



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Pengaruh Kenyamanan dan Manfaat E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumen di Kota Makassar

Influence of Convenience and Benefits of E-Wallets on Consumer Behavior in Makassar City

Basri Bado^{1*}, Tito Koes Herdianto², Diah Retno Dwi Hastuti³, Muh. Jamil⁴

¹ Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, basri.bado@unm.ac.id

² Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, titokoesh@gmail.com

³ Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, diahretno.dh@gmail.com

⁴ Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, muhjamil@unm.ac.id

*Corresponding Author: E-mail: basri.bado@unm.ac.id

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 15 April, 2024

Revised: 25 April, 2024

Accepted: 17 May, 2024

Kata Kunci:

Dompot Elektronik; Kemudahan;
Manfaat; Perilaku konsumsi

Keywords:

E-wallet; Convenience; Benefits;
Consumption behavior

DOI: [10.56338/jks.v7i5.5367](https://doi.org/10.56338/jks.v7i5.5367)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan manfaat pengguna E-wallet terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat berdomisili di Kota Makassar yang pernah atau aktif menggunakan E-wallet. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Faktor Confirmatory (CFA). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 392 orang. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wallet mempengaruhi perilaku konsumsi Masyarakat, hal itu dipengaruhi oleh kemudahan transaksi yang diperoleh dari penggunaan e-wallet dan Manfaat yang diperoleh dari e-wallet yang digunakan oleh Masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the convenience and benefits of using E-wallets on consumption behavior of people in Makassar City. The population in this study is people living in Makassar City who have or have actively used E-wallets. The analytical tool used in this research is Confirmatory Factor Analysis (CFA). The sampling technique used in this study was purposive sampling and a sample of 392 people was obtained. Data collection method with questionnaires distributed online. The results of the study show that e-wallets affect people's consumption behavior, this is influenced by the ease of transactions obtained from using e-wallets and the benefits obtained from e-wallets used by people to meet their consumption needs.

PENDAHULUAN

Dengan adanya revolusi industri digital 4.0 kian memudahkan manusia dalam melaksanakan aktivitas. Akibat perkembangan teknologi, selalu menghadirkan sisi positif dan negatif pada produk-produk hasil intelligence. Dalam memenuhi kebutuhan hidup perilaku manusia yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Perilaku bisnis juga mulai berubah akibat digitalisasi pada revolusi industri 4.0.

Perusahaan mulai mengembangkan produknya untuk meraup pangsa pasar yang lebih luas, demi mendapatkan loyalitas pelanggan. Dengan adanya perangkat dan cara transaksi finansial digital yang sering dikenal dengan cashless terbukti memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi cashless

berarti tidak menggunakan uang secara tunai. Cashless merupakan metode transaksi atau pembayaran secara digital (tanpa uang tunai). Transaksi cashless sudah dapat dikatakan menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat dalam transaksi dalam ekonomi.

Revolusi digital modern merupakan konektivitas internet dimana-mana dan besarnya penggunaan handphonel telah menciptakan kemungkinan besar bagi sistem pembayaran untuk tumbuh. Salah satu contohnya adalah munculnya aplikasi pembayaran yang canggih, seperti dompet elektronik (E-wallet) yang diimplementasikan pada ponsel, pembayaran yang fleksibel penyedia yang mencoba menyarankan lebih banyak fitur untuk konsumen, daripada yang dilakukan bank sebelum. (Kazan et al., 2018).

Perkembangan teknologi sekarang telah membawa banyak sekali perubahan, terutama untuk kebutuhan masyarakat akan alat pembayaran elektronik yang dapat memenuhi akurasi, kecepatan dan keamanan setiap transaksi. Sejarah telah menunjukkan bahwa evolusi metode pembayaran terus berubah dari bentuk tradisional uang kertas logam ke bentuk data yang dapat ditempatkan dalam wadah atau disebut metode pembayaran elektronik (Ansori, 2019).

Peningkatan produk E-wallet merupakan anjuran dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Potensi perkembangan aplikasi E-wallet juga diperkirakan akan semakin gemilang mengingat bonus demografi Indonesia pada tahun 2030 penduduk yang berusia produktif akan lebih banyak. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan (Jayani 2019) mengatakan data statistika 2019 memperlihatkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta jiwa. Pada tahun berikutnya pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta user.

E-wallet sudah membawa banyak manfaat untuk masyarakat cashless society. ini selaras dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dikemukakan oleh Bank Indonesia pada 2014 silam. Cashless society sejatinya merupakan sebuah tren masyarakat yang bertransaksi tanpa uang tunai, tapi dengan produk digital, baik melalui kartu maupun smartphone. Tren ini pun semakin meningkat dengan adanya pandemi COVID-19 dua tahun terakhir.

