

Perilaku Penggunaan *E-Wallet* sebagai Alat Pembayaran di Kalangan Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya: Ditinjau dari Aspek Kemudahan, Keamanan, dan Promosi

Angelina Wijaya Tan^{1*}, Hwihanus²

¹⁻² Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: 1222200004@untag-sby.ac.id¹, hwihanus@untag-sby.ac.id²

Article Info :

Received:
19-11-2025
Revised:
21-12-2025
Accepted:
04-01-2026

Abstract

This study aims to analyze the influence of ease of use, security, and promotion on e-wallet usage behavior among students at Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. The background of this study stems from the increasing adoption of e-wallets among students, which is not always accompanied by consistent usage behavior, thus requiring an understanding of the factors that encourage or hinder actual usage. This study uses a quantitative approach with an explanatory method. Data were collected through a Likert scale questionnaire distributed to students who use e-wallets, then analyzed using Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that ease of use has a positive and significant effect on e-wallet usage behavior. This means that the easier the application is to learn, understand, and use, the higher the intensity of student usage. Conversely, the variables of security and promotion do not have a significant partial effect, even though both have a positive direction of influence..

Keywords: *E-Wallet, Ease of Use, Security, Promotion, Usage Behavior.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terhadap perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya adopsi e-wallet di kalangan mahasiswa yang tidak selalu diikuti oleh perilaku penggunaan yang konsisten, sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong atau menghambat penggunaan aktual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert yang disebarkan kepada mahasiswa pengguna e-wallet, kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet. Hal ini berarti semakin mudah aplikasi dipelajari, dipahami, dan digunakan, maka semakin tinggi intensitas penggunaan mahasiswa. Sebaliknya, variabel keamanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial, meskipun keduanya memiliki arah pengaruh positif.

Kata kunci: *E-Wallet, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Promosi, Perilaku Penggunaan.*



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam sistem transaksi keuangan di Indonesia. Pergeseran dari uang tunai menuju transaksi nontunai semakin dipercepat oleh pesatnya penetrasi internet, meningkatnya penggunaan smartphone, serta dukungan regulasi dari Bank Indonesia melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah penggunaan dompet digital (e-wallet), yang menyediakan kemudahan transaksi melalui fitur pembayaran cepat, transfer dana, pembelian produk digital, hingga layanan keuangan lainnya. Bagi kalangan mahasiswa, e-wallet bukan hanya sekadar alat pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang dianggap lebih praktis, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan mobilitas mereka.

Namun, tingginya potensi penggunaan e-wallet tidak serta-merta mencerminkan perilaku penggunaan yang stabil dan konsisten. Variasi preferensi, tingkat literasi digital, persepsi risiko, serta

pengaruh promosi membuat perilaku mahasiswa dalam menggunakan e-wallet menjadi fenomena yang penting untuk diteliti. Pemilihan variabel dalam penelitian ini juga didasari oleh relevansinya terhadap perilaku penggunaan teknologi berdasarkan teori-teori terdahulu. Misalnya, Technology Acceptance Model (TAM) yang dipelopori oleh Davis (1989) menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan determinan utama dalam penerimaan teknologi. Dalam konteks e-wallet, kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial karena mahasiswa cenderung memilih aplikasi yang tidak hanya cepat, tetapi juga sederhana dan mudah dipelajari. Temuan Davis diperkuat oleh penelitian Kim et al. (2010) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan memperkuat niat menggunakan layanan pembayaran digital dan memengaruhi pengalaman pengguna secara langsung.

Selain kemudahan, aspek keamanan menjadi landasan penting dalam evaluasi teknologi finansial. Dalam konteks masyarakat digital, kekhawatiran mengenai kebocoran data, akses ilegal, dan penipuan online masih menjadi isu signifikan. Penelitian Ariningsih et al. (2022), Anto et al. (2024), serta Yucha et al. (2020) menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat sensitifitas yang cukup tinggi terhadap keamanan data, sehingga rasa aman dalam menggunakan e-wallet menentukan apakah mereka bersedia atau tidak untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Hal ini sejalan dengan teori risiko persepsian, yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan, semakin tinggi pula kepercayaan dan intensi penggunaan teknologi keuangan.

Faktor promosi menjadi pendorong lain yang tidak dapat diabaikan, terutama bagi mahasiswa yang sangat responsif terhadap insentif ekonomis. Penelitian Karindra dan Sari (2023) menjelaskan bahwa cashback, diskon, dan penawaran eksklusif mampu meningkatkan retensi dan frekuensi penggunaan e-wallet. Hal ini diperkuat oleh Ariningsih et al. (2022), Anto et al. (2024), serta Yucha et al. (2020) yang menemukan bahwa promosi merupakan variabel paling dominan dalam memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih aplikasi e-wallet tertentu, menunjukkan bahwa promosi tidak hanya menarik pengguna baru, tetapi juga mendorong penggunaan berulang.

Meskipun banyak penelitian telah membahas penggunaan e-wallet, masih terdapat kesenjangan (*riset gap*) yang cukup jelas. Sebagian penelitian terdahulu berfokus pada masyarakat umum, karyawan, atau generasi milenial secara luas, sehingga belum banyak yang meneliti secara spesifik perilaku mahasiswa pada tingkat institusi tertentu seperti Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selain itu, sejumlah penelitian cenderung menganalisis pengaruh hanya satu atau dua variabel, seperti kemudahan atau keamanan saja, tanpa menggabungkan ketiganya secara simultan. Padahal, dalam kenyataannya ketiga variabel tersebut saling memengaruhi perilaku pengguna secara bersamaan. Hal ini menyebabkan pemahaman yang ada belum sepenuhnya menggambarkan kondisi komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan e-wallet pada segmen mahasiswa.

Riset gap juga muncul dari keterbatasan penelitian sebelumnya dalam mengangkat aspek perilaku penggunaan dari sudut pandang pengalaman pengguna (*user experience*) yang sesungguhnya terjadi di tingkat perguruan tinggi. Banyak penelitian membahas minat penggunaan (*intention to use*), namun masih sedikit yang meneliti perilaku penggunaan aktual (*actual usage*). Selain itu, konteks lokal di Surabaya, khususnya di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, belum banyak diteliti padahal tingkat pemanfaatan e-wallet di kota besar seperti Surabaya sangat tinggi dan berpotensi memberikan data empiris yang kuat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara sistematis dan terukur berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran objektif mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan promosi terhadap perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Melalui metode ini, peneliti dapat melakukan pengukuran variabel secara statistik, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara lebih akurat, terstruktur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama penelitian. Kuesioner dipilih karena dianggap sebagai metode paling efisien untuk menjangkau populasi mahasiswa yang jumlahnya besar dan memiliki latar belakang penggunaan teknologi digital yang relatif beragam. Prosedur penyebaran kuesioner dilakukan secara daring maupun luring. Kuesioner daring disebarluaskan melalui media digital seperti Google Form, grup WhatsApp kelas. Pendekatan ini dipilih karena mahasiswa merupakan pengguna aktif platform digital sehingga kuesioner mudah diakses kapan saja dan mempercepat proses pengumpulan data.

Selain itu, penyebaran kuesioner secara luring juga dilakukan dengan mendatangi beberapa kelas dan kelompok mahasiswa untuk memastikan respon yang lebih beragam dan representatif.

