

Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Dompot Digital Bagi Generasi X Di Medan

Nabila khairina¹, Muhammad Ikhsan Harahap², Nursantri Yanti³

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Correspondence: nabilakhairina04@gmail.com

Received: 19 November 2024 | Revised: 10 Desember 2024 | Accepted: 20 Desember, 2024

Keywords:

Ease of Use;
Generation X;
Interest in Using;
Perception of
Knowledge;
Usefulness

Abstract

This research aims to analyze the influence of perceived knowledge, ease of use, and usefulness on interest in using digital wallet services for Generation X in Medan. There was a quantitative study method used with a poll technique. Questionnaires were sent to 100 people in Medan who are part of Generation X. Multiple linear regression is the method used to find out how the three independent factors affect people's desire to use digital wallets. Processed using IBM SPSS Statistics version 29 as an analytical tool. The results of this research are that simultaneously, these three variables (perceived knowledge, ease of use, and usefulness) have a significant effect on interest in using digital wallet services. Meanwhile, partially, perceived knowledge and ease of use have no effect on interest in using digital wallet services for Generation X in Medan. Meanwhile, usefulness influences interest in using digital wallet services for Generation X in Medan. Following up on the findings of this research, to increase the adoption of digital wallet services among Generation.

Kata Kunci:

Persepsi
Pengetahuan,
Kemudahan
Penggunaan,
Kemanfaatan,
Minat
Menggunakan,
Generasi X

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital bagi Generasi X di Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik jajak pendapat. Kuesioner dikirimkan kepada 100 orang di Medan yang termasuk Generasi X. Metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh ketiga faktor independen tersebut terhadap keinginan masyarakat dalam menggunakan dompet digital adalah regresi linier berganda. Diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic versi 29 sebagai bantu alat analisis. Hasil penelitian ini adalah Secara simultan, ketiga variabel tersebut (persepsi pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital. Sementara secara parsial, Persepsi Pengetahuan dan Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan layanan dompet digital bagi Generasi X di Medan. Sedangkan Kemanfaatan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan layanan dompet digital bagi Generasi X di Medan. Menindak lanjuti temuan pada penelitian ini, maka untuk meningkatkan adopsi layanan dompet digital di kalangan Generasi X, penyedia layanan perlu memberikan edukasi yang lebih baik, memastikan layanan yang mudah diakses, Dan juga menunjukkan manfaat yang bisa didapat dari menggunakan dompet digital.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat, dan dunia telah menyaksikan bagaimana perkembangan ini dapat mengubah manusia dan sistem ekonomi global. Banyak penemuan yang berkembang dengan cepat dan dinamis menghasilkan barang-barang baru dan memiliki kekuatan untuk menggantikan barang-barang yang kurang inovatif. Sistem pembayaran merupakan salah satu kemajuan teknis terkini. Untuk mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan, perangkat telah digunakan secara luas dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan baru dalam fintech (financial technology) telah dihasilkan dari hal ini, dan inovasi ini dapat dengan mudah beradaptasi dengan tuntutan konsumennya (Ikhsan Harahap, Sudiarti, 2022).

Salah satu inovasi yang semakin mendominasi adalah penggunaan dompet digital atau e-wallet sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan efisien. Pemahaman tentang teknologi, terutama dompet digital, menjadi semakin penting di era modern ini. Dompet digital semakin penting dalam teknologi modern, menawarkan transaksi tanpa uang tunai dan berbagai manfaat. Penelitian menunjukkan bahwa dompet digital banyak digunakan oleh usaha kecil dan konsumen untuk transaksi ritel, termasuk transportasi daring, pengiriman makanan, dan e-commerce. Adopsi dompet digital dipengaruhi oleh faktor sosial, teknis, dan lingkungan, dengan kemudahan penggunaan, keamanan, dan efisiensi sebagai pendorong utama (Saputro & Winarni, 2023). Namun dari semua kemanfaatan dan kegunaan dompet digital tidak banyak generasi X memanfaatkan teknologi tersebut karena atas faktor kurangnya pengetahuan, dan generasi X lebih cenderung berhati-hati dalam menggunakan teknologi baru, terutama dompet digital. Fokus utama mereka dalam memilih teknologi seperti dompet digital adalah keamanan, kemanfaatan dan kemudahan penggunaan (Rahmayanti & Kencana, 2025).

Menurut (Alisia & Puspawati, 2024) menyatakan bahwa generasi dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yaitu, (1) Veteran Generation dari tahun 1925-1946, (2) Baby Boom Generation dari tahun 1946-1965, (3) X Generation dari tahun 1965-1980, (4) Y Generation dari 1980- 1995, (5) Z Generation dari tahun 1995-2010, (6) Alfa Generation dari tahun 2011-sekarang. Generasi X adalah generasi yang terbiasa dengan perubahan teknologi dan memiliki keinginan untuk memanfaatkannya secara efektif. Generasi ini tumbuh di era transisi antara teknologi analog dan digital, sehingga, minat mereka dalam mengadopsi inovasi teknologi seperti dompet digital menjadi topik yang penting untuk diteliti.

