

Pengaruh *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna e-wallet

Betha Triana ^{1*}, Ujang Suherman ², Rengga Madya Pranata ³

^{1*,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Email: mn21.bethatriana@mhs.ubpkarawang.ac.id ^{1*}, ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id ²,
rengga.madya@ubpkarawang.ac.id ³

Histori Artikel:

Dikirim 10 Maret 2025; Diterima dalam bentuk revisi 20 April 2025; Diterima 15 Mei 2025; Diterbitkan 1 Juni 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Triana, B., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2025). Pengaruh *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna e-wallet. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1611–1621. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4174>.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh faktor sosial dan kondisi fasilitasi terhadap niat perilaku mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk menggunakan dompet elektronik, juga dikenal sebagai e-wallet, baik secara parsial maupun simultan. Sampel penelitian terdiri dari delapan puluh responden yang dipilih menggunakan metode sampling purposive yang didasarkan pada rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang menggunakan skala pengukuran diferensial semantik. Sebelum melakukan analisis lebih lanjut, alat penelitian diuji untuk memastikan bahwa data adalah akurat dan konsisten. Regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi memengaruhi niat perilaku untuk menggunakan e-wallet secara signifikan, baik secara individu maupun bersamaan. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh sosial yang lebih besar dan kondisi pendukung yang lebih baik terkait dengan keinginan mahasiswa untuk menggunakan e-wallet. Kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 46,1% dari variabilitas niat perilaku, menunjukkan bahwa faktor lain di luar model ini juga memengaruhi keinginan mahasiswa untuk menggunakan e-wallet.

Kata Kunci: Pengaruh Sosial; Kondisi yang Mendukung; Niat Berperilaku; Dompet Elektronik; Mahasiswa UBP Karawang.

Abstract

This study aims to examine the effect of social influence and facilitating conditions on behavioral intention in using electronic wallets (e-wallets) among students of the Karawang Buana Perjuangan University Management Study Program, both partially and simultaneously. The research sample consisted of 80 respondents selected using purposive sampling technique based on the Slovin formula. Data were collected through a questionnaire instrument with a semantic differential measurement scale. Before further analysis, the research instrument was tested for validity and reliability to ensure the accuracy and consistency of the data. The analysis technique used was multiple linear regression. The results showed that the variables of social Influence and facilitating conditions had a significant effect on behavioral intention in using e-wallets, both individually and simultaneously. This finding indicates that the greater the social Influence and the better the supporting conditions, the higher the intention of students to use e-wallets. The two independent variables together are able to explain 46.1% of the variability in behavioral intention, which indicates that there are other factors outside this model that also influence students' intention to use e-wallets.

Keyword: Social Influence; Supportive Conditions; Behavioral Intention; Electronic Wallet; UBP Karawang Students.

RESEARCH ARTICLE

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Di Indonesia, kemajuan ini mendorong meningkatnya penggunaan metode pembayaran non-tunai, khususnya melalui e-wallet, yang kini menjadi alternatif pembayaran modern yang semakin populer. Pertumbuhan pengguna internet yang konsisten serta meluasnya penggunaan smartphone menjadi faktor utama yang mempercepat adopsi e-wallet dalam aktivitas sehari-hari masyarakat (Prasetyo *et al.*, 2024). Data dari Bank Indonesia menunjukkan adanya peningkatan transaksi e-wallet secara signifikan dengan berbagai merek lokal seperti Gopay, Ovo, Dana, dan ShopeePay yang mendominasi pasar pembayaran digital di Tanah Air (Republika, 2023; East Ventures, 2023).



