

“DANA” Usage : The effect of perceived ease of use & perceived security

“DANA” Usage : Pengaruh perceived ease of use & perceived security

Anisa Yuniar Safira ^{1(*)} · Astri Yuza Sari ²

^{1,2} Universitas Negeri Padang

^a anisayuniarsafira015@gmail.com

^b astriyuza@fe.unp.ac.id

(*) Corresponding Author

anisayuniarsafira015@gmail.com

How to Cite: Yuniar Safira, Anisa . (2024). E-wallet “DANA” Usage : Pengaruh perceived ease of use & perceived security
doi: [10.36526/js.v3i2.4741](https://doi.org/10.36526/js.v3i2.4741)

Received : 12-10-2024
Revised : 11-11-2024
Accepted : 30-11-2024

Keywords:

Perceived Ease Of Use,
Perceived Security,
e- Wallet Usage,
Continuous Intention,

Abstract

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use and perceived security on continuous intention in using the DANA e-wallet application. A quantitative approach was employed, with data collected through an online questionnaire involving 208 active DANA users in Indonesia. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4.0. The results indicate that perceived ease of use significantly influences perceived security but does not have a direct effect on continuous intention. On the other hand, perceived security significantly impacts continuous intention. These findings highlight the importance of enhancing perceived security to encourage users' continuous intention to use e-wallets. This study provides practical implications for e-wallet developers, particularly DANA, to focus on improving security features and user convenience to maintain user loyalty in a competitive market

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah e-wallet, yang semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2023), jumlah transaksi melalui e-wallet meningkat sebesar 35% dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan tren positif dalam adopsi teknologi keuangan ini. DANA, sebagai salah satu aplikasi e-wallet terkemuka di Indonesia, memainkan peran penting dalam ekosistem pembayaran digital. Dengan fitur-fitur seperti pembayaran daring, pengisian pulsa, dan transfer antar pengguna, DANA telah menjadi pilihan utama bagi jutaan pengguna.

Penggunaan *e-wallet* DANA ini banyak sekali diminati oleh masyarakat berbagai usia. Bahkan dalam waktu tiga setengah bulan DANA telah mencapai satu juta pengguna yang merupakan platform yang paling cepat dibandingkan dengan yang lainnya (Sutanto et al., 2020). DANA merupakan *startup* yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran digital serta transaksi secara non-tunai dan non-kartu. DANA adalah perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran dan transaksi secara non-tunai dan non-kartu secara digital, baik *online* maupun offline dapat berjalan dengan cepat, praktis dan tetap terjamin keamanannya.

E-wallet merupakan suatu alat pembayaran digital yang dilakukan dengan media elektronik berbentuk server (Mulyana et al., 2018). *E-wallet* mirip dengan versi elektronik dari dompet fisik yang memungkinkan untuk melakukan pertukaran finansial dan meningkatkan kecepatan

pembayaran (Yahid et al., 2013). Inti dari *e-wallet* adalah menggantikan dompet fisik serta koin, kartu, uang kertas, dan instrumen lainnya. *E-Wallet Usage* sangat penting untuk keberhasilan adopsi. Namun, dalam analisis oleh Clever Tap pada tahun 2019, ditemukan bahwa tingkat pergantian pengguna *e-wallet* rata-rata adalah 77%, dengan tingkat retensi rata-rata 8% setelah empat minggu penggunaan (Pandit, 2019).

Perceived Ease of Use merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi secara aktual dapat terbebas dari usaha serta dapat meringankan dan memudahkan pekerjaan. Respon terhadap kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah tolak ukur bahwa seseorang dapat yakin jika menggunakan teknologi dapat digunakan secara efektif dan melakukannya tidak membutuhkan usaha yang tinggi tetapi harus dapat menggunakannya dengan mudah (Jogiyanto, 2019). Secara khusus, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* dapat dipercaya oleh pengguna dalam penggunaan sistem komputer yang tidak memerlukan usaha apa pun dan akan mengukur sejauh mana pengguna sistem komputer dapat meningkatkan kinerjanya dalam pekerjaannya (Anthony et al., 2014). Adapun tingkat kepercayaan individu mengacu pada keyakinan bahwa teknologi informasi tidak sulit untuk digunakan, mudah dipahami, dan tidak memerlukan keahlian khusus untuk mengoperasikannya (Zainal et al., 2015).