Fenomena pertumbuhan teknologi yang semakin maju membuat semakin banyak inovasi teknologi salah satunya dompet digital. Fenomena tersebut menuntut setiap generasi menggunakannya baik tua maupun muda, pengusaha ataupun tidak, bepropesi ataupun tidak, baik yang masih hidup siap maupun tidak siap harus mengikuti perkembangan dan pertumbuhan teknologi. Tetapi nyatanya dilapangan yang mampu atau yang sering menggunakan teknologi dompet digital hanyalah generasi milenial sampai generasi setelahnya, tidak dengan generasi sebelum generasi milenial yaitu generasi X. Fenomena tersebutlah yang menarik peneliti untuk melihat faktor yang mempengaruhi minat generasi X untuk menggunakan layanan dompet digital.

Layanan dompet digital perlu mampu mengkaji unsur-unsur yang memengaruhi minat penggunaan aplikasinya agar dapat menarik lebih banyak pengguna. Kesan keahlian merupakan salah satu dari sekian banyak unsur yang memengaruhi minat Generasi X dalam mengadopsi dompet digital. Menurut penelitian Priambodo dan Prabawani (2019), salah satu unsur yang memengaruhi pilihan untuk memanfaatkan dompet digital adalah persepsi pengetahuan. Nasabah lebih cenderung memilih untuk memanfaatkan dompet digital jika mereka memiliki informasi yang cukup tentang dompet tersebut dan dapat menggunakannya dengan mudah (Rika Widianita, 2023).

Unsur-unsur berikutnya yang memengaruhi minat dan pilihan untuk memanfaatkan dompet digital adalah kegunaan dan kemudahan penggunaannya (Farid & Laksmi, 2023). Perilaku konsumen

saat memanfaatkan dompet digital akan dipengaruhi oleh kegunaan dan kemudahan penggunaannya. Keunggulan yang diberikan dompet digital memiliki kekuatan untuk mengubah opini publik dan mengembangkan basis penggunaannya. Suatu produk lebih mungkin diadopsi oleh masyarakat umum jika menawarkan keunggulan untuk penggunaan sehari-hari (Tambunan & Sofia, 2023).

Model ini, yang didasarkan pada TAM (Technology Acceptance Model), mengendalikan perilaku setiap orang berdasarkan keyakinan mereka dengan menggunakan dua faktor: seberapa bermanfaat teknologi tersebut dan seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. Banyak pengguna melakukan apa yang mereka inginkan agar dapat menggunakan Internet tanpa masalah. Model ini menunjukkan perilaku pengguna komputer yang didukung oleh data dunia nyata. Dua hal utama yang memengaruhi penerimaan pengguna TAM terhadap sistem informasi adalah seberapa bermanfaat sistem tersebut menurut mereka dan seberapa mudah sistem tersebut menurut mereka digunakan. (Sunarya, 2022).

Pada penelitian ini, Medan sebagai daerah penelitian. Hal ini dikarenakan Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia, umumnya mengikuti tren nasional dalam adopsi teknologi finansial. Namun, dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya seperti Jakarta atau Surabaya, Medan memang cenderung sedikit tertinggal dalam adopsi dompet digital, terutama di kalangan Generasi X. Dan disini peneliti menetapkan Generasi X sebagai subjek pada penelitian ini. Penelitian pada Generasi X juga didasarkan pada penelitian (Widagdo, 2018) yang menjelaskan bahwa Generasi X memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi yang dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Mereka cenderung berhati-hati tetapi adaptif, dengan fokus pada manfaat praktis dan keandalan teknologi. Maka dari itu, penelitian ini akan dilakukan pada Generasi X di wilayah Medan.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya variabel penggunaan dompet digital banyak diteliti sebelumnya dan lebih banyak fokus pada Generasi Milenial (Y) namun sangat sedikit yang membahas Generasi X. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus pada bagaimana Generasi X mengadopsi dompet digital, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Seperti pada penelitian Bima Bittaqwa (2024), “pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA di kalangan mahasiswa jurusan Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung”, hasil penelitian menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA. Selain itu, persepsi keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA. Selanjutnya penelitian dari Ainia Fatiha Susilo Putri, dkk (2024), “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Mahasiswa Di Kota Mataram”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet mahasiswa di Kota Mataram dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet mahasiswa di Kota Mataram. Dan selanjutnya penelitian dari Muhammad Farid Iffat (2022), “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Elektronik Di Kota Medan”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik di Kota Medan.

Dompot Digital

Dompot digital (e-wallet) adalah sebuah aplikasi layanan elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi keuangan secara digital tanpa memerlukan uang tunai, dan dapat menggantikan fungsi dompet fisik dalam menyimpan uang tunai dan kartu (Ayu et al., 2021). Dompot digital memiliki keunggulan seperti kemudahan penggunaan melalui antarmuka sederhana yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai, efisiensi waktu dengan proses transaksi lebih cepat, dan aksesibilitas yang memungkinkan penggunaan kapan saja selama terhubung ke internet. Selain itu,

pengguna sering mendapatkan manfaat tambahan berupa promo, cashback, atau diskon yang ditawarkan oleh penyedia layanan.

Tantangan dalam penggunaan dompet digital meliputi risiko keamanan data akibat serangan siber, kurangnya literasi digital yang menghambat adopsi, keterbatasan infrastruktur internet di beberapa daerah, serta preferensi masyarakat tertentu terhadap uang tunai yang masih dianggap lebih terpercaya dibanding metode digital. Dompet digital mempermudah transaksi harian, mendorong inklusi keuangan bagi masyarakat tanpa akses perbankan tradisional, mendukung transaksi tanpa kontak fisik yang relevan di masa pandemi, serta mengurangi kebutuhan uang tunai sehingga lebih praktis dan efisien. Contoh Dompet Digital yang populer di Indonesia yaitu GoPay (Gojek), OVO, Dana, LinkAja dan ShopeePay. Sedangkan dompet digital yang populer secara global adalah PayPal, Apple Pay, Google Wallet, Alipay (China) dan WeChat Pay (China) (Ichsan et al., 2023).

Persepsi Pengetahuan (*Perception Knowledge*)

Pengetahuan merujuk pada pemahaman individu tentang suatu teknologi atau layanan. Menurut Rogers (2003) dalam Diffusion of Innovations Theory, pengetahuan merupakan tahap awal dalam proses adopsi inovasi, di mana individu perlu mengetahui tentang keberadaan dan cara kerja inovasi sebelum mempertimbangkan adopsinya (Lubis & Tambunan, 2023). Meskipun demikian, konsumen mungkin lebih mahir dalam membuat penilaian jika mereka memiliki tingkat pengetahuan yang lebih tinggi. Orang akan mencerna informasi dengan lebih cerdas. Sumber pengetahuan dapat ditemukan di berbagai media, termasuk media cetak dan elektronik. (Bugis & Anggraini, 2023).

Indikator persepsi pengetahuan menurut (Dr. Vladimir, 2020), yaitu :

- a. Pengetahuan tentang definisi dan fungsi
- b. Pengetahuan tentang fitur-fitur utama
- c. Pengetahuan tentang keamanan
- d. Kesadaran tentang regulasi

Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan penggunaan), seperti yang dijelaskan oleh Davis (Lutfiah et al., 2023) adalah sejauh mana seseorang menganggap pemanfaatan teknologi informasi itu sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak merek. Ide ini mencakup kemampuan penggunaan untuk dengan mudah menggunakan sistem untuk tujuan yang dimaksudkan dan kejelasan tujuan penggunaan TI. Indikator Kemudahan Penggunaan menurut Jugiyanto yang memodifikasi instrumen dari Davis (Nurul Haqiqi et al., 2020) diantaranya yaitu :

- a. Mudah dipelajari,
- b. Mudah dipahami,
- c. Sempel,
- d. Mudah Pengoperasiannya.

Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Menurut (Lutfiah et al., 2023) Gagasan bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan hasil dan memberi manfaat bagi pengguna dikenal sebagai persepsi kegunaan. Kegunaan dan manfaat yang dirasakan memengaruhi niat berperilaku. Pengguna teknologi akan terdorong untuk memanfaatkannya jika mereka menganggapnya bermanfaat dan mudah digunakan (minat perilaku). Kegunaan memengaruhi kenyamanan, tetapi tidak sebaliknya. Jika sistem bermanfaat, orang akan memanfaatkannya terlepas dari betapa mudahnya menggunakannya. Indikator Manfaat atau Kemanfaatan menurut Chin dan Todd (Nurul Haqiqi et al., 2020), yaitu :

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*).
- b. Menambah produktifitas (*increase productivity*)
- c. Menambah efektifitas (*enchance effectiveness*)
- d. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*inprove job performance*)
- e. Berguna (*usefull*)

Minat Menggunakan (*Interest*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan minat sebagai kecenderungan yang kuat terhadap sesuatu, atau dengan kata lain kegemaran. Sebagai sumber motivasi, minat adalah keinginan atau ketertarikan terhadap sesuatu, baik itu kegiatan atau barang yang sesuai dengan emosi seseorang. Seseorang akan sangat termotivasi untuk mewujudkan keinginannya jika ia memiliki minat yang tinggi. (Marliyah, Fadhila Rahma, 2023).