Riset yang dilakukan oleh Insight Asia (2022) E-wallet merupakan metode pembayaran yang paling dipilih masyarakat dibanding pembayaran tunai dan transfer bank Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Penggunaan dompet digital mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan Virtual Account transfer (16%), GoPay menjadi platform E-wallet yang paling banyak digunakan selama 5 tahun terakhir dengan 71% telah menggunakan GoPay dan 58% responden secara teratur menggunakan GoPay. Di urutan kedua adalah OVO dengan 70% responden pernah menggunakannya sebelumnya, dan 53% terus menggunakannya secara rutin. Di tempat ketiga adalah platform Dana memiliki 61% pengguna E-wallet yang mengatakan mereka telah menggunakan Dana sebelumnya dan ShopeePay 51% responden secara teratur menggunakan platform pembayaran tersebut.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Makassar, Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik Purposive sampling Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pernah atau sedang menggunakan E-wallet dan berdomisili di Kota Makassar. Diketahui bahwa penentuan jumlah sampel dari rumus Issac dan Michael memberikan kemudahan penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10% dengan table ini peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki. Rumus menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui

jumlahnya sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 P \cdot Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96 (0,5) \cdot (0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16 = 384 \text{ orang}$$

Keterangan :

- n = sampel
 z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96
 p = peluang benar 50% = 0,5
 q = peluang benar 50% = 0,5 e= margin eror 0,05

Jumlah sampel berdasarkan rumus adalah 384,16 yang dibulatkan menjadi 384 orang Jadi, besarnya sampel yang diperlukan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah 384 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (Angket), Sugiyono (2017) mengemukakan kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan SPSS. Analisis faktor adalah analisis statistik yang dipergunakan untuk mereduksi faktor- faktor yang mempengaruhi suatu variabel menjadi beberapa set indikator saja. Tanpa kehilangan informasi yang berarti. Analisis faktor digunakan untuk penelitian dimana faktor-faktor yang memepengaruhi suatu variabel diidentifikasi secara baik (explanatory research). Namun karena penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan ada atau tidak pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat analisis faktor digunakan dengan pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA).

Pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA), dimana pengujian asumsi faktor analisis pertama dengan Kaiser Meyer Olkin (KMO) and Bartlett's Test. Hasil uji KMO dan Bartlett's Test dinyatakan signifikan jika koefisien antar variabel diatas 0,5 dengan nilai signifikan 0,000 sehingga variabel akan dinyatakan valid, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan Anti Image Matrices. Koefisien analisis yang digunakan berdasarkan Measure of Sampling Adequacy (MSA).

Confirmatory Factor Analysis (CFA) bertujuan untuk membuktikan bahwa indikator- indikator yang digunakan sudah menggambarkan konstruk yang akan dihitung. CFA memiliki tiga standar yang perlu diperhatikan: 1) nilai beban konstruk dari semua indikator harus lebih dari 0,5, 2) Composite Reability (CR) setiap konstruk harus memiliki nilai lebih dari 0,6, dan 3) Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk harus memiliki nilai lebih dari 0,5 (Priharsari and Perdanakusuma, 2020).

Perhitungan Confirmatory Factor Analysis atau CFA dilakukan menggunakan JASP. Apabila nilai standardized factor loading kurang dari 0,5, maka indikator tersebut perlu dihilangkan sehingga tidak digunakan dalam perhitungan CR dan AVE. Sifat convergent validity yang baik ditunjukkan dengan nilai standardized loading factor (SLF) yang tinggi. Hair (2010) menyarankan nilai $SLF \geq 0,5$ menunjukkan sifat convergent validity yang baik telah dicapai atau diharapkan Ukuran construct reliability (CR) juga merupakan indikator penentu yang menunjukkan baik tidaknya sifat convergent validity. Ukuran CR dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hair,2010).