Pendekatan kombinasi ini memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah responden yang cukup sesuai kebutuhan analisis dan mengurangi potensi bias akibat keterbatasan akses. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert, umumnya dengan rentang 1 sampai 5, di mana responden diminta menyatakan tingkat persetujuan terhadap sejumlah pernyataan terkait variabel penelitian, yaitu kemudahan (X1), keamanan (X2), promosi (X3), dan perilaku penggunaan e-wallet (Y). Setiap variabel diukur melalui beberapa indikator yang telah diadaptasi dari berbagai penelitian terdahulu agar instrumen memiliki validitas teoritis yang baik. Sebelum kuesioner disebarluaskan secara luas, instrumen terlebih dahulu diuji melalui uji coba terbatas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dapat dipahami dengan baik oleh responden dan memenuhi syarat reliabilitas serta validitas. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah menggunakan e-wallet. Karena jumlah populasi sangat besar dan heterogen, maka peneliti menggunakan teknik non-probability sampling, khususnya purposive sampling, yaitu memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu, dalam hal ini mahasiswa yang aktif bertransaksi menggunakan e-wallet. Teknik ini dianggap paling tepat mengingat penelitian bertujuan menganalisis perilaku nyata pengguna e-wallet, sehingga hanya responden yang benar-benar memiliki pengalaman menggunakan layanan tersebut yang dapat memberikan data valid.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden serta distribusi jawaban pada setiap indikator. Sedangkan analisis inferensial digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan dapat berupa regresi linier berganda atau Partial Least Squares (PLS), bergantung pada karakteristik data yang diperoleh. Analisis ini memungkinkan peneliti menguji apakah kemudahan, keamanan, dan promosi secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa dan sejauh mana masing-masing variabel memberikan kontribusi. Melalui metode penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh mampu memberikan gambaran empiris yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku penggunaan e-wallet. Pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner memungkinkan temuan penelitian bersifat objektif, dapat digeneralisasi, dan dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya maupun pengembangan strategi layanan e-wallet yang lebih tepat sasaran bagi kalangan mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel untuk menggambarkan temuan empiris terkait pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terhadap perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penyajian data dilakukan secara sistematis berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) guna memberikan gambaran kuantitatif yang jelas mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,87	0,91	Reliabel
Keamanan (X2)	0,84	0,89	Reliabel
Promosi (X3)	0,86	0,90	Reliabel
Perilaku Penggunaan (Y)	0,88	0,92	Reliabel

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Tabel 2. Hasil Uji Pengaruh Parsial (Path Coefficient)

Hipotesis	Hubungan Variabel	Koefisien Jalur (O)	t-Statistic	p-Value	Keterangan
H1	Kemudahan → Perilaku Penggunaan	0,293	2,491	0,013	Diterima
H2	Keamanan → Perilaku Penggunaan	0,035	0,254	0,799	Ditolak
H3	Promosi → Perilaku Penggunaan	0,255	1,858	0,063	Ditolak

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Model Struktural)

Variabel Independen	Original Sample (O)	t-Statistic	p-Value	Keterangan
X1, X2, X3 → Y	0,201	2,320	0,020	Signifikan

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Berdasarkan hasil yang disajikan dalam tabel-tabel tersebut, dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, sedangkan variabel keamanan dan promosi tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial. Namun demikian, ketika ketiga variabel diuji secara simultan, hasilnya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa terbentuk melalui kombinasi faktor kemudahan, keamanan, dan promosi yang saling melengkapi dalam satu kesatuan model pengaruh.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Perilaku Penggunaan E-Wallet (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,293 dengan nilai t-statistic 2,491 dan p-value 0,013. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kemudahan suatu aplikasi, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Kondisi ini sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model yang menempatkan perceived ease of use sebagai determinan utama dalam penerimaan teknologi informasi (Davis, 1986; Davis, 1989). Mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi digital menunjukkan preferensi kuat terhadap sistem yang tidak menuntut usaha kognitif yang tinggi.

Kemudahan penggunaan dalam konteks e-wallet tercermin melalui antarmuka yang sederhana, navigasi yang intuitif, serta kecepatan proses transaksi yang efisien. Ketika aplikasi mampu memberikan pengalaman penggunaan yang minim hambatan, pengguna cenderung membangun kebiasaan berulang dalam pemakaiannya. Hal ini memperkuat pandangan bahwa perilaku penggunaan tidak semata dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh kenyamanan operasional yang dirasakan pengguna (Kim et al., 2010). Dengan demikian, kemudahan menjadi faktor determinan yang membentuk preferensi perilaku secara berkelanjutan.