Perceived Security adalah risiko penting dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan saat membeli produk atau mengonsumsi beberapa layanan (Kahar et al., 2019). Persepsi keamanan konsumen sangat penting untuk menghilangkan risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi (Harris et al., 2016). Keamanan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai pencegahan dan prediksi ancaman yang dapat menimbulkan tantangan ekonomi dengan menyebabkan kerusakan pada sumber data atau jaringan, pengumpulan dan manipulasi data, penolakan layanan, penipuan dan penyalahgunaan kekuasaan (Hartono et al., 2014). *E-wallet* DANA masih memiliki tantangan tersendiri dalam menghadapi permasalahan. Terdapat beberapa hambatan yang harus diatasi, seperti modus penipuan, kekhawatiran akan keamanan data pribadi dan kendala tidak dapat melakukan transaksi.

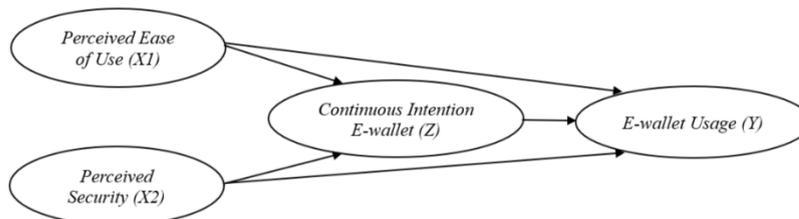
Secara khusus dapat didefinisikan keamanan yang dirasakan sebagai persepsi pengguna terhadap tingkat keamanan yang mereka rasakan ketika berinteraksi dengan suatu sistem, layanan atau produk, terutama yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan keuangan (Flavián et al., 2006). *Perceived security* didefinisikan sebagai kesadaran akan tindakan tepat yang harus diambil oleh manajer aplikasi untuk memastikan perlindungan keamanan informasi setelah sistem memproses transmisi (Balapour et al., 2020). Keamanan yang dirasakan memberikan perasaan aman dan nyaman kepada pengguna, yang meningkatkan niat untuk terus menggunakan (Kim et al., 2008). Dengan demikian, konsumen yang menganggap transaksi aman lebih cenderung menggunakan, dan merekomendasikan serta dapat membantu pelanggan lain dalam pengambilan keputusan mereka (Youn et al., 2008).

Adanya fenomena yang terjadi pada masyarakat ini memunculkan keresahan mengenai kejahatan siber. Para pengguna juga memperhatikan mengenai keamanan *e-wallet* DANA yang dimana *e-wallet* ini terkoneksi pada rekening bank pengguna. Dalam industri digital, *security* berperan penting karena informasi pribadi konsumen disimpan dalam data perusahaan (Visakha et al., 2022). Pengguna akan merasa aman dan tertarik mengadopsi teknologi apabila tingkat keamanan tinggi dan adanya jaminan atas amannya informasi pribadi (Gita et al., 2021)

Niat kelanjutan (*continuous intention*) adalah konsumen yang memiliki, membeli atau menggunakan barang dan jasa dan berniat untuk terus membeli atau menggunakan layanan lagi (Atcharyachanvanich et al., 2008). Beberapa penelitian sebelumnya telah menjelaskan bahwa niat kelanjutan adalah penggunaan terus menerus dari sistem informasi yang diadopsi penggunanya (Bhattacharjee, 2001; Y. Lee et al., 2011).

Terdapat penjelasan mengenai *e-wallet* bahwa sebelumnya seseorang telah memutuskan mereka akan terus menggunakan *e-wallet*, niat untuk menggunakan, pada dasarnya disengaja dan rasional, pengguna membuat keputusan yang masuk akal berdasarkan persepsi seperti kemudahan penggunaan dan kegunaan, harapan dari pengalaman, dan kepercayaan (Amoroso et

al., 2017). Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan minat dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya (Venkatesh dalam Jati & Laksito et al, 2012). Adapun penegasan bahwa niat berkelanjutan berhubungan langsung dengan penggunaan teknologