565	29.491	2.684	4.027	2.754	2.448	2.554	3.108	4.562	22.136	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
85	2.518	3.092	4.093	3.618	3.274	16.595	3.243	1.843	2.580	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	3.905	29.397	2.684	2.887	3.883	3.657	2.554	1.922	3.172	21.945	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
86	3.669	3.092	2.875	3.618	3.274	16.527	3.243	1.843	2.580	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	3.905	28.113	2.684	2.887	2.754	2.448	1.000	1.000	3.172	15.945	2.592	2.108	2.485	2.668	9.853
87	3.669	3.092	2.875	2.518	3.274	15.757	3.243	3.074	2.580	1.000	4.649	4.309	4.265	2.429	2.565	30.369	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	13.765
88	1.680	3.092	4.093	3.618	3.274	15.757	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	32.002	3.869	4.027	3.883	3.657	3.781	3.108	3.172	25.498	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
89	2.518	4.268	4.093	4.984	4.633	20.496	3.243	3.074	3.750	2.174	4.649	4.309	4.265	2.429	2.565	30.457	1.844	4.027	5.132	3.657	2.554	3.108	3.172	26.834	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
90	3.669	3.092	4.093	3.618	3.274	17.746	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	30.532	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	3.172	24.271	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
91	3.669	3.092	2.875	3.618	3.274	16.527	3.243	3.074	3.750	2.174	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	29.458	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	3.172	24.271	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
92	4.995	4.268	4.093	3.618	3.274	20.248	3.243	3.074	3.750	1.000	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	29.458	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	13.765
93	2.518	4.268	2.875	3.618	4.633	17.912	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	30.636	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
94	2.518	4.268	2.875	4.984	4.633	19.278	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	32.002	1.844	5.340	5.132	4.984	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
95	4.995	4.268	4.093	3.618	3.274	20.248	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	30.636	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
96	4.995	4.268	4.093	3.618	3.274	20.248	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	32.002	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
97	3.669	4.268	4.093	3.618	3.274	18.922	3.243	3.074	3.750	2.174	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	30.532	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
98	3.669	4.268	2.875	4.984	4.633	20.429	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	3.905	32.002	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177
99	2.518	4.268	4.093	3.618	3.274	17.771	3.243	3.074	3.750	3.644	3.383	4.309	4.265	2.429	2.565	29.295	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	16.747
100	1.680	3.092	4.093	3.618	4.633	17.116	3.243	3.074	3.750	2.174	3.383	4.309	4.265	2.429	2.565	29.191	3.869	4.027	3.883	3.657	2.554	3.108	4.562	25.661	3.921	3.369	3.897	3.990	15.177

Lampiran 5. Surat Izin Tempat Penelitian Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 114/Un.24/F.V/PP.00.9/05/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 21 Mei 2025

Kepada Yth.
Rektor UIN Datokarama Palu
di –
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Amalia Nurul Hidayah
NIM : 21.5.15.0001
TTL : Ampibabo, 14 September 2002
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Jl. Tentena Raya, Perumnas Silae

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: ***"Pengaruh Pengetahuan, Sikap Keuangan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)"***

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di UIN Datokarama Palu

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalam.

Dekan,

Sagir Muhammad Amin

Lampiran 6. Dokumentasi Hasil Penelitian



Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Melalui Online

Lampiran 7. Uji Validitas

➤ Uji Validitas Pengetahuan (X1)

		Correlations					
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	TOTAL
X1.P1	Pearson Correlation	1	.593**	.467**	.402**	.443**	.751**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.P2	Pearson Correlation	.593**	1	.593**	.526**	.464**	.838**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.P3	Pearson Correlation	.467**	.593**	1	.607**	.542**	.828**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.P4	Pearson Correlation	.402**	.526**	.607**	1	.592**	.803**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.P5	Pearson Correlation	.443**	.464**	.542**	.592**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.751**	.838**	.828**	.803**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Validitas Sikap Keuangan (X2)