Hasil ini juga sejalan dengan teori perilaku terencana yang menyatakan bahwa keyakinan individu terhadap kemudahan suatu tindakan akan membentuk sikap positif yang mendorong niat dan realisasi perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Dalam konteks mahasiswa, kemudahan penggunaan e-wallet mengurangi hambatan psikologis dan teknis, sehingga keputusan untuk menggunakan aplikasi menjadi lebih spontan dan konsisten. Ketika hambatan kognitif berkurang, intensitas penggunaan meningkat secara alami tanpa memerlukan dorongan eksternal yang besar.

Penemuan ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan prediktor kuat dalam adopsi teknologi keuangan digital. Studi Ariningsih et al. (2022) serta Karindra dan Sari (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi signifikan terhadap niat dan keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa. Kesamaan hasil ini menunjukkan adanya pola perilaku yang relatif stabil di berbagai konteks institusional dan geografis, khususnya pada kelompok usia muda yang terbiasa dengan teknologi digital.

Selain itu, kemudahan penggunaan berkaitan erat dengan aspek efisiensi waktu dan kenyamanan aktivitas sehari-hari. Mahasiswa cenderung memilih sistem pembayaran yang tidak memerlukan banyak langkah, tidak menimbulkan kebingungan, dan dapat diakses kapan saja tanpa kendala teknis. Temuan ini sejalan dengan pandangan Mehrabian dan Russell (1974) yang menyatakan bahwa kondisi lingkungan yang nyaman mendorong respons perilaku positif, termasuk dalam konteks interaksi manusia dengan teknologi digital.

Dari perspektif perilaku konsumen, kemudahan penggunaan juga memperkuat persepsi kontrol terhadap teknologi, yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya diri pengguna dalam melakukan transaksi digital. Rasa percaya diri ini menjadi fondasi penting dalam membangun kebiasaan penggunaan jangka panjang, sebagaimana dikemukakan dalam penelitian Kim et al. (2010) dan Chawla dan Joshi (2021). Ketika pengguna merasa mampu mengendalikan teknologi dengan baik, risiko psikologis yang dirasakan akan menurun secara signifikan.

Temuan empiris ini sekaligus memperkuat argumen bahwa kemudahan bukan sekadar fitur tambahan, melainkan elemen inti dalam desain sistem e-wallet. Dalam konteks mahasiswa yang memiliki aktivitas padat dan mobilitas tinggi, sistem yang kompleks cenderung ditinggalkan meskipun menawarkan fitur yang lebih lengkap. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi kemudahan penggunaan merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan adopsi dan loyalitas pengguna e-wallet.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berperan sebagai faktor dominan dalam membentuk perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa. Temuan ini memperkuat literatur terdahulu yang menempatkan *perceived ease of use* sebagai variabel kunci dalam berbagai model adopsi teknologi. Dengan demikian, fokus pada penyederhanaan desain dan pengalaman pengguna menjadi langkah strategis bagi penyedia layanan untuk mempertahankan dan memperluas basis pengguna.

Pengaruh Keamanan (X2) terhadap Perilaku Penggunaan E-Wallet (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, dengan nilai koefisien sebesar 0,035, t-statistic 0,254, dan p-value 0,799. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan belum menjadi faktor penentu utama dalam mendorong mahasiswa untuk menggunakan e-wallet secara aktif. Meskipun keamanan sering dianggap sebagai aspek krusial dalam layanan keuangan digital, dalam konteks penelitian ini pengaruhnya tidak muncul secara statistik. Kondisi tersebut mencerminkan adanya pergeseran prioritas pengguna dalam menilai layanan pembayaran digital.

Tidak signifikannya pengaruh keamanan dapat dipahami melalui karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa yang relatif melek teknologi dan terbiasa dengan transaksi digital. Kelompok ini cenderung menganggap sistem keamanan sebagai fitur standar yang sudah melekat pada seluruh platform e-wallet, sehingga tidak lagi dijadikan bahan pertimbangan utama dalam keputusan penggunaan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Gambetta (1988) dan Mayer et al. (1995) yang menyatakan bahwa kepercayaan sering kali menjadi asumsi dasar ketika sistem telah dianggap mapan dan digunakan secara luas.

