

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET* PASCA COVID 19

Khoirul Fatah¹ *

¹Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pekajangan
Pekalongan, Jalan KHM. Mansyur No.02 Pekalongan, 51119

*khoirul.fatah@umpp.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian: Model *e-Wallet* digunakan dalam penelitian ini untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi kecenderungan konsumen layanan transaksi digital dalam mengadopsi teknologi finansial (*Fintech*).

Desain/metode/pendekatan: Kajian ini termasuk penelitian kuantitatif, yang berfokus pada pemahaman permasalahan sosial berdasarkan kondisi dunia nyata atau lingkungan alam yang komprehensif, rumit, dan terperinci. Target sampling adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Salah satu teknik pengambilan sampel yang perlu diperhatikan adalah target sampling. Pengguna *e-Wallet* ShopeePay di Kota Pekalongan dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 25, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier dasar.

Hasil penelitian: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan Terhadap Penggunaan terhadap Penggunaan *e-Wallet* pasca Covid 19.

Kontribusi teori: Studi ini dapat menjadi panduan untuk menguji teori-teori terkini dalam perkuliahan dan mendapatkan pemahaman tentang bagaimana Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan berdampak pada penggunaan *e-wallet* setelah COVID-19 dengan cara yang menguntungkan dan patut diperhatikan. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan untuk membandingkan teori yang ada saat ini dengan praktik nyata di industri.

Kontribusi praktik/kebijakan: Hasil penelitian ini bisa digunakan oleh pemangku kepentingan seperti Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Pekalongan untuk dapat mengsosialisasikan dalam pemaksimalan penggunaan *e-Wallet* agar bisa memberikan kontribusi yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *start-up* atau *start-up* lain ketika ingin membuat sebuah sistem atau aplikasi *e-Wallet* agar memperhatikan *usability* terkait dengan *usability* dari sistem atau aplikasi *e-Wallet*.

Keterbatasan: Hal ini dimaksudkan agar variabel penelitian dapat diperluas lebih lanjut di masa depan sehingga mencakup lebih dari sekedar keramahan pengguna, sikap, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Variabel persepsi risiko dan keamanan sebaiknya dimasukkan sebagai variabel independen, menurut penulis. Alasannya, minat memanfaatkan sistem atau aplikasi mungkin dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut. Selain itu, peneliti mengusulkan agar objek penelitian dapat memanfaatkan objek *e-Wallet* lainnya, tidak hanya *e-wallet* ShopeePay saja.

Kata Kunci: Transaksi Digital, *e-Wallet*, Analisis Regresi Linier

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 sudah membawa transformasi besar dalam pengalaman penggunaan di seluruh dunia dalam mendorong kerja jarak jauh dan mengubah perilaku masyarakat (Aji et al., 2020). Setelah pandemi berakhir transformasi digital yang digunakan pada saat pandemi Covid 19 sebagai salah satu alternatif masyarakat untuk berinteraksi tidak selamanya berjalan dengan baik seperti yang diharapkan dalam penggunaan digital (Undale et al., 2021). Perkembangan *Financial technology* (*Fintech*) sudah dapat melangsungkan transaksi keuangan menjadi lebih aman, modern, terkontrol dan nyaman (Sulistiyowati et al., n.d.). Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai pengguna pembayaran, pemerintah telah menetapkan peraturan melalui Bank Indonesia (BI) Nomor 18/40/PB/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem inovasi *Fintech*. sektor jasa industri dan sistem, serta prasarana dan sarana lainnya (David Kristian Paath, 2019). Kemunculan *Fintech* yang melahirkan berbagai inovasi telah mengubah sektor keuangan Indonesia secara signifikan dan menyebabkan pergeseran mikroekonomi yang terlihat jelas di seluruh nusantara (Rahmatika & Fajar, 2019). *Fintech* memberikan kontribusi besar untuk mempercepat cakupan layanan keuangan (David Kristian Paath, 2019).