Gambar 1. Pengguna Internet Tahun 2018-2024



Gambar 2. Jenis Penggunaan Dompet Digital di Indonesia



Gambar 3. Jenis Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

RESEARCH ARTICLE

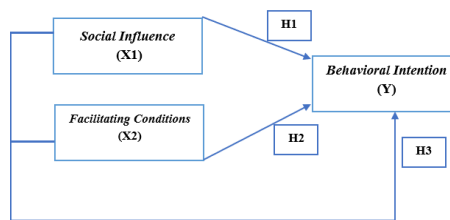
Dalam adopsi teknologi pembayaran digital, terdapat dua faktor utama yang berperan penting dalam memengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan e-wallet, yaitu pengaruh sosial (social influence) dan kondisi pendukung (facilitating conditions). Social influence mencakup norma subjektif dan tekanan sosial yang berasal dari lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan komunitas sekitar, yang dapat menjadi pendorong kuat bagi individu untuk mengadopsi teknologi baru (Hidayanti *et al.*, 2021; Sulis *et al.*, 2023; Venkatesh *et al.*, 2003). Faktor ini menunjukkan bahwa interaksi sosial dan persepsi terhadap apa yang dianggap sebagai perilaku yang diterima secara sosial sangat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan e-wallet. Di sisi lain, facilitating conditions merujuk pada ketersediaan infrastruktur pendukung, kemudahan penggunaan aplikasi, dukungan teknis, serta sumber daya yang memungkinkan akses dan penggunaan e-wallet secara nyaman dan efisien (Rachmadi *et al.*, 2020; Desita, 2021; Kevin Kurniawan *et al.*, 2022). Kondisi ini sangat krusial karena tanpa adanya fasilitas yang memadai, pengguna akan menghadapi kesulitan yang dapat menghambat niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya variasi dalam pengaruh kedua faktor ini terhadap niat penggunaan e-wallet. Beberapa studi menemukan bahwa social influence dan facilitating conditions memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention, sementara studi lain menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan atau bahkan negatif. Hal ini mengindikasikan adanya kompleksitas serta perbedaan konteks dan karakteristik pengguna dalam proses adopsi teknologi pembayaran digital (Haqi & Astuti, 2024; Lishobrina *et al.*, 2023; Kurniawan *et al.*, 2022). Mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena mereka merupakan kelompok yang melek teknologi, cepat beradaptasi dengan inovasi digital, serta termasuk dalam kategori early adopter layanan keuangan digital. Survei Visa (2023) mengungkapkan bahwa 89% dari Generasi Z di Indonesia, yang sebagian besar adalah mahasiswa, menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran utama mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna aktif, tetapi juga berperan sebagai kelompok yang dapat memberikan gambaran penting mengenai tren penggunaan e-wallet di masa depan. Personal finance atau keuangan pribadi adalah proses pengelolaan keuangan individu yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi guna mencapai tujuan keuangan secara efektif, meliputi pengaturan pendapatan, pengeluaran, investasi, serta perlindungan keuangan yang terencana dan berkelanjutan (Pranata *et al.*, 2024; Abdulloh *et al.*, 2024). Kemampuan mengelola personal finance dengan baik menjadi sangat penting terutama di era digital saat ini, di mana berbagai produk keuangan digital seperti e-wallet semakin mudah diakses.

Social influence sendiri merupakan pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan rekan kerja yang mendorong individu menggunakan suatu sistem atau teknologi, termasuk norma subjektif dan citra yang dapat meningkatkan niat penggunaan e-wallet (Hidayanti *et al.*, 2021; Sulis *et al.*, 2023; Venkatesh *et al.*, 2003). Facilitating conditions adalah kondisi yang memudahkan individu dalam menggunakan teknologi, seperti ketersediaan infrastruktur, fasilitas, pengetahuan, serta dukungan teknis, yang sangat penting dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan e-wallet (Rachmadi *et al.*, 2020; Desita, 2021; Kevin Kurniawan *et al.*, 2022). Meski demikian, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh kondisi fasilitasi terhadap niat penggunaan, yang bergantung pada situasi dan karakteristik pengguna. Behavioral intention merupakan kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu, yang menjadi variabel mediasi antara faktor eksternal dan keputusan penggunaan, dengan indikator seperti niat pengguna, preferensi, loyalitas, dan rekomendasi terhadap teknologi tersebut (Sinulingga *et al.*, 2024; Karyoto *et al.*, 2024; Venkatesh *et al.*, 2003). E-wallet sendiri didefinisikan sebagai aplikasi keuangan digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai secara mudah, aman, dan efisien. Penggunaan e-wallet mendukung inklusi keuangan dengan memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan digital serta mempermudah transaksi elektronik di era digital (OJK Indonesia; Soni *et al.*, 2021; Dahlberg *et al.*, 2022). Selain itu, e-wallet juga berperan dalam mendorong transformasi digital di sektor keuangan dan meningkatkan efisiensi transaksi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social influence dan facilitating conditions secara parsial maupun simultan terhadap behavioral intention penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor

RESEARCH ARTICLE

yang memengaruhi niat penggunaan e-wallet, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi strategis dalam pengembangan layanan dan pemasaran e-wallet khususnya untuk segmen mahasiswa yang merupakan pengguna potensial di masa depan. Adapun tujuannya yaitu:

- 1) Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pengguna e-wallet
- 2) Menganalisis pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* pengguna ewallet
- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh *social influence* dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

- H1: *Social Influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet
- H2: *Facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet
- H3: Pada *social Influence* dan *facilitating conditions* sama-sama berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan e-wallet

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan e-wallet. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Rumus Slovin :
$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{362}{1 + 362 \cdot (0.10)^2} \quad n = \frac{362}{1 + 362 \cdot 0.01} \quad n = \frac{362}{1 + 3,62} \quad n = \frac{362}{4,62} \quad n = 78.35$$

Variabel yang diteliti meliputi *social influence*, *facilitating conditions*, dan *behavioral intention*. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial, meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh *social influence* dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*. Seluruh proses analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik yang relevan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini, dilakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta menganalisis data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai distribusi variabel yang diteliti, yaitu pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*), dan niat perilaku (*behavioral intention*) dalam penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Data yang diperoleh akan diuraikan berdasarkan frekuensi, rata-rata, serta kategori masing-masing variabel, guna memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi yang ada.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 1. Uji Deskriptif

Variabel	Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Social Influence (X1)	2,5 %	47,5%	50%	100%
Facilitating Conditions (X2)	0%	17,5%	82,5%	100%
Behavioral Intention (Y)	5,0%	51.2%	43.8%	100%

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	sd	Skor	Kategori
Social Influence (X1)	80	9	63	36	9	40	Tinggi
Facilitating Conditions (X2)	80	11	88	44	11	66	Tinggi
Behavioral Intention (Y)	80	11	88	44	11	41	Sedang

Berdasarkan hasil uji deskriptif, social influence dan facilitating conditions berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa mahasiswa merasa cukup mendapatkan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar dan kemudahan fasilitas dalam menggunakan e-wallet. Sementara itu, behavioral intention berada pada kategori sedang, artinya niat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet tergolong cukup tinggi, namun belum maksimal. Sementara itu, 35 responden termasuk dalam kategori tinggi, dan 4 responden lainnya berada dalam kategori rendah.

3.1.2 Uji Validitas

Pada sub-bagian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian, dalam hal ini kuesioner, dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mencerminkan konsep yang ingin diukur, sehingga data yang diperoleh dapat dianggap sah dan relevan. Validitas diuji dengan membandingkan nilai hasil pengukuran terhadap nilai r tabel, yang kemudian digunakan untuk menilai apakah item-item tersebut memenuhi standar validitas yang telah ditetapkan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas 80 Responden