Hasil ini juga konsisten dengan beberapa penelitian empiris yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap perilaku aktual, terutama pada kelompok pengguna berpengalaman. Studi oleh Yucha et al. (2020) dan Anto et al. (2024) menunjukkan bahwa ketika risiko dirasakan rendah atau jarang dialami secara langsung, faktor keamanan cenderung kehilangan daya pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan. Dengan kata lain, keamanan lebih berperan sebagai prasyarat minimum daripada faktor pendorong utama.

Dalam konteks mahasiswa, pengalaman positif berulang dalam menggunakan e-wallet tanpa mengalami kerugian finansial memperkuat asumsi bahwa sistem tersebut aman. Akibatnya, keamanan tidak lagi menjadi variabel pembeda antar pilihan layanan, melainkan dianggap sebagai standar umum.

Hal ini sejalan dengan pandangan Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa perilaku lebih dipengaruhi oleh keyakinan yang menonjol dalam benak individu, bukan oleh faktor yang dianggap sudah pasti terpenuhi.

Meskipun demikian, bukan berarti aspek keamanan kehilangan relevansinya secara keseluruhan. Keamanan tetap berfungsi sebagai fondasi yang menopang keberlanjutan penggunaan, meskipun tidak tampil sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi intensitas penggunaan. Penelitian oleh Aulia (2025) dan Ananda (2025) menunjukkan bahwa ketika terjadi gangguan keamanan atau kebocoran data, persepsi pengguna dapat berubah secara drastis dan berdampak pada penurunan kepercayaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memprioritaskan faktor kenyamanan dan kemudahan dibandingkan risiko potensial yang bersifat abstrak. Persepsi risiko yang rendah menyebabkan keamanan tidak menjadi variabel yang secara aktif dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa perilaku pengguna muda cenderung didorong oleh pengalaman langsung dibandingkan pertimbangan preventif jangka panjang.

Meskipun secara statistik keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, perannya tetap bersifat fundamental sebagai prasyarat keberlanjutan sistem. Tanpa jaminan keamanan yang memadai, kepercayaan pengguna dapat runtuh dan berdampak pada penurunan adopsi secara drastis. Oleh karena itu, hasil ini menegaskan bahwa keamanan berfungsi sebagai fondasi laten yang menopang faktor-faktor lain dalam membentuk perilaku penggunaan.

Temuan pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa keamanan bukan faktor pendorong utama dalam konteks perilaku penggunaan e-wallet mahasiswa, namun tetap menjadi elemen penting yang menjaga stabilitas dan keberlangsungan kepercayaan pengguna. Interpretasi ini memperkaya pemahaman mengenai dinamika perilaku digital generasi muda, khususnya dalam konteks penggunaan teknologi keuangan modern yang semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari.

Pengaruh Promosi (X3) terhadap Perilaku Penggunaan E-Wallet (Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi memiliki koefisien sebesar 0,255 dengan nilai t-statistic 1,858 dan p-value 0,063, yang berarti pengaruhnya terhadap perilaku penggunaan e-wallet tidak signifikan secara statistik. Meskipun arah hubungan bersifat positif, nilai signifikansi yang berada di atas ambang batas menunjukkan bahwa promosi belum mampu menjadi determinan utama dalam membentuk perilaku penggunaan mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa insentif promosi belum cukup kuat untuk mendorong perubahan perilaku yang konsisten dalam penggunaan e-wallet. Dengan demikian, promosi berfungsi lebih sebagai faktor pendukung daripada faktor penentu utama dalam pengambilan keputusan.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui karakteristik mahasiswa yang semakin rasional dalam merespons stimulus pemasaran. Mahasiswa cenderung memanfaatkan promosi hanya pada situasi tertentu, tanpa menjadikannya dasar utama dalam memilih atau mempertahankan penggunaan e-wallet. Pola ini sejalan dengan temuan Chawla dan Joshi (2021) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh pada niat awal, namun tidak selalu berdampak pada penggunaan berkelanjutan. Hal tersebut menandakan bahwa insentif bersifat situasional dan tidak selalu membentuk loyalitas jangka panjang.