Keberadaan dengan adanya dompet elektronik yang sudah dicita-citakan oleh sebagian kalangan masyarakat karena banyaknya keuntungan dan manfaat yang ditawarkannya (Karim, 2020). Dompet elektronik (*e-Wallet*) merupakan salah satu inisiatif yang muncul sebagai salah satu pembayaran bebas sentuh yang inovatif (Kaur et al., 2020). *e-Wallet* memfasilitasi pengguna dengan memungkinkan mereka menggunakan pembayaran dan kartu loyalitas, melakukan pembayaran *peer-to-peer*, menyimpan tanda terima elektronik, membayar tagihan, dan menggunakan kupon langsung dari aplikasi, sehingga memungkinkan uang pengguna untuk bergerak bersama aplikasi *e-Wallet* yang ada didalam *smartphone* (Esawe, 2022). Namun uang tunai masih banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh banyak orang. Indonesia merupakan salah satu negara yang baru saja mengadopsi sistem pembayaran e-Wallet dibandingkan dengan negara-negara lain yang mengadopsi

sistem pembayaran *e-Wallet* lebih awal. Berbagai manfaat yang ditawarkan oleh produk *e-Wallet* (Prakosa & Jati Wintaka, 2020).

Pemilihan dan penggunaan *e-Wallet* pada dasarnya di dasarkan pada minat individu dalam penggunaannya (León, 2021). Niat dalam menggunakan adalah keinginan atau angan-angan individu untuk melakukan sesuatu dan dilandasi oleh sikap (Intarot, 2018). Keinginan seseorang dalam keteratarikan untuk memutuskan dalam menggunakan *e-Wallet* adalah dipengaruhi oleh persepsi seperti: (1) Literasi Keuangan merupakan pemahaman tentang kecerdasan dan tekad yang dapat mempengaruhi perilaku untuk mencapai pengambilan keputusan yang lebih baik dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kekayaan. (2) Norma Subjektif merupakan pendapat seseorang tentang apa yang menurut orang di sekitarnya tentang hal tertentu yang harus dilakukan. (3) Persepsi seseorang terhadap hal-hal yang sudah ada dapat mendukung atau menghalanginya untuk bertindak dengan cara tertentu. Ini dikenal sebagai kontrol yang dirasakan (Undale et al., 2021). Masyarakat meyakini informasi dan aset pribadinya aman dalam sistem *e-Wallet* akan meningkatkan minat untuk menggunakan layanan *e-Wallet* (Karim, 2020). Hal tersebut merupakan sesuatu hal baru dapat dianggap aman oleh sebagian masyarakat, mengingat metode pembayaran *cashless* belum sepenuhnya digunakan untuk bertransaksi di seluruh masyarakat (León, 2021). Risiko yang ditimbulkan adalah adanya persepsi individu tentang kemungkinan bahwa sesuatu yang tidak terduga akan terjadi atau harapan tidak akan terpenuhi ketika menggunakan sesuatu (Shin & Lee, 2021). Peneliti berpendapat bahwa persepsi ini merupakan persepsi mendasar yang dijadikan oleh masyarakat sebagai faktor utama dalam menentukan apakah akan menggunakan *e-wallet* atau tidak (David Kristian Paath, 2019).

Kehadiran *Fintech* yang berkembang pesat menjadi peluang sekaligus tantangan terbesar bagi Indonesia saat ini (Biduri et al., 2021). Dalam hal ini, tugas para pelaku *e-commerce* dan *start-up*, termasuk UKM sebagai pemain sentral dalam ekonomi digital, adalah mengadopsi teknologi layanan keuangan yang terukur dan dapat dihitung (Karim, 2020). Saat ini, 96 layanan keuangan *FinTech* seperti Gojek, Uber, Grab, Modalku, Teman Uang, Shoppe, OVO, dan LinkAja, sedang berekspansi dan berkembang di Indonesia. Berdasarkan informasi pengguna per Maret 2021,

Snapcart sampai pada kesimpulannya. pemanfaatannya (76 persen), Gopay (57 persen), Ovo (54 persen), Dana (49 persen), dan LinkAja (21 persen) secara berurutan (Rahmatika & Fajar, 2019).