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n SLF_i^2}{\sum_{i=1}^n SLF_i^2 + \sum_{i=1}^n e_i}$$

Ukuran average variance extracted (AVE) dihitung dengan rumus sebagai

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n SLF_i)^2}{(\sum_{i=1}^n SLF_i)^2 + (\sum_{i=1}^n e_i)}$$

HASIL

Hasil penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kota Makassar jumlah sampel sebesar 384 orang. Data yang diperoleh dari pengisian skala kemudian diolah dan disajikan dalam deskripsi karakteristik responden, Instrumen Penelitian, analisis deskriptif uji prasyarat anaalisis, dan analisis faktor konfirmatori, sehingga dapat diketahui informasi dari masing-masing variabel, yaitu tingkat konsumsi pengguna E-wallet Y, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan sebagai variabel X. Pada sampel ditentukan sebanyak 384 namun pada saat penyebaran skala peneltian yang mengisi sebanyak 407, setelah dilakukan analisis data ditemukan bahwa hanya sebanya 392 dikarenakan sampel sebanyak 15 tidak sesuai kriteria, maka data yang diambil sebanyak 392.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Item	Pearson Correlation	Nilai Alfa	Kriteria
1	0,441	0,099	Valid
2	0,531	0,099	Valid
3	0,532	0,099	Valid
4	0,558	0,099	Valid
5	0,615	0,099	Valid
6	0,473	0,099	Valid
7	0,631	0,099	Valid
8	0,581	0,099	Valid
9	0,408	0,099	Valid
10	0,498	0,099	Valid
11	0,554	0,099	Valid
12	0,505	0,099	Valid
13	0,479	0,099	Valid
14	0,540	0,099	Valid
15	0,606	0,099	Valid
16	0,492	0,099	Valid
17	0,294	0,099	Valid
18	0,510	0,099	Valid
19	0,558	0,099	Valid

Jika Nilai Corrected Item-Total Correlation > R tabel untuk N = 392 atau R table (0.05,392) = 0,099 maka pertanyaan dianggap valid untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian, karena semua nilai dari Corrected Item-Total Correlation > 0,099 maka semua indikator pertanyaan telah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0,865	19

Suatu intrumen kuesioner penelitian dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa intrumen dalam penelitian ini reliabel.

Uji statistic Deskriptif

Tabel 3. Hasil Uji statistic deskriptif

Varabel	N	Jarak	Min	Maks	Rata-rata	Std. Dev.	Varians
Persepsi Kemudahan	392	21.00	19.00	40.00	34.53	3.28	19.802
Persepsi Manfaat	392	22.00	33.00	55.00	47.14	4.10	16.853
Perilaku Konsumtif	392	15.00	15.00	30.00	25.97	2.33	5.468
Valid N (listwise)	392						

Sumber: Data diolah, 2023.

Pada table diatas menunjukkan persepsi kemudahan menghasilkan rentang nilai terendah 19.00, nilai tertinggi 40.00 nilai rata rata keseluruhan jawaban yang diberikan responden sebesar 34.53 yang berarti rata rata responden setuju dan standar deviasi sebesar 3.28 artinya dari 392 responden, ukuran sebaran data variable kemudahan adalah 3.28 Persepsi manfaat menghasilkan rentang nilai terendah 33.00, nilai tertinggi 55.00 nilai rata rata keseluruhan jawaban yang diberikan responden sebesar 47.14 yang berarti rata rata responden setuju dan standar deviasi sebesar 4.10 artinya dari 392 responden, ukuran sebaran data variable manfaat adalah 4.10392 responden, ukuran sebaran data variable manfaat adalah 4.10. Perilaku konsumtif menghasilkan nilai terendah 15.00 nilai tertinggi 30.00 nilai rata rata dari jawaban responden 25.97 yang artinya respon yang baik dan standar deviasinya adalah 5.468 yang merupakan penyebaran data variable ini.

Hasil Analisis Faktor Confirmatory

Tabel 4. Hasil Analisis Faktor Confirmatory

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.853
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-df	1390.102
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah, 2023

Analisis ini bertujuan untuk melihat item pertanyaan atau indikator mana saja yang menggambarkan variable latennya. Sekaligus membentuk beberapa faktor (variable baru) dari indikator yang ada Adapun metode yang digunakan adalah maksimum likelihood, jika terdapat nilai extraction

(loading factor) dari item pertanyaan/indikator $< 0,5$ maka pertanyaan dikeluarkan dari model dan selanjutnya dilakukan analisis ulang sampai tidak ada nilai extraction (loading factor) yang kurang dari 0,5 atau nilai sig $< 0,5$ maka analisis dapat dilanjutkan. Karena nilai Kaise Meyer Olkin (0.837) $> 0,50$ dan nilai barlett's test sig. (0,000) $< 0,05$ artinya dalam indikator variable terdapat korelasi, maka analisis ini layak atau dapat dilanjutkan ke langkah selanjutnya yaitu melihat indikator atau item pertanyaan yang mana dapat menggambarkan model.

Anti Image Corellation

Nilai anti image correlation > 0.50 sehingga telah memenuhi kriteria dari MSA dan dapat dianalisis lebih lanjut tanpa menghilangkan indikator yang digunakan.