Item Pernyataan	R hitung	> Ket R tabel (0.220)	Item Pernyataan	R hitung	> Ket R tabel (0.220)
Social Influence (X1)			Facilitating Conditions (X2)		
X1.1	0,653	Valid	X2.1	0,678	Valid
X1.2	0,768	Valid	X2.2	0,687	Valid
X1.3	0,811	Valid	X2.3	0,794	Valid
X1.4	0,768	Valid	X2.4	0,729	Valid
X1.5	0,803	Valid	X2.5	0,57	Valid
X1.6	0,814	Valid	X2.6	0,641	Valid
X1.7	0,787	Valid	X2.7	0,712	Valid
X1.8	0,795	Valid	X2.8	0,565	Valid
X1.9	0,744	Valid	X2.9	0,558	Valid
			X2.10	0,652	valid
			X2.11	0,727	Valid
Behavioral Intention (Y)					
Y.1	0,687	Valid			
Y.2	0,693	Valid			
Y.3	0,823	Valid			
Y.4	0,848	Valid			
Y.5	0,881	Valid			
Y.6	0,873	Valid			
Y.7	0,75	Valid			
Y.8	0,815	Valid			
Y.9	0,798	Valid			
Y.10	0,675	Valid			
Y.11	0,564	Valid			

Uji validitas dilakukan terhadap 80 responden, yang menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,220. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan Y dari penelitian ini valid karena nilai r hitung mereka lebih besar dari 0,220.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
X1	0,912	Reliable
X2	0,866	Reliable
Y	0,930	Reliable

Semua pernyataan dalam penelitian ini dianggap dapat diandalkan karena nilai Alpha Cronbach's menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai di atas 0,70 dalam uji reliabilitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
Test Statistic	0,088
Asyp. Sig. (2-tailed)	0,199

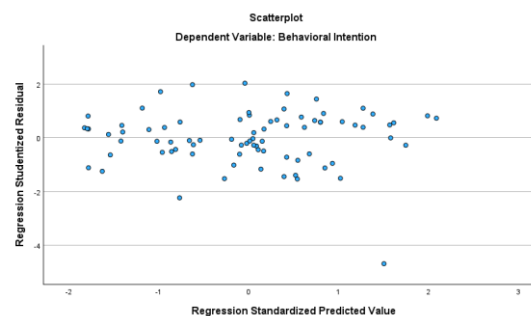
Uji normalitas menunjukkan bahwa nilai residual kedua variable berjumlah 0,199 yang artinya lebih tinggi dari signifikansi yaitu 0,05. Kesimpulannya, semua variable yang dilakukan pada penelitian ini memperoleh distribusi normal. Nilai residual dilihat dari nilai *Asymp. Sign. (2-tailed)*.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Social Influence	0,649	1,541
	Facilitating Conditions	0,649	1,541

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel pengaruh sosial adalah 0,649 dan untuk variabel *facilitating conditions* juga 0,649, yang berarti keduanya melebihi nilai ambang batas 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk *social influence* adalah 1,541 dan untuk *facilitating conditions* juga 1,541, yang menunjukkan bahwa nilai VIF keduanya lebih rendah dari 10,0. Dengan demikian, penelitian ini tidak menunjukkan adanya indikasi multikolinearitas.



Gambar 5. Uji Heterokedastisitas

Sebaran titik-titik di gambar tersebar secara acak dan tidak mengikuti pola tertentu. Ini menunjukkan bahwa tidak ada tanda heterokedastis.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Std. Error
		A	B	
1	(Constant)	-1.925		7.676
	Social Influence		.340	.114
	Facilitating Conditions		.665	.149

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + e$$

$$= -1,925 + 0,340 + 0,665 + e$$

Analisis regresi linear berganda mengungkapkan bahwa kedua variabel independen, social influence dan facilitating conditions, berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention penggunaan e-wallet. Koefisien regresi social influence sebesar 0,340 dan facilitating conditions sebesar 0,665, keduanya signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 ($p < 0,05$). Ini berarti peningkatan pengaruh sosial dan kondisi pendukung akan meningkatkan niat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet.

Tabel 7. Uji T

Model		Thitung	Ttabel	Sig.
1	(Constant)	-.251	1,991	.803
	Social Influence	2.987	1,991	.004
	Facilitating Conditions	4.463	1,991	.001

Social influence berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention ($t=2,987$; $p=0,004$). Facilitating conditions juga berpengaruh signifikan ($t=4,463$; $p=0,001$). Kedua variabel secara parsial meningkatkan niat mahasiswa menggunakan e-wallet.