		Correlations									
		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7	X2.P8	X2.P9	TOTAL
X2.P1	Pearson Correlation	1	.740**	.617**	.342**	.455**	.246*	.238*	.281**	.369**	.787**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.014	.017	.005	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P2	Pearson Correlation	.740**	1	.688**	.375**	.338**	.215*	.287**	.281**	.348**	.782**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.031	.004	.005	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P3	Pearson Correlation	.617**	.688**	1	.450**	.267**	.056	.077	.363**	.340**	.724**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.007	.580	.445	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P4	Pearson Correlation	.342**	.375**	.450**	1	.035	-.183	-.028	.288**	.220*	.531**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.731	.068	.779	.004	.028	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P5	Pearson Correlation	.455**	.338**	.267**	.035	1	.483**	.407**	.188	.212*	.615**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.007	.731		<.001	<.001	.060	.034	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P6	Pearson Correlation	.246*	.215*	.056	-.183	.483**	1	.644**	-.104	.133	.418**
	Sig. (2-tailed)	.014	.031	.580	.068	<.001		<.001	.301	.186	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P7	Pearson Correlation	.238*	.287**	.077	-.028	.407**	.644**	1	-.051	.301**	.497**
	Sig. (2-tailed)	.017	.004	.445	.779	<.001	<.001		.614	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P8	Pearson Correlation	.281**	.281**	.363**	.288**	.188	-.104	-.051	1	.360**	.479**
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	<.001	.004	.060	.301	.614		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.P9	Pearson Correlation	.369**	.348**	.340**	.220*	.212*	.133	.301**	.360**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.028	.034	.186	.002	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.787**	.782**	.724**	.531**	.615**	.418**	.497**	.479**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Validitas Persepsi Manfaat (X3)

		Correlations							
		X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	X3.P6	X3.P7	TOTAL
X3.P1	Pearson Correlation	1	.833**	.731**	.702**	.417**	.628**	.348**	.865**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P2	Pearson Correlation	.833**	1	.751**	.711**	.457**	.647**	.304**	.875**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P3	Pearson Correlation	.731**	.751**	1	.786**	.646**	.563**	.352**	.896**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P4	Pearson Correlation	.702**	.711**	.786**	1	.569**	.516**	.410**	.870**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P5	Pearson Correlation	.417**	.457**	.646**	.569**	1	.298**	.155	.652**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		.003	.123	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P6	Pearson Correlation	.628**	.647**	.563**	.516**	.298**	1	.342**	.737**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.003		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P7	Pearson Correlation	.348**	.304**	.352**	.410**	.155	.342**	1	.519**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	<.001	.123	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.865**	.875**	.896**	.870**	.652**	.737**	.519**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Validitas Keputusan Penggunaan E-wallet Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Y)

		Correlations				
		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	TOTAL
Y.P1	Pearson Correlation	1	.579**	.542**	.594**	.840**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y.P2	Pearson Correlation	.579**	1	.416**	.600**	.808**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y.P3	Pearson Correlation	.542**	.416**	1	.504**	.745**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y.P4	Pearson Correlation	.594**	.600**	.504**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.840**	.808**	.745**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Lampiran 8. Uji Realibilitas

➤ Uji Reabilitas Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.P1	14.9600	6.827	.581	.832
X1.P2	15.4400	6.309	.681	.806
X1.P3	15.2900	6.309	.700	.801
X1.P4	15.1900	6.014	.667	.811
X1.P5	14.8800	6.491	.637	.818

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Reabilitas Sikap Keuangan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.P1	31.3700	13.044	.703	.707
X2.P2	31.3000	13.404	.705	.711
X2.P3	31.4400	13.259	.613	.719
X2.P4	31.9200	13.670	.296	.786
X2.P5	31.1800	13.745	.462	.743
X2.P6	30.8400	15.449	.269	.769
X2.P7	30.8100	14.923	.350	.759
X2.P8	32.1600	15.065	.334	.761
X2.P9	31.7000	14.616	.462	.745

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Reabilitas Persepsi Manfaat (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.P1	22.6400	12.495	.804	.863
X3.P2	22.5900	12.265	.815	.861
X3.P3	22.4700	12.029	.845	.857
X3.P4	22.4900	12.313	.808	.862
X3.P5	22.8900	14.099	.535	.894
X3.P6	22.5600	13.400	.636	.884
X3.P7	21.9200	15.044	.388	.908

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Reabilitas Keputusan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Transaksi Pembayaran Digital (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.P1	11.0500	2.694	.698	.756
Y.P2	10.8400	2.782	.641	.782
Y.P3	11.1900	3.105	.571	.812
Y.P4	10.9300	2.631	.690	.759

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik

➤ Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardiz ed Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.67878031
Most Extreme Differences	Absolute		.078
	Positive		.055
	Negative		-.078
Test Statistic			.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.137
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^d	Sig.		.139
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.130
		Upper Bound	.148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.508	1.968
	X2	.535	1.870
	X3	.400	2.497

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367		
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001	.508	1.968
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009	.535	1.870
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001	.400	2.497

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.125	.721		1.560	.122
	X1	.023	.047	.069	.486	.628
	X2	-.011	.029	-.055	-.394	.694
	X3	.007	.033	.034	.214	.831

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Hipotesis (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.105	1.220		-.906	.367
	X1	.289	.079	.309	3.671	<.001
	X2	.132	.049	.219	2.670	.009
	X3	.227	.055	.391	4.121	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	526.846	3	175.615	60.424	<.001 ^b
	Residual	279.012	96	2.906		
	Total	805.858	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Output SPSS. 27.