Tabel 5. Anti Image Correlation

Indikator	Nilai Anti Image Correlation	Nilai Acuan	Kesimpulan
PK 1	0.829	0.50	Terpenuhi
PK 2	0.821	0.50	Terpenuhi
PK 3	0.834	0.50	Terpenuhi
PK 4	0.827	0.50	Terpenuhi
PK 5	0.880	0.50	Terpenuhi
PK 6	0.842	0.50	Terpenuhi
PK 7	0.827	0.50	Terpenuhi
PK 8	0.836	0.50	Terpenuhi
PM 1	0.854	0.50	Terpenuhi
PM 2	0.896	0.50	Terpenuhi
PM 3	0.865	0.50	Terpenuhi
PM 4	0.900	0.50	Terpenuhi
PM 5	0.818	0.50	Terpenuhi
PM 6	0.858	0.50	Terpenuhi
PM 7	0.876	0.50	Terpenuhi
PM 8	0.803	0.50	Terpenuhi
PM 9	0.868	0.50	Terpenuhi
PM 10	0.896	0.50	Terpenuhi
PM 11	0.861	0.50	Terpenuhi

Indikator	SLF	Error	SLF ²	Tota l SLF	Tota l Error	Total	AVE CR SLF ²
PK2	0,599	0,641	0,359				

PK3	0,585	0,658	0,343					
PK4	0,569	0,676	0,323	3,633	3,787	2,211	0,563	0,777
PK5	0,633	0,599	0,400					
PK7	0,690	0,523	0,476					
PK8	0,557	0,690	0,310					
PM3	0,577	0,667	0,332					
PM4	0,518	0,732	0,269					
PM6	0,562	0,684	0,315					
PM7	0,628	0,605	0,394	3,906	4,808	2,189	0,501	0,760
PM9	0,511	0,739	0,261					
PM10	0,518	0,732	0,268					
PM11	0,592	0,649	0,350					

Sumber data : Data Penelitian diolah, 2023

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diketahui seluruh nilai AVE berada $> 0,5$ yang berarti sifat convergent validity yang baik telah dicapai dan construct reliability $> 0,7$, yang berarti sifat convergent validity berdasarkan ukuran construct reliability yang baik telah dicapai. diketahui bahwa semua faktor dalam skala 13 aitem memiliki reliabilitas yang baik. Imam Ghozali (2014) menyatakan reliabilitas juga merupakan salah satu indikator validitas convergent, banyak juga yang menggunakan cronchbar alpha memberikan realibilitas yang lebih rendah (under estimate).

Penelitian ini telah menguji dan membuktikan 2 indikator dalam mengukur perilaku konsumsi masyarakat Kota Makassar, pada indikator pertama diwakili oleh 6 aitem menunjukkan bahwa aitem PK 7 dan PK 5 memberikan kontribusi besar, butir ini berkaitan dengan Easy to Become Skillful, Clear & Understandable, yang artinya pada saat penggunaan ulang para pengguna bisa menggunakan aplikasi sesuai yang di inginkan setelah melakukan penggunaan pertama dan fasilitas serta fitur di aplikasi tepat dengan kegunaannya, serta layanan yang diberikan lengkap dan tidak menimbulkan asumsi lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variable persepsi kemudahan dan persepsi manfaat e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kota Makassar, penggunaan aplikasi pembayaran digital dipengaruhi dengan beberapa faktor diantaranya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam hal ini yakni memenuhi kebutuhan serta memenuhi gaya hidup yang berlaku pada masyarakat. Selain itu, kemudahan yang berlaku pada transaksi menggunakan aplikasi.

Pembayaran digital (e-wallet) dianggap lebih praktis dikarenakan tidak mengharuskan membawa sejumlah uang tunai tanpa mempertimbangkan nilai kembalian yang membutuhkan teliti dalam menghitung secara konvensional. Sehingga, dapat dikatakan pembayaran dengan aplikasi digital memiliki nilai keamanan yang tinggi sehingga dapat meminimalisir kehilangan dalam bentuk tunai.

Karakteristik responden yang mengatakan e-wallet memberi kemudahan dan manfaat itu adalah perempuan mahasiswa berusia 17-25 tahun menggunakan 2 jenis e-wallet dengan pengeluaran $<$ yang digunakan untuk transaksi makanan/minuman dan belanja. Persepsi kemudahan penggunaan E-wallet mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa

masyarakat menginginkan aplikasi FinTech e-wallet yang mudah digunakan dalam pemakaiannya. Persepsi manfaat e-wallet juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat melihat bahwa e-wallet mempunyai manfaat sebagai alat pembayaran dan dompet digital. Promo di aplikasi e-wallet juga mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat. Pada hasil ini terlihat bahwa dengan adanya promo yang diberikan aplikasi e-wallet masyarakat memanfaatkan untuk melakukan pembelian. Masyarakat menggunakan e-wallet bukan saja atas kemudahan dan manfaat yang dirasakan, tetapi bisa jadi melakukan mempertimbangan atas faktor-faktor yang lain yang belum diuji pada penelitian ini.