Indikator minat atau minat layanan dompet digital menurut (Hasyim, 2022) , yaitu :

- a. Keterbukaan untuk mencoba
- b. Keinginan untuk menggunakan kembali
- c. Frekuensi penggunaan
- d. Rekomendasi kepada orang lain

Generasi X

Generasi X adalah kelompok demografis yang lahir antara pertengahan 1965-an dan awal 1980-an. Mereka dikenal sebagai generasi yang mengalami transisi dari era analog ke era digital. Studi menunjukkan bahwa meskipun tidak secepat Generasi Y (Millennials) atau Generasi Z dalam mengadopsi teknologi baru, Generasi X memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi yang dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Mereka cenderung berhati-hati tetapi adaptif, dengan fokus pada manfaat praktis dan keandalan teknologi (Nurlaila et al., 2022).

A. METODE

Pada penelitian ini, metode penelitian kuantitatif yang digunakan. Sugiyono mengklaim bahwa alasan disebut sebagai teknik kuantitatif adalah karena data penelitian bersifat numerik, dan statistik digunakan untuk menganalisis data (Candy & Batubara, 2022). Data primer digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono menegaskan bahwa para akademisi dapat memperoleh data langsung dari sumber asli. Para peneliti akan menggunakan WhatsApp dan media lain yang sebanding untuk mendistribusikan survei guna memperoleh data langsung dari sumber awal atau lokasi item.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh persepsi pengetahuan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan kemanfaatan (X_3) terhadap minat Generasi X dalam menggunakan layanan dompet digital (Y). Desain ini memungkinkan pengumpulan informasi yang relevan untuk menggambarkan karakteristik responden dan mengkaji pengaruh dan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Orang-orang yang lahir antara tahun 1960 dan 1980 yang tinggal di wilayah Medan, Sumatera Utara yang memanfaatkan atau tertarik pada teknologi digital, khususnya layanan dompet digital, menjadi partisipan penelitian. Populasi penelitian adalah penduduk yang tinggal di Medan, Sumatera Utara. Rumus Lemeshow digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung jumlah sampel penelitian karena jumlah populasi terlalu besar untuk diketahui secara pasti, dengan rumus

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

(Pulungan et al., 2023)

96,04 dibulatkan menjadi 100, merupakan nilai n rumus Lemeshow untuk sampel penelitian pengguna layanan Dompot Digital di Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini menggabungkan dua strategi pengambilan sampel, yaitu simple random sampling yang melibatkan pemilihan sampel dari populasi secara acak, dan purposeful selection yang didasarkan pada tujuan atau minat penelitian.

Seratus responden yang berdomisili di Medan, Sumatera Utara, diberikan instrumen penelitian berupa kuesioner daring dalam bentuk Google form. Pendekatan survei digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data. Kemudian, perangkat lunak IBM SPSS Statistic 29 digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda terhadap data yang terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumental

a. Uji Validitas

Untuk menentukan apakah suatu instrumen benar-benar mengukur apa yang ingin diukur, digunakan uji validitas. Berikut ini adalah uji validitas penelitian tersebut:

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

No.	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Hasil
A. Persepsi Pengetahuan (X1)				
1.	X1.1	.903	.195	Valid
2.	X1.2	.889	.195	Valid
3.	X1.3	.814	.195	Valid
4.	X1.4	.857	.195	Valid
5.	X1.5	.677	.195	Valid
B. Kemudahan Penggunaan (X2)				
1.	X2.1	.895	.195	Valid
2.	X2.2	.911	.195	Valid
3.	X2.3	.843	.195	Valid
4.	X2.4	.881	.195	Valid
C. Kemanfaatan (X3)				
1.	X3.1	.900	.195	Valid
2.	X3.2	.878	.195	Valid
3.	X3.3	.844	.195	Valid
4.	X3.4	.878	.195	Valid
5.	X3.5	..316	.195	Valid
D. Minat Menggunakan (Y)				
1.	Y.1	.864	.195	Valid
2.	Y.2	.895	.195	Valid
3.	Y.3	.782	.195	Valid
4.	Y.4	.742	.195	Valid

Seratus responden berpartisipasi dalam uji validitas kuesioner. Terlihat hasil penelitian atau pengujian pada IBM SPSS Statistic 29 di atas bahwa validitas pertanyaan setiap variabelnya dapat diverifikasi dinyatakan valid jika “rhitung bernilai positif dan rhitung > rtabel”. Apabila angka r-hitung > r-tabel yaitu 100 dengan taraf signifikansi 0,05 atau 195, maka hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian tersebut valid. Oleh karena itu, dari uji validitas ini dapat disimpulkan

bahwa data yang diperoleh dapat dikatakan valid karena responden mampu memahami setiap pertanyaan.

b. Uji Reliabilitas

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan. Uji reliabilitas digunakan untuk memeriksa konsistensi data. Dengan uji ini, terbentuklah kuesioner yang berfungsi sebagai variabel indikator atau konstruk. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7, maka instrumen dapat dikatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap tim peneliti:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batasan Keandalan	Informasi
1.	Persepsi Pengetahuan (X1)	.884	>.70	Reliabel
2.	Kemudahan Penggunaan (X2)	.905	>.70	Reliabel
3.	Kemanfaatan (X3)	.653	>.70	Reliabel
4.	Minat Menggunakan (Y)	.837	>.70	Reliabel

Berdasarkan hasil IBM SPSS Statistic 29, terlihat bahwa seluruh hasil uji menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel > 0,70. Maka, bisa dikatakan instrumen tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini, yang sering menggunakan uji Shapiro-Wilk atau Kolmogorov-Smirnov, memverifikasi bahwa data yang digunakan terdistribusi secara teratur. Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji kenormalan penelitian ini. Jika nilai sig (signifikansi) lebih dari 0,05, data dianggap terdistribusi secara teratur. Hasil uji kenormalan kemudian ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.39738932	
Most Extreme Differences	Absolute	.067	
	Positive	.067	
	Negative	-.047	
Test Statistic		.067	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.327	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.315
		Upper Bound	.339

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas *kolmogorov sminov* diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,339 > 0,05$ (5%) maka bisa disimpulkan bahwa semua variabel sera data pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan tidak ada hubungan linier yang sempurna antara variabel independen, uji multikolinearitas digunakan. Pastikan variabel independen model regresi tidak memiliki korelasi yang terlalu tinggi satu sama lain. Estimasi koefisien regresi dapat menjadi tidak stabil jika multikolinearitas muncul, sehingga sulit untuk memahami kontribusi relatif setiap variabel independen secara tepat.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.026	.758		5.315	<,001		
	X1 (Persepsi Pengetahuan)	.131	.073	.180	1.784	.078	.364	2.746
	X2 (Kemudahan Penggunaan)	.116	.091	.134	1.286	.201	.343	2.915
	X3 (Kemanfaatan)	.368	.074	.543	4.987	<,001	.313	3.193

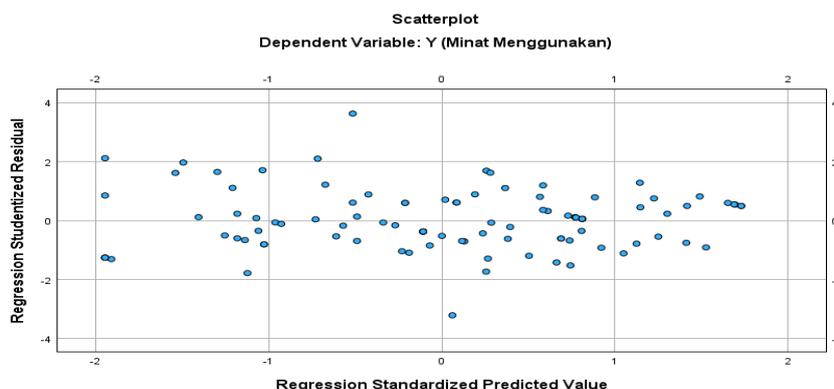
a. Dependent Variable: Y (Minat Menggunakan)

Dari hasil tersebut bisa dilihat bahwa nilai *Tolerance* variabel Persepsi Pengetahuan sebesar 0.364, Kemudahan Penggunaan sebesar 0.343, serta Kemanfaatan sebesar 0,313. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka dapat dikatakan atau disimpulkan tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa varians error dari model regresi adalah konstan. Dan memastikan bahwa varians dari residual (error) dalam model regresi bersifat konstan. Jika varians residual tidak konstan, ini disebut *heteroskedastisitas*, yang bisa menyebabkan hasil regresi menjadi tidak efisien serta estimasi koefisien menjadi bias.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar IBM SPSS Statistics 29 diatas, terlihat jelas bahwa titik-titik tersebar secara acak, tidak menimbulkan masalah atau pola tertentu, atau tidak teratur. Selain itu, titik-titik tersebar di atas

dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen (X1, X2, X3, dst.) terhadap satu variabel dependen (Y). Tujuannya ialah untuk menentukan sejauh mana setiap variabel independen memengaruhi variabel dependen dan apakah ada hubungan yang berarti antara faktor-faktor independen serta variabel dependen. Misalnya, memeriksa bagaimana faktor-faktor independen (pengetahuan, kegunaan, dan kegunaan) memengaruhi variabel dependen (minat untuk memanfaatkan).

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.026	.758		5.315	<.001
	X1 (Persepsi Pengetahuan)	.131	.073	.180	1.784	.078
	X2 (Kemudahan Penggunaan)	.116	.091	.134	1.286	.201
	X3 (Kemanfaatan)	.368	.074	.543	4.987	<.001

a. Dependent Variable: Y (Minat Menggunakan)

Persamaan regresi berganda berikut ini diperoleh dari analisis data yang dilakukan oleh akademisi menggunakan IBM SPSS Statistic 29:

$$Y = 4.026 + 0.131 X1 + 0.116 X2 + 0.368 X3 + e$$

Regresi linier berganda memungkinkan interpretasi berikut:

- a. Nilai konstanta (α) adalah 4,026, yang menunjukkan bahwa akan ada minat yang lebih besar untuk menggunakan skor jika skor variabel independen dianggap tidak ada atau sama dengan 0.
- b. Nilai koefisien regresi X1 adalah 0,131. Ini menyiratkan bahwa akan ada minat yang lebih besar untuk menggunakan skor jika skor persepsi pengetahuan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi X2 adalah 0,116. Ini menyiratkan bahwa akan ada minat yang lebih besar untuk menggunakan skor jika skor kemudahan penggunaan meningkat.
- d. Nilai koefisien regresi X3 adalah 0,368. Ini menyiratkan bahwa akan ada keinginan yang lebih besar untuk memanfaatkan skor tersebut seiring dengan meningkatnya skor kegunaan.
- e. Std. Nilai Kesalahannya (*error*) adalah 0.758.

Semua faktor independen memiliki dampak pada variabel dependen, menurut penjelasan temuan analisis regresi. Dengan efek 36,8%, variabel kegunaan adalah yang paling menonjol dari tiga variabel independen dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji-t memeriksa bagaimana setiap variabel yang bukan variabel dependen memengaruhinya. Salah satu cara menggunakan uji-t dalam regresi linier berganda adalah untuk memeriksa apakah setiap variabel independen memiliki dampak besar pada variabel dependennya sendiri. Jika angka regresi sangat berbeda dari nol, kita dapat menggunakan uji-t untuk melihat apakah setiap variabel independen memiliki dampak yang berarti pada variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.026	.758		5.315	<,001
	Persepsi Pengetahuan	.131	.073	.180	1.784	.078
	Kemudahan Penggunaan	.116	.091	.134	1.286	.201
	Kemanfaatan	.368	.074	.543	4.987	<,001

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil uji t diatas, maka bisa diambil keputusannya sebagaiberikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig. variabel Persepsi Pengetahuan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar $0.078 > 0.05$. Maka bisa disimpulkan bahwa H1 variabel Pengaruh Pengetahuan tidak berpengaruh pada minat generasi X dalam menggunakan layanan dompet digital.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig. variabel Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar $0.201 > 0.05$. Maka bisa disimpulkan bahwa H2 dai variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh pada minat generasi x dalam menggunakan layanan dompet digital.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai sig. variabel Kemanfaatan (X3) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar $< 0.001 < 0.05$. Variabel Kegunaan memengaruhi keinginan generasi X untuk menggunakan layanan dompet digital.

b. Uji F

Uji F untuk melihat apakah semua faktor independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen pada saat yang sama. Dalam regresi linier berganda, uji F dipakai untuk melihat apakah semua faktor independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada saat yang sama. Uji ini memberikan gambaran umum tentang seberapa baik model regresi tersebut.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1027.750	3	342.583	57.800	<,001 ^b
	Residual	569.000	96	5.927		
	Total	1596.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Persepsi Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan output uji F diatas, bisa diketahui dengan nilai F hitung sebesar 57.800 dan signifikansi < 0.001 , **terdapat pengaruh yang sangat signifikan** dari persepsi pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital pada Generasi X di Medan.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien Determinasi (R²) adalah ukuran statistik yang digunakan dalam regresi yang menunjukkan seberapa besar perbedaan dalam variabel dependen bisa dijelaskan

oleh faktor-faktor independen model. Artinya, R² menunjukkan seberapa baik model regresi dapat menggunakan faktor-faktor independen untuk menjelaskan perubahan dalam variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.644	.633	2.43456

a. Predictors: (Constant), X3 (Kemanfaatan), X1 (Persepsi Pengetahuan), X2 (Kemudahan Penggunaan)

b. Dependent Variable: Y (Minat Menggunakan)

Berdasarkan output diatas, bisa diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.633 artinya setiap variabel X1, X2 dan X3 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 63.3%. sedangkan sisanya yaitu sebesar 36.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

B. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS DATA

1. Pengaruh Persepsi Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital

Hipotesis pertama penelitian ini tidak berpengaruh signifikan antara variabel pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan dompet digital. Hal ini terlihat dari hasil pengujian yang menunjukkan nilai Sig. variabel Persepsi Pengetahuan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar $0.078 > 0.05$. Yang menunjukkan bahwa Pengaruh Pengetahuan tidak berpengaruh pada minat generasi X dalam menggunakan layanan dompet digital.

Pada penelitian ini banyak responden yang tidak memahami apa itu dompet digital, karena faktor usia mereka tidak bisa hanya diberikan pengetahuan tetapi mereka juga perlu diberikan gambaran cara penggunaannya. Walaupun sudah diberikan gambaran kadang mereka bisa hanya mengingatnya dihari itu saja, tidak untuk hari-hari berikutnya, menurut peneliti mereka bisa menggunakannya ketika mereka memiliki pemandu yang lebih paham dompet digital biasanya generasi millinial dan generasi z yang jauh lebih paham. Generasi x dimasa sekolah mereka kurang mendapatkan secara mendalam mengenai teknologi, sehingga semakin berkembangnya teknologi mereka merasa tertinggal, tetapi ketika mereka mencoba untuk belajar mereka masih tidak bisa mengikutinya. Terbukti dari 100 responden, kebanyakan pendidikan terakhir mereka adalah S1, SMA dan SMP. Artinya, kurangnya pengetahuan dan pemahaman generasi x tentang dompet digital yang menyebabkan kurangnya minat mereka untuk menggunakannya.

Hal ini tidak sejalan dengan *Diffusion of Innovations Theory*, yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan tahap awal dalam proses adopsi inovasi, di mana individu perlu mengetahui tentang keberadaan dan cara kerja inovasi sebelum mempertimbangkannya (Lubis & Tambunan, 2023). Nyatanya walaupun pengetahuan sudah memadai belum tentu membantu meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan diri bagi generasi X untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Priambodo dan Prabawani (2019) yang menemukan bahwa Persepsi Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat memutuskan untuk menggunakan dompet digital. Rika Widianita (2023) mengatakan bahwa masyarakat akan lebih memilih menggunakan dompet digital apabila mereka memiliki pengetahuan yang luas mengenai dompet digital dan dapat menggunakannya dengan mudah (Rika Widianita, 2023).

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital

Teori kedua penelitian ini tidak terbukti, yaitu variabel “kemudahan penggunaan” tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan dompet digital. Hal ini terlihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa t hitung = 1,286 lebih kecil dari t tabel =

1,660 dan $0,201 > 0,05$ lebih baik dari $0,05$. Karena nilai kepentingannya diatas $0,05$, artinya kemudahan penggunaan layanan dompet digital tidak terlalu memengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakannya.

Generasi X cenderung nyaman menggunakan metode transaksi tradisional seperti uang tunai atau kartu debit/kredit. Meskipun dompet digital mudah digunakan, kebiasaan dan kenyamanan menggunakan metode konvensional masih sulit diubah. Generasi X, meskipun termasuk generasi yang beradaptasi dengan teknologi, masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Mereka mungkin kurang familiar atau merasa tidak percaya diri dalam menggunakan layanan berbasis teknologi seperti dompet digital.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Putri & Karim, 2023); (Laloan et al., 2023) yang menyatakan bahwa seberapa mudahnya penggunaan dompet elektronik tidak mengubah keinginan untuk menggunakannya. Hal ini berbeda dengan penelitian oleh (Lahagu et al., 2023) ; (Nguyen, 2020) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan layanan dompet digital membuat orang lebih tertarik.

3. Pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital

Dapat dikatakan bahwa teori penelitian ketiga yang menyatakan bahwa variabel nilai memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi X dalam menggunakan layanan dompet digital adalah benar. Karena $t \text{ hitung} = 4,987 > t \text{ tabel} = 1,660$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, hal ini jelas. Hal ini menunjukkan bahwa seberapa bermanfaat sesuatu memiliki pengaruh besar terhadap keinginan orang untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna Generasi X cenderung tertarik pada layanan yang memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kemanfaatan menjadi faktor signifikan karena Generasi X lebih fokus pada nilai praktis dan manfaat nyata yang bisa mempermudah kehidupan mereka. Efisiensi waktu, kepraktisan dalam transaksi, serta kemampuan dompet digital untuk mendukung berbagai aktivitas sehari-hari menjadikannya solusi finansial yang menarik bagi generasi ini.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Shamsuddin et al., 2023) ; (Effendy et al., 2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurfadillah, 2024) ; (Safitri, 2023) kemanfaatan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menggunakan dompet digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Artinya, kurangnya pengetahuan dan pemahaman Generasi X tentang dompet digital, sehingga menyebabkan kurangnya minat mereka untuk menggunakannya. Kemudahan Penggunaan juga tidak berpengaruh signifikan, hal tersebut yang menyebabkan susahya Generasi X ini dalam mengakses dan menggunakan layanan dompet digital, sehingga menyebabkan kurangnya minat dari Generasi X untuk memanfaatkannya. Kemanfaatan menunjukkan pengaruh positif terhadap minat, menunjukkan bahwa generasi X lebih cenderung tertarik menggunakan dompet digital jika mereka merasakan manfaat yang jelas dari penggunaannya. Secara simultan, ketiga variabel tersebut (persepsi pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.

Saran bagi penyedia layanan dompet digital pertama, harus fokus pada promosi fitur-fitur yang menunjukkan kemanfaatan langsung dari penggunaan dompet digital, seperti cashback, promo diskon, atau efisiensi transaksi. Dan memberikan pengetahuan untuk generasi X dimasa depan teknologi ini

mau tidak mau perlu untuk digunakan karena sekarang banyak tempat, usaha, dan kegiatan itu perlu menggunakan dompet digital dalam pembayaran. Dan terakhir, menyediakan program edukasi dan literasi keuangan digital yang lebih menarik dan mudah dipahami untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat, khususnya generasi X.