Tabel 8. Uji F

Model		Fhitung	Ftabel	Sig.
1	Regression	32.950	3.12	.000 ^b

Berdasarkan tabel di atas, kami menemukan bahwa nilai signifikansi untuk *social Influence* (X1) dan *facilitating conditions* (X2) terhadap *behavioral intention* (Y) adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 selain itu, nilai f hitung adalah 32,950, yang lebih besar dari nilai t tabel 3,12. Akibatnya, (H_03) ditolak dan (H_a3) diterima, menunjukkan pengaruh yang signifikan dari (X1) dan (X2) terhadap (Y).

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R Square
1	0,461

Tabel R² menunjukkan nilai R Square sebesar 0,461, yang berarti 46,1% dari *behavioral intention* pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa Manajemen UBP Karawang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu *social Influence* dan *facilitating conditions*. Dengan demikian, 53,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Penelitian menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku mahasiswa dalam menggunakan e-wallet. Faktor-faktor seperti norma subjektif, tekanan sosial dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar, serta citra merek, menjadi pendorong utama niat mahasiswa mengadopsi e-wallet. Hal ini menguatkan temuan penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya pengaruh sosial dalam adopsi teknologi baru (Lishobrina *et al.*, 2023; Sulis *et al.*, 2023). Selain itu, *facilitating conditions* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Ketersediaan infrastruktur yang memadai, kemudahan penggunaan aplikasi, dukungan teknis, serta pengetahuan dan keyakinan pengguna dalam mengatasi kendala teknis menjadi faktor kunci yang mempermudah dan mendorong mahasiswa menggunakan e-wallet. Temuan ini konsisten dengan penelitian Kevin Kurniawan *et al.* (2022), Clarissa & Keni (2022), dan Rembulan & Firmansyah (2020). Secara simultan, *social influence* dan *facilitating conditions* bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap niat perilaku penggunaan e-wallet, dengan kemampuan menjelaskan 46,1% variabilitas niat perilaku mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan mahasiswa untuk mengadopsi e-wallet, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang juga berperan. Namun, beberapa aspek seperti citra sosial dan rasa percaya diri untuk merekomendasikan e-wallet kepada orang lain masih kurang kuat sebagai motivator bagi sebagian mahasiswa. Hal ini mengindikasikan perlunya perhatian lebih pada aspek psikologis pengguna dalam pengembangan strategi pemasaran dan edukasi teknologi.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku mahasiswa dalam menggunakan e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan dan pengaruh dari orang-orang penting di sekitar, seperti keluarga dan teman, meningkatkan keinginan mahasiswa untuk mengadopsi e-wallet. Meskipun aspek citra diri kurang menjadi motivator utama, pengaruh sosial tetap memainkan peran penting dalam membentuk niat penggunaan ($\beta = 0,340$, $p < 0,05$). Selain itu, *facilitating conditions* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan e-wallet. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan aplikasi, ketersediaan fasilitas pendukung, pengetahuan pengguna, serta keyakinan dalam mengatasi kendala teknis sangat menentukan niat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet ($\beta = 0,665$, $p < 0,05$). Secara simultan, kedua variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi signifikan dalam menjelaskan 46,1% variabilitas niat perilaku penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Hal ini menegaskan pentingnya kombinasi pengaruh sosial dan kondisi pendukung dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital. Penelitian ini merekomendasikan agar studi selanjutnya memperluas cakupan responden untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, termasuk melibatkan mahasiswa dari program studi lain, universitas berbeda, maupun masyarakat umum dengan karakteristik yang beragam.