Proses pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat terbantu oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Irianto, 2020). Perekonomian Indonesia mendapat manfaat besar dari keberhasilan UMKM (Harris, 2021). Pemangku kepentingan UMKM lebih mandiri daripada pasif dan dapat menghasilkan ide untuk mengembangkan usaha (Amanda et al., 2017). UMKM Pekalongan khususnya sektor makanan dan minuman kini mulai mengadopsi pembayaran *e-wallet*. Dari segi faktor pendorong minat menggunakan *e-wallet*, sangat menarik untuk mengkaji pilihan dan pengalaman para pelaku UMKM saat menggunakan *e-wallet* (Wulandari & Sumadi, 2020). Dalam dunia bisnis, teknologi informasi memegang peranan penting bagi para pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan (Hetika & Faidah, 2020).

KAJIAN LITERATUR

Elektronik Wallet (e-Wallet)

e-Wallet adalah fitur, layanan, atau aplikasi elektronik yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi *online* untuk membeli barang atau layanan. Dompet digital atau *e-Wallet* adalah layanan elektronik yang bekerja dalam proses penyimpanan data dan sebagai alat pembayaran. *e-Wallet* adalah sistem pembayaran alternatif yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam berbisnis (Prakosa & Jati Wintaka, 2020).

Literasi Keuangan

Pemahaman, kecerdasan, dan kemauan yang berdampak pada tindakan dan perilaku untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mengakumulasi kekayaan dikenal dengan istilah literasi keuangan. Literasi keuangan didefinisikan sebagai memiliki perspektif dan penjelasan mengenai rencana dan risiko keuangan, serta kemampuan, dorongan, dan keyakinan diri untuk menggunakan pemahaman tersebut untuk berlatih membuat keputusan keuangan yang bijaksana, meningkatkan kesejahteraan keuangan diri sendiri dan masyarakat, dan terlibat dalam dunia keuangan (Djaddang et al., 2021).

Norma Subjektif

Norma subjektif dicirikan sebagai keyakinan atau anggapan individu tentang apa yang menurut orang lain dalam hidupnya harus atau tidak boleh dilakukan sehubungan dengan perilaku tertentu (Arif, 2022). Selain itu, norma subyektif dapat dijelaskan sebagai pendapat seseorang tentang apa yang menurut orang di sekitarnya tentang hal tertentu yang harus dilakukan (Hadiapurwa et al., 2021).

Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi seseorang terhadap kekuatan-kekuatan yang mendorong atau mencegahnya bertindak dikenal sebagai kontrol perilaku yang dirasakan (Nashihuddin & Anwar, 2017). Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada persepsi seseorang terhadap kemudahan dan tantangan dalam melakukan perilaku yang diinginkan, dan niat berperilaku adalah salah satu pertimbangan ketika menilai perolehan perilaku seseorang secara langsung. Sebaliknya, pengendalian menurut konsep behavioral merupakan teori yang berpendapat bahwa baik faktor internal maupun eksternal dapat berdampak pada persepsi seseorang terhadap suatu perilaku tertentu berdasarkan seberapa mudahnya untuk terlibat di dalamnya (Undale et al., 2021). Terdapat pendapat lain juga yang dikemukakan oleh (Kusumaningrum, 2022) dimana yang dimaksud dengan *perceived behavioral control* adalah sikap yang mendefinisikan keyakinan pada pemikiran atau persepsi seseorang tentang kemampuan, sumber daya atau peluang yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Persepsi kontrol perilaku pada siswa SMK Negeri Jakarta Barat merupakan faktor mediasi yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan niat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. Niat untuk terlibat dalam kewirausahaan digital akan meningkat seiring dengan meningkatnya pengetahuan kewirausahaan siswa, dan variabel kontrol perilaku yang dirasakan memfasilitasi hubungan ini (Kusumaningrum, 2022).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Studi Populasi sampel

Menurut para peneliti yang melakukan penelitian dan kesimpulannya, populasi adalah kategori luas yang terdiri dari item atau subjek yang memiliki ciri dan atribut tertentu. Populasi pengguna *e-Wallet ShopeePay* Kota Pekalongan menjadi subjek penelitian ini. Untuk memilih sampel penelitian pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Jogiyanto, 2016), teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* mempunyai beberapa keterbatasan. Sampel penelitian ini adalah pengguna *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan yang mengetahui dan pernah menggunakan layanan tersebut.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah perkembangannya dari model penerimaan teknologi oleh (Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred D., 2000) sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H2: Persepsi Norma Subjektif Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H3: Persepsi Kontrol Perilaku Berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