SARAN

Dari segi persepsi kemudahan, e-wallet sebaiknya tetap terus menciptakan inovasi perbaikan fitur yang semakin memudahkan pengguna dalam bertransaksi. Dari segi persepsi manfaat e-wallet diharapkan mampu melengkapi fitur agar intensitas penggunaan semakin meningkat.

E-wallet masih didominasi oleh kalangan mahasiswa atau generasi milenial untuk generasi di atasnya masih dinilai rendah dikarenakan kurangnya pemahaman terkait penggunaan aplikasi pembayaran digital. Sehingga, dibutuhkannya penanggulangan lebih lanjut mengenai pengetahuan masyarakat terhadap sistem aplikasi pembayaran digital (e-wallet).

Pengguna E-wallet seharusnya digunakan sebagai alat yang memudahkan untuk bertransaksi, tanpa menjadi konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membagi dana sesuai dengan tujuan yang ingin dipakai (budgeting), serta memanfaatkan penawaran, seperti diskon/cashback e-wallet yang digunakan dan menggunakan sarana tersebut dengan bijak.

E-wallet seharusnya dilengkapi dengan fitur budget plan yang berfungsi untuk menunjukkan aliran uang, baik dalam kehidupan pribadi maupun bisnis, hal itu berguna agar pengguna bisa menentukan pengeluaran serta menyesuaikan kebiasaan pengeluaran yang kurang penting menambahkan infografis pengeluaran dan pemasukan dan pengembang aplikasi E-wallet juga seharusnya menyediakan fitur limit pengeluaran yang sesuai dengan pendapatan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7
- Davis, F.D. 1989 Perceived usefulness, perceived ease of use dan acceptance of information system technology. *MIS Quarterly*, vol. 13, No. 3, h.319-339.
- Haryono, Siswoyo. 2017. Metode SEM untuk Penelitian Manajemen JASP, JASP PLS, luxima.
- Hidayat, A. A. N. 2019. Riset Morgan & Stanley : Transaksi Digital Didominasi Go-Pay dan Ovo. Retrieved May 1, 2019.
- Ike Nia Yuliana, dan Azib. 2021. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Prosiding Manajemen*, 7 (1), 353-355.
- Isyani & Maulidiah Indira Hasmarini. 2005. "Analisis Konsumsi Masyarakat di Indonesia Tahun 1989 – 2002 (Tinjauan Terhadap Hipotesis Keynes dan Post Keynes)", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. VI, Hal 143 – 162.
- Jayani, Dwi Hadya. 2019. Daftar Dompet Digital Terbesar di Indonesia.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors influencing the use of E-wallet as a payment method among Malaysian young adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 01-12.
- Kazan, E., Tan, C. W., Lim, E. T., Sørensen, C., & Damsgaard, J. 2018. Disentangling digital platform competition: The case of UK mobile payment platforms. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 180- 219.

-
- Miswan Ansori. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31-45.
- Nizam, F., Hwang, H. J., & Valaei, N. (2019). Measuring the effectiveness of E-wallet in Malaysia. In *Studies in Computational Intelligence* (Vol. 786). Springer International Publishing.
- Pratiwi, T., Indriani, F., & Sugiarto. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readyness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 26 No. 1 Juli 2017 halaman 76 –88.
- Priyono, Anjar. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go- Pay. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 21 No. 1, 2017, 88-106.
- Samuelson, Paul A. dan Nordhaus, William D. (2001). *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta PT. Media Edukasi.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kombinasi (mix method)*. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Uddin, M. S., & Akhi, A. Y. (2014). E-wallet system for Bangladesh an electronic payment system. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216.
- Udhayaraj and Jocil. (2018). A Study On “Electronic Payment System” - “E Wallet”. *International Journal of Emerging Technology in Computer Science & Electronics (IJETCSE)*. Volume 24 Issue 3. pp. 60-62.
- Upadhayaya, Abhay (2012). Electronic and E-wallet. *International Journal of Recent Research and Review*, Vol. I,37-41.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 7 No. 1
- Wijaya C, & Kempa, & S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion di Lazada. *AGORA* Vol.6 No. 2,