5. Referensi

- Abdulloh, U., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan self-efficacy terhadap perilaku keuangan yang dimoderasi gender pada owner UMKM di Desa Gintung Kerta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6316–6332. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2627>.
- Alfattaah, M. S., Fuadah, S. R., & Situngkir, T. L. (2024). Pengaruh social influence dan facilitating condition terhadap use behaviour mobile banking Mandiri di Karawang. *Value: Journal of Management and Business*, 8(2), 26–36. <https://doi.org/10.35706/value.v8i2.11193>.
- Audina, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2021). Faktor yang mempengaruhi behavioral intention transaksi keuangan digital (e-wallet) pada generasi milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99–116.
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (2021). Penggunaan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan bank syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian model unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>.
- Clarissa, & Keni. (2022). Effort expectancy, facilitating condition, dan trust untuk memprediksi behavior intention penggunaan e-wallet. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(5), 525–530. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20316>.
- Desita, Y. A. (2021). Bab II landasan teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh social influence dan self-efficacy terhadap intention to use mobile payment system pada pengguna e-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (Embiss)*, 1(4), 307.
- Haqi, M. F., & Astuti, B. (2024). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap behavioural intention to use e-wallet bagi generasi Z Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 118–132. <https://doi.org/10.37034/infep.v6i1.805>.
- Harseno, D. F. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan e-wallet di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>.
- Heryanto, H., & Tjokrosaputro, M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention pengguna mobile banking BCA: Studi pada Gen Y. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 354. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12791>.
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh behavioral intention terhadap use behavior pada penggunaan aplikasi Gojek. *Teknika*, 13(1), 109–119. <https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.761>.
- Kevin Kurniawan, H., Anandya, D., & Yang Memengaruhi, F.-F. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi behavioral intention dan use behavior pada layanan e-wallet. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10).

RESEARCH ARTICLE

- Lishobrina, L. F., Handriadma, H., & Zebua, A. L. B. (2023). Analisis minat penggunaan e-wallet Gopay dengan pendekatan model UTAUT2. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, 13(1), 07. <https://doi.org/10.36448/expert.v13i1.2977>.
- Nabila, N., & Wikantari, M. A. (2024). Analisis pengaruh perceived usefulness, social influence, dan facilitating conditions terhadap behavioral intention pengguna contactless card. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2911–2917. <https://doi.org/10.54371/jljp.v7i3.4040>.
- Pranata, R. M., Jamaludin, A., Rosmawati, E., & Duta, A. (2024). Pengaruh literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan: Menguji efek pendapatan sebagai moderasi.
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Faarhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 2(1), 65–71.
- Prasetya, A. T. (2024). Pengaruh sosial dan nilai budaya terhadap minat menggunakan media sosial melalui sikap generasi Z di Kota Palembang. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 322–326.
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku konsumen Muslim generasi-Z dalam pengadopsian dompet digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111.
- Rodiah, S. (2020). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Rosa, I., & Listiadi, A. (2020). Efek literasi keuangan, pendidikan keuangan terhadap keluarga, teman, dan kontrol diri dalam manajemen keuangan pribadi. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 244–252.
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan keuangan dan love of money pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.32493/skt.v4i1.6335>.
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment sebagai alat pembayaran terhadap perilaku konsumtif individu dengan digital savvy sebagai variabel moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan uang elektronik (dompet digital) sebagai alat pembayaran pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130.
- Situngkir, T. L., Hurriyati, R., & Sultan, M. A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Gojek menggunakan Gopay. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 111–121. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1998>.
- Utami, N. T. (2020). Analisis behavioral intention dan use behavior digital wallet pada mahasiswa S1 Universitas Negeri Semarang. *Tesis*, 1–89.
- Vania Aureli Nurizky, & Tirtan Nefianto. (2023). Pengaruh social influence perceived usefulness terhadap interest in using aplikasi mobile wallet Flip melalui mediasi attitude towards. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 297–316. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i4.882>.

RESEARCH ARTICLE

- Wahyuni, S. F., Radiman, R., Jufrizen, J., Hafiz, M. S., & Gunawan, A. (2022). Model praktik manajemen keuangan pribadi berbasis literasi keuangan, orientasi masa depan dan kecerdasan spiritual pada generasi "Y" di Kota Medan. *Owner*, 6(2), 1529–1539. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.780>.
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030057>.