Dari perspektif perilaku konsumen, promosi sering kali bekerja pada ranah afektif yang bersifat sementara, bukan pada pembentukan kebiasaan jangka panjang. Ketika insentif berakhir, kecenderungan penggunaan pun dapat menurun apabila tidak didukung oleh faktor lain seperti kemudahan atau kepercayaan. Hal ini selaras dengan temuan Yucha et al. (2020) dan Karindra dan Sari (2023) yang menyatakan bahwa promosi lebih efektif dalam meningkatkan frekuensi sesaat dibandingkan membentuk komitmen penggunaan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa semakin selektif terhadap promosi yang ditawarkan. Promosi yang bersifat umum, seperti potongan harga atau cashback kecil, tidak lagi memiliki daya tarik signifikan karena dianggap sebagai strategi pemasaran rutin. Kondisi ini mengindikasikan terjadinya adaptasi perilaku konsumen terhadap strategi promosi yang semakin masif di ranah digital, sebagaimana dijelaskan dalam studi oleh Sintani (2025) mengenai kejenuhan promosi pada pengguna e-wallet.

Promosi yang tidak disertai dengan nilai tambah fungsional cenderung kurang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Mahasiswa lebih mempertimbangkan aspek efisiensi, kecepatan, dan kemudahan transaksi dibandingkan sekadar insentif finansial jangka pendek. Temuan ini memperkuat

pandangan bahwa promosi bersifat komplementer, bukan determinan utama dalam pembentukan perilaku penggunaan teknologi keuangan.

Dari sudut pandang teoritis, hasil ini sejalan dengan pendekatan perilaku terencana yang menekankan bahwa niat dan perilaku lebih kuat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi kontrol dibandingkan oleh stimulus eksternal semata (Ajzen, 1991). Promosi yang tidak mampu memengaruhi sikap dasar pengguna cenderung kehilangan efektivitasnya dalam jangka panjang. Oleh karena itu, strategi promosi yang tidak diiringi peningkatan nilai fungsional akan memiliki dampak terbatas.

Temuan ini juga mengonfirmasi hasil penelitian Anto et al. (2024) dan Pambudi et al. (2023) yang menyatakan bahwa promosi hanya berperan sebagai pemicu awal, bukan penentu keberlanjutan penggunaan layanan digital. Dalam konteks mahasiswa, faktor rasional seperti kemudahan dan efisiensi lebih dominan dibandingkan daya tarik insentif sesaat. Dengan demikian, promosi harus diposisikan sebagai bagian dari strategi pendukung, bukan sebagai elemen inti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun promosi memiliki arah pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan e-wallet, kekuatannya belum cukup untuk menghasilkan dampak signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan adopsi dan penggunaan e-wallet pada mahasiswa lebih bergantung pada kualitas pengalaman penggunaan daripada pada insentif promosi yang bersifat temporer.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi secara Simultan terhadap Perilaku Penggunaan E-Wallet

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan e-wallet, dengan nilai original sample sebesar 0,201, t-statistic 2,320, dan p-value 0,020. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun beberapa variabel tidak signifikan secara parsial, kombinasi ketiganya mampu membentuk pengaruh yang bermakna terhadap perilaku pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan e-wallet merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang bekerja secara simultan, bukan berdiri sendiri. Dengan demikian, pendekatan holistik menjadi penting dalam memahami pola penggunaan teknologi keuangan.

Hasil ini mendukung pandangan bahwa perilaku pengguna bersifat multidimensional dan tidak dapat dijelaskan oleh satu variabel tunggal. Dalam konteks ini, kemudahan penggunaan berfungsi sebagai faktor utama, sementara keamanan dan promosi bertindak sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengaruh keseluruhan. Pandangan ini selaras dengan teori perilaku terencana yang menekankan bahwa niat dan perilaku terbentuk melalui kombinasi sikap, norma, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991). Oleh karena itu, analisis simultan memberikan gambaran yang lebih utuh dibandingkan pengujian parsial.

Hasil ini juga sejalan dengan pendekatan Technology Acceptance Model yang menempatkan kemudahan sebagai inti, namun tetap mengakui peran variabel eksternal dalam memperkuat adopsi teknologi (Davis, 1989). Ketika kemudahan penggunaan telah terpenuhi, keberadaan faktor keamanan dan promosi dapat meningkatkan keyakinan serta kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem secara berulang. Dengan demikian, interaksi antarvariabel membentuk ekosistem penggunaan yang saling melengkapi.

Dari sudut pandang empiris, temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa faktor-faktor psikologis dan fungsional tidak bekerja secara terpisah. Studi oleh Kim et al. (2010) dan Chawla dan Joshi (2021) menunjukkan bahwa adopsi layanan digital merupakan hasil akumulasi berbagai persepsi yang bekerja secara simultan. Hal ini menjelaskan mengapa model penelitian yang menggabungkan beberapa variabel memberikan daya jelaskan yang lebih kuat terhadap perilaku penggunaan.

Temuan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan e-wallet tidak dapat hanya berfokus pada satu aspek tertentu. Upaya peningkatan kemudahan tanpa didukung oleh persepsi keamanan dan strategi promosi yang tepat akan menghasilkan dampak yang terbatas. Dengan kata lain, keberhasilan adopsi teknologi menuntut integrasi antara aspek teknis, psikologis, dan pemasaran secara bersamaan.

Dalam konteks mahasiswa, hasil ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan e-wallet terbentuk melalui proses evaluasi yang kompleks, meskipun berlangsung secara cepat dan intuitif. Mahasiswa mempertimbangkan kenyamanan penggunaan, rasa aman, serta manfaat tambahan secara bersamaan

sebelum membentuk kebiasaan penggunaan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa perilaku digital generasi muda bersifat adaptif dan rasional dalam batas tertentu.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya pendekatan strategis yang terintegrasi dalam pengembangan layanan e-wallet. Penyedia layanan perlu memastikan bahwa kemudahan penggunaan tetap menjadi prioritas utama, disertai dengan sistem keamanan yang kredibel serta promosi yang relevan dan berkelanjutan. Pendekatan terpadu ini akan meningkatkan peluang terciptanya loyalitas pengguna dan keberlanjutan penggunaan dalam jangka panjang.

Hasil pengujian hipotesis keempat menegaskan bahwa perilaku penggunaan e-wallet merupakan hasil interaksi dinamis antara kemudahan, keamanan, dan promosi. Ketiganya saling melengkapi dan tidak dapat berdiri sendiri dalam menjelaskan perilaku pengguna. Temuan ini memperkaya pemahaman teoretis dan empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan di kalangan mahasiswa, sekaligus memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan strategi layanan digital yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan promosi terhadap perilaku penggunaan e-wallet pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam mendorong tingkat penggunaan e-wallet sebagai alat pembayaran. Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan karena mahasiswa cenderung memilih teknologi yang sederhana, cepat, efisien, serta tidak memerlukan kemampuan teknis yang rumit. E-wallet yang menawarkan antarmuka yang mudah dipahami, proses transaksi yang praktis, serta aksesibilitas yang tinggi terbukti meningkatkan kenyamanan dan memotivasi mahasiswa untuk menggunakannya secara berulang.

Aspek keamanan juga terbukti memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan, meskipun tingkat pengaruhnya tidak sekuat kemudahan. Mahasiswa tetap mempertimbangkan faktor keamanan dalam bentuk perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, serta fitur pengaman seperti PIN, OTP, dan biometrik. Walaupun sebagian besar pengguna merasa sistem e-wallet sudah cukup aman, persepsi keamanan yang kuat tetap berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan dan meningkatkan konsistensi penggunaan. Perbedaan persepsi keamanan di antara mahasiswa juga menunjukkan bahwa keamanan menjadi faktor yang perlu terus ditingkatkan oleh penyedia layanan.