H4: Persepsi Kontrol Perilaku, Literasi keuangan, dan Norma Subjektif Berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay* di Kota Pekalongan

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data

Kuesioner digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data di mana peserta diminta untuk menanggapi serangkaian pertanyaan tertulis (Rukajat, 2018). Survei ini merupakan survei dengan menyebarkan kuesioner. Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori-teori sebelumnya yang terdapat perbedaan cara untuk menemukan dasar model penerimaan teknologi. Variasi model merupakan variabel eksternal yang mempengaruhi kegunaan dan kegunaan pembayaran *e-Wallet ShopeePay*. Model yang dikembangkan dengan mengadopsi model TAM asli dan dirancang oleh (Davis et al., 1989).

Teknik Analisis Data

Diperlukan analisis data statistik yang sangat akurat, khususnya analisis regresi linier berganda dan software SPSS 25 untuk melengkapi teknik analisis data yang digunakan dalam studi penelitian langkah demi langkah ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang dijadikan sampel dengan cara pengumpulan data melalui kuisisioner atau kuisisioner. Dari 90 kuisisioner yang disebar, 10 kuisisioner tidak sesuai karena pengisian formulir kuisisionernya tidak sesuai. Selain itu, ada juga responden yang belum pernah menggunakan *e-Wallet ShopeePay* namun menyelesaikan survei hingga selesai, sehingga dibutuhkan 90 responden yang memenuhi syarat.

Hasil Uji Validitas

Uji validasi menguji keandalan sebagai alat ukur yaitu sejauh mana alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Variabel penelitian ini diukur dengan menggunakan 21 item yang terdiri dari 4 item yang mengukur variabel literasi keuangan, 5 item yang mengukur variabel norma subjektif, 5 item yang mengukur variabel kontrol perilaku perseptual dan 7 item yang mengukur penggunaan *e-Wallet ShopeePay* sepuluh pernyataan pengukuran kegunaan semuanya dinyatakan valid karena semua nilai r -hitung $>$ r -tabel dengan tingkat signifikansi 0,361. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semua ekspresi digunakan untuk mengukur kegunaan.

Variabel	Indikator	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
literasi keuangan	LK1	0,634	0,361	Valid
	LK2	0,373	0,361	Valid
	LK3	0,648	0,361	Valid
	LK4	0,648	0,361	Valid
norma subjektif	NS1	0,689	0,361	Valid
	NS2	0,688	0,361	Valid
	NS3	0,516	0,361	Valid

	NS4	0,481	0,361	Valid
persepsi	PKP1	0,683	0,361	Valid
	PKP2	0,484	0,361	Valid
kontrol perilaku	PKP3	0,678	0,361	Valid
	PKP4	0,711	0,361	Valid
	PKP5	0,489	0,361	Valid
penggunaan e-Wallet ShopeePay	PEW1	0,587	0,361	Valid
	PEW2	0,555	0,361	Valid
	PEW3	0,467	0,361	Valid
	PEW4	0,651	0,361	Valid
	PEW5	0,686	0,361	Valid
	PEW6	0,607	0,361	Valid
	PEW7	0,594	0,361	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25

Hasil Uji Reliabilitas

Tiga puluh responden berpartisipasi dalam uji reliabilitas ini. Untuk melakukan pengujian ini diperiksa nilai Cronbach's Alpha. Suatu item pernyataan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,6 (Ghozali,2014). Dapat dikatakan bahwa setiap item pernyataan dalam penelitian ini telah dianggap reliabel dan layak untuk digunakan kembali pada penelitian lain. Berikut adalah hasil uji reliabilitas.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
literasi keuangan	0,896	reliabel
norma subjektif	0,896	reliabel
persepsi kontrol perilaku	0,896	reliabel
penggunaan e-Wallet ShopeePay	0,896	reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25

Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kemudahan penggunaan (X1), sikap (X2), dan persepsi kontrol perilaku (X3) terhadap variabel minat penggunaan e-Wallet ShopeePay (Y).