➤ Uji Kofisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.643	1.70481

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data Output SPSS. 27.

Lampiran 10. Blanko Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.

Website : www.uindatokarama.ac.id email: humas@uindatokarama.ac.id

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Amalia Nurul Hidayah NIM : 21.5.15.0001
TTL : Ampibabo, 14 September 2002 Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Perbankan Syariah Semester : VII (Tujuh)
Alamat : Jl. Tentena IV, Silae Nomor HP : 0822-9330-0647

Judul:

o Judul I

Pengaruh Promo, E-WOM dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying
dari Peserta Event Day pada Pengguna Shopee dengan Gender sebagai
Variabel Moderasi

o Judul II

Pengaruh Transaksi Digital (E-Wallet), E-Poster dan Trend Sosial Media
Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Pengguna E-Commerce
(Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)

o

Judul III

Pengaruh Perilaku Teknologi (Internet), Sikap Keuangan, Penghasilan
Karyawan dan Pengawasan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan
dalam Menggunakan Otopex Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Datokarama
Palu Tahun 2021-2022)

Palu, 02 Oktober 2024
Mahasiswa,

Mengetahui,
Penasehat Akademik

Muhammad Syaafat, S.E., M.S.A., Ak
NIP.

Amalia Nurul Hidayah
NIM. 215150001

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan:

ACC Judul 3

Pembimbing I: Dr. Ubay Hanun, M.Si

Pembimbing II: Rizqa Sabrina, M.Psi

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik & Kelembagaan

Ketua Jurusan

Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.
NIP. 19860204 201401 1 002

Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 201903 1 006

Lampiran 11. SK. Pembimbing Skripsi

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR: 407 TAHUN 2025**

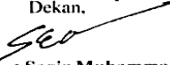
**TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

- Membaca** : Surat permohonan saudara: **Amalia Nurul Hidayah/NIM: 21.15.15.0001** mahasiswa Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan tugas akhir pada Program Strata Satu (S1) dengan judul: **PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP KEUANGAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET SEBAGAI TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL (Studi Pada Mahasiswa UIN Datokarama Palu)**
- Menimbang** : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan tugas akhir tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
6. Keputusan Menteri Agama Nomor: 116056/B.II/3/2023 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu Masa Jabatan 2023-2027;
7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 532/Un.24/KP.07.6/11/2023 Tanggal 06 November 2023 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2024/2025
- PERTAMA** : **1. Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I** (Pembimbing I)
2. Rizqa Sabrina Badjarad, S.Psi., M.Psi (Pembimbing II)
- KEDUA** : Pembimbing I dan II memiliki tugas yang sama dalam memberikan bimbingan berkaitan dengan materi, metodologi, tata bahasa, dan Teknik penulisan tugas akhir.
- KETIGA** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN Datokarama Palu Tahun Anggaran 2025.
- KEEMPAT** : Jangka waktu penyelesaian tugas akhir dimaksud selambat-lambatnya 1 (satu) tahun terhitung mulai tanggal ditetapkannya keputusan ini. Apabila batas waktu berakhir, maka Dekan akan mengevaluasi kembali keputusan ini.
- KELIMA** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal penetapan, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palu
Pada Tanggal : // April 2025
Dekan,


Sagir Muhammad Amin

Tembusan :

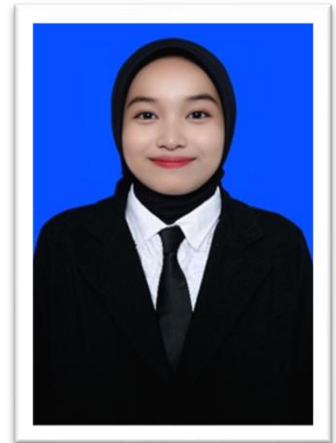
1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Amalia Nurul Hidayah
Tempat, Tanggal Lahir : Ampibabo, 14 September 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Tentena Raya, Perumahan Silae
No. Handphone : 0822-9330-0647
Email : amalhya14@gmail.com
Nama Ayah : Ali Muntasir, S.Pd
Nama Ibu : Dra. Masida Rahim



B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 1 Inti Pembina Ampibabo : Tahun Kelulusan 2015
SMP Negeri 1 Ampibabo : Tahun Kelulusan 2018
SMA Negeri 1 Ampibabo : Tahun Kelulusan 2021
Universitas Islam Negeri Datokarama Palu : Tahun Kelulusan 2025

C. Riwayat Organisasi

- Anggota Departemen Minat dan Bakat Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI) Periode Tahun 2023-2024.
- Koordinator Departemen Keagamaan Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI) Periode 2024-2025.