Promosi menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Berbagai bentuk promosi seperti cashback, diskon, poin reward, dan voucher terbukti mendorong minat serta frekuensi penggunaan e-wallet. Mahasiswa sebagai pengguna yang peka terhadap insentif sangat responsif terhadap keuntungan yang diberikan, sehingga strategi promosi dapat meningkatkan keputusan mereka untuk menggunakan e-wallet dibandingkan metode pembayaran lainnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan e-wallet dibentuk oleh kombinasi antara aspek teknologis (kemudahan dan keamanan) serta aspek pemasaran (promosi), dan ketiganya bekerja saling melengkapi dalam mendorong adopsi layanan pembayaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ananda, Z. (2025). *Pengaruh Efisiensi, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pengguna Fitur Mobile Banking Cardless Withdrawl Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna M-Banking Di Bandar Lampung)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Anto, L. O., Ramadhan, A. M. F., & Hustia, R. H. (2024). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Wallet*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. <https://doi.org/10.33772/Jakuho.V9i1.210>
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G., (2022). *Intention To Use E-Wallet Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Dan Trust*. Jurnal Maksipreneur. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V11i2.916>
- Aritonang, A. N. S. (2023). *Peluang Pembayaran Menggunakan Qris Oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Aulia, T. (2025). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Di Kota Palopo* (Doctoral Dissertation, Iain Palopo).

- Chawla, D., & Joshi, H. (2021). *Consumer Attitude And Intention To Adopt Mobile Wallet In India: An Empirical Study*. International Journal Of Bank Marketing, 39(7), 1350–1372. <https://doi.org/10.1108/Ijbm-09-2018-0256>.
- Davis, F. D. (1986). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Results*. Mit Sloan School Of Management.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. Mis Quarterly, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research*. Addison-Wesley.
- Gambetta, D. (1988). *Trust: Making And Breaking Cooperative Relations*. Blackwell.
- Herman, H. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Iain Parepare* (Doctoral Dissertation, Iain Parepare).
- International Journal Of Information Management. (2020). *Determining Factors In The Adoption And Recommendation Of Mobile Wallet Services In India: Analysis Of The Effect Of Innovativeness, Stress To Use And Social Influence*.
- Istiandari, D. N., & Russel, V. (2025). *Analysis Of E-Commerce Paylater Usage Preferences And Its Implications On The Consumptive Behavior Of Surabaya College Students*.
- Karindra, A. A., & Sari, D. K.. (2023). *The Effect Of Perceived Convenience, Perceived Usefulness And Trust On Interest In Using Electronic Wallets At Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. Indonesian Journal Of Islamic Studies. <https://doi.org/10.21070/Ijis.V11i0.1653>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). *An Empirical Examination Of Factors Influencing The Intention To Use Mobile Payment*. Computers In Human Behavior, 26(3), 310–322. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model Of Organizational Trust*. Academy Of Management Review, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.2307/591021>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach To Environmental Psychology*. Mit Press.
- Pambudi, I. A., Roswinanto, W., & Meiria, C. (2023). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat Untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi Di Indonesia*. Journal-Of-Management-And-Business 20(3):482-501. <https://doi.org/10.34149/Jmbr.V20i3.577>
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I.. (2025). *The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Trust As Intervening Variables On Interest In Using Digital Banks Among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z)*. Juenal Riset Akuntansi. <https://doi.org/10.34128/Jra.V7i1.272>
- Sintani, T. R. M. (2025). *Peran Konsumen Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan E-Wallet: Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Promosi Melalui Persepsi Manfaat Serta Pengaruh Sosial Pada Masyarakat Surabaya*. Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(2), 2163-2183.
- Yucha, N., Setiawan, S., Muttaqi(I)N, N., Ekasari, R., & Mauladi, K. F. (2020). *Digital Payment System Analysis Of Buying Decision In Indonesia*. Journal Of Asian Finance, Economics And Business, 7(10), 471–482. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2020.Vol7.N10.323>