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefesien Regresi (b)	t-hitung	Sig	Kesimpulan
----------------	-----------------------	----------	-----	------------

literasi keuangan (X1)	0,436	3,109	0,003	Signifikan
norma subjektif (X2)	0,203	1,192	0,236	Signifikan
persepsi kontrol perilaku (X3)	0,431	2,535	0,013	Signifikan
Konstanta	: 11,193			
<i>Adjusted R Square</i> : 0,460				
F: 24,414	<i>Sig f</i> : 0,000			
Variabel dependen: penggunaan <i>e-Wallet ShopeePay</i>				

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25

Rumusan regresi linier berganda dapat diungkapkan sebagai berikut, berdasarkan tabel di atas:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 11,193 + 0,436 X_1 + 0,203 X_2 + 0,431 X_3$$

Pengujian hipotesis pertama (H1)

Tabel tersebut menunjukkan koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0, yang bernilai positif yang berarti literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet ShopeePay. Meskipun tingkat signifikansinya adalah 0,003 yaitu $> 0,05$ yang berarti literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk kembali menggunakan *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis kedua (H2)

Tabel tersebut menunjukkan koefisien regresi variabel norma subyektif sebesar 0,203 yang bertanda positif yang artinya norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Meskipun taraf signifikansinya 0,236 yaitu $< 0,05$ yang berarti norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel persepsi kontrol perilaku adalah 0,431 yang bernilai positif yang berarti bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Wallet ShopeePay*. Meskipun taraf signifikannya 0,013 yaitu $< 0,05$ yang berarti bahwa *perceived*

behavioral control berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan kembali *e-Wallet ShopeePay*.

Pengujian hipotesis keempat (H4)

Uji F menguji apakah variabel independen literasi keuangan (X1), norma subyektif (X2) dan persepsi kontrol perilaku (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen minat menggunakan *e-Wallet ShopeePay* (Y). Berdasarkan tabel di atas, koefisien F hasil analisis uji ANOVA adalah 24,414 dan nilai signifikansinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen pada waktu yang sama. Hasil uji koefisien determinasi R² yang ditunjukkan pada tabel menunjukkan nilai adjusted R-squared sebesar 0,441 yang berarti bahwa 44,1% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar ini. Untuk mempelajari Dengan kata lain, variabel literasi keuangan (X1), standar subyektif (X2) dan kontrol perilaku teruji (X3) menyumbang 44,1 persen minat menggunakan *e-Wallet ShopeePay*, dan sisanya 55,9 persen melalui pengaruh atau penjelasan variabel lainnya. tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* (Y). Hipotesis pertama dalam penelitian ini tidak terdukung yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-Wallet ShopeePay*. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memperkuat teori-teori yang ada dan menjadi referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya. Pendapat Rithmaya (2006) bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh (Davis et al., 1989) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penerimaan sistem dari pengguna. Dapat dikatakan bahwa aplikasi tersebut tidak akan membujuk seseorang untuk menggunakannya lagi, bahkan setelah mereka

mempelajarinya. Hasil pengujian selanjutnya juga menunjukkan bahwa variabel norma subjektif (X2) dan persepsi kontrol perilaku (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay* (Y) ini membuktikan bahwa hipotesis terdukung. Hipotesis kedua dalam penelitian ini juga terdukung yaitu terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan (Muhammad Nuril Falah, 2021) yaitu norma subjektif berpengaruh terhadap minat *e-Wallet ShopeePay* menggunakan internet. Sejalan dengan teori yang diungkapkan (Davis et al., 1989) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi dan membentuk sikap konsumen dalam menggunakan sebuah sistem. Kesimpulan untuk meningkatkan kinerja pengguna, suatu aplikasi harus mampu membangun sistem yang benar-benar memberikan manfaat. Dibandingkan dengan dua variabel lainnya, yaitu literasi keuangan dan norma subjektif, variabel persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiyowati et al., n.d.) yang menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan kembali layanan *Shopee* dipengaruhi secara signifikan oleh bagaimana kontrol perilaku dirasakan. Karena perilaku pembelian kembali suatu barang atau jasa merupakan hasil dari perilaku konsumsi sebelumnya, maka persepsi kontrol perilaku positif menjadi landasan niat menggunakan *e-Wallet ShopeePay*.

SIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-Wallet ShopeePay*. Seluruh variabel independen ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *e-Wallet ShopeePay* jika dikaitkan dengan dampak norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian ini dapat digunakan oleh para profesional sebagai pedoman bagi para pemula atau start-up lainnya ketika ingin mengembangkan suatu sistem atau aplikasi agar memperhatikan kegunaan sesuai dengan bagaimana sistem atau aplikasi tersebut akan digunakan. Bahkan bagi orang biasa, aplikasi yang bagus mudah digunakan. Sistem atau aplikasi harus mampu menanamkan pemahaman kepada penggunanya tentang manajemen perilaku yang efektif. Ia juga harus mampu

memenuhi kebutuhan masyarakat, memfasilitasi pekerjaan, dan meningkatkan kinerja pengguna. Inspirasi untuk kontrol perilaku yang luar biasa ini datang dari pengalaman langsung menggunakan aplikasi, baik dari segi kinerja maupun antarmuka. Penggunaan aplikasi akan meningkat jika semua komponen ini diterapkan, sehingga meningkatkan minat untuk menggunakan kembali aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Amanda, K. R., Ekonomika, F., Kristen, J. A., & Wacana, S. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM (Pendekatan Theory of Planned Behavior)*. 9(1), 23–33.
- Arif, N. A. I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Su Medan Pengguna Electronic Money Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 736–760.
- Biduri, S., Hariyanto, W., Loekitasari, S., & Irma Suryani, A. (2021). Apakah Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Berpengaruh Terhadap Intention To Use E-Money? In *Jurnal Akuntansi Integratif* (Vol. 7, Issue 1).
- David Kristian Paath, R. M. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto). *Jurnal Humansi*, 2(2), 38–45.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Djaddang, S., Ardiansyah, M., & Etc. (2021). *Study Action Research : Literasi Akuntansi UMKM Berbasis ETAP dan Android Pada Era Covid-19 Normal Baru*.
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers’ intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Hadiapurwa, A., Novian, R. M., & Harahap, N. (2021). The Utilisation of Digital Libraries as Electronic Learning Resources During the COVID-19 Pandemic at SMA Negeri 3 Batam. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 21(2), 36–48.
- Harris, Y. (2021). *Determinan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UKM Di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru*. 10(1), 165–178.
- Hetika, & Faidah, Y. A. (2020). Aplikasi Akuntansi Berbasis Android Untuk Menyusun Laporan Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus pada Usaha Konveksi “Very Convection”). *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 9(1), 54–61. <http://www.ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/1686>
- Intarot, P. (2018). Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 4(4), 167–175. <https://doi.org/10.20469/ijbas.4.10004-4>
- Irianto, B. S. (2020). Mediasi Sikap Pada Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat

- Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Ukm Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 1–13.
- Jogiyanto, H. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6. In *Yogyakarta: BPFE*. BPFE.
- Karim, M. W. et all. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102091>
- Kusumaningrum, A. (2022). Peran Persepsi Kontrol Perilaku dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan Digital. *Jurnal Ideas Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1485–1494. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1053>
- León, C. (2021). The adoption of a mobile payment system: the user perspective. *Latin American Journal of Central Banking*, 2(4), 100042. <https://doi.org/10.1016/j.lacbc.2021.100042>
- Muhammad Nuril Falah. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Nashihuddin, W., & Anwar, S. (2017). Optimasi Layanan Perpustakaan Digital untuk Peningkatan Kapasitas Sosial Masyarakat. *Konferensi Pusat Dokumentasi Dan Informasi Ilmiah LIPI*, 2006, 1–13.
- Prakosa, A., & Jati Wintaka, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Vol. 3, Issue 1).
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (p. 170). Deepublish.
- Shin, S., & Lee, W. J. (2021). Factors affecting user acceptance for NFC mobile wallets in the U.S. and Korea. *Innovation and Management Review*, 18(4), 417–433. <https://doi.org/10.1108/INMR-02-2020-0018>
- Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (n.d.). *Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompnet Digital*. <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Undale, S., Kulkarni, A., & Patil, H. (2021). Perceived eWallet security: impact of COVID-19 pandemic. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 18(1), 89–104. <https://doi.org/10.1108/xjm-07-2020-0022>
- Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>
- Wulandari, I. R., & Sumadi, S. (2020). Analysis of Behavior Using E-money With A TAM Approach (Technology Acceptance Model). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 24. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.10861>