Untuk peneliti selanjutnya harus memperluas cakupan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain, seperti keamanan, kepercayaan, atau gaya hidup, yang mungkin berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Dan paling utama melakukan penelitian di kota lain untuk melihat apakah terdapat perbedaan pola perilaku antar wilayah. Sedangkan untuk generasi X perlu lebih terbuka terhadap teknologi baru dan memanfaatkan keuntungan yang ditawarkan oleh dompet digital dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran yang lebih cepat dan efisien. Karena sekarang pertumbuhan teknologi semakin pesat dan generasi x ini harus bisa mengikuti zamannya. Sudah banyak tempat-tempat yang metode pembayarannya tidak lagi menggunakan pembayaran chas seperti mall, tempat wisata, café, dll. Hal itulah yang menjadikan alasan wajib bagi generasi X untuk terus mengikuti pertumbuhan teknologi dan menggunakannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Alisia, S. N., & Puspawati, D. (2024). *Adopsi Penggunaan Layanan Digital Fintech pada Generasi X di Indonesia*. 17(2), 419–431. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2072>
- Ayu, I., Jayantari, A. U., Ayu, G., Giantari, K., & Setiawan, Y. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention of Digital Wallet Service (e-wallet). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 56–61. <https://doi.org/10.9790/487X-2306015661>
- Bugis, S. W., & Anggraini, T. (2023). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Sosialisasi Produk dan Literasi Nasabah terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tapanuli Tengah*. 9(01), 841–846.
- Candy, M., & Batubara, A. (2022). *Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. 7(30), 706–725.
- Dr. Vladimir, V. F. (2020). Hubungan Pengetahuan Dengan Kinerja Karyawan. *Gastronomia ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), 5–24.
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 311–315. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Farid, M., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *Jurnal UII*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Hasyim, U. (2022). Model Minat Penggunaan Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan: Promosi Cashback Dan E-Service Quality (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 385–402. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.884>
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., & Nst, V. F. H. (2023). Development of Islamic Human Resource Management in The Digital Era For MSMEs and Cooperatives in Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 497–512. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i2.2336>
- Ikhsan Harahap, Sudiarti, H. (2022). *Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Pada Fintech OVO Dan Go-Pay Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UINSU)*. 13, 70–79.
- Lahagu, R., Sulistyandari, & Binangkit, I. D. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 104–116.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>
- Lubis, M., & Tambunan, K. (2023). *Pengaruh Pendidikan Dan Pengetahuan Terhadap Tingkat*

- Pemahaman Masyarakat Kota Sibolga Dalam Memilih Produk Bank Syariah*. 3(3), 1717–1724.
- Lutfiah, D., Arif Lubis, F., & Anggraini. Tuti. (2023). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sumatera Utara Pengguna BSI Mobile)*. 08(01), 1–24.
- Marliyah, Fadhila Rahma, N. 'Alimah. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FEBI UINSU Dalam Menggunakan Uang Elektronik Pada Aplikasi Dana*. 3(1), 347–361.
- MN, N., & Warningsih, S. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303–310. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.303>
- Nurfadillah, A. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Wallet Syariah LinkAja Pada Masyarakat Pare Pare*.
- Nurlaila, Nurbaiti, & Nasution, M. L. I. (2022). The Impact Of COVID-19 Pandemic On The Income Of Traditional Market Traders In Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 2141–2150. <http://journalppw.com>
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Pulungan, M., Inda, T., Rahma, F., & Harahap, R. D. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Keuangan Syariah di Sumatera Utara*. 6(2). <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i2.856>
- Putri, A. F. S., & Karim, N. K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Mahasiswa Di Kota Mataram. *Business and Accounting Education Journal*, 4(3), 489–503. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/view/70526%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/download/70526/25686>
- Rahmayanti, A. P., & Kencana, W. H. (2025). *Analisis Perilaku Generasi X Dan Generasi Z Dalam Pemanfaatan Penggunaan*. 9(1), 93–118.
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (QRIS) Pada Mahasiswa. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Safitri, L. E. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang). *Skripsi*.
- Saputro, R. J., & Winarni, D. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Dompot Digital di UMKM Kota Depok. *Jurnal Administrasi Profesional*, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.32722/jap.v4i1.6084>
- Shamsuddin, N. E., Nyandang, J., Abd Malik, A. N., Syed Annuar, S. N., Yacob, Y., Pakasa, U. I., Ali, J. K., Gregory, M., & Enchas, C. A. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Reward Towards E-wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i9/17879>
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompot digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2461>
- Tambunan, K., & Sofia, A. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara. *Ekonom : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 1–4. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.715>
- Widagdo, P. P. (2018). Pengaruh Task Technology Fit Pada Generasi X (1965-1980) Dalam Menggunakan Teknologi Cloud Storage. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 2(2), 163. <https://doi.org/10.30872/jurti.v2i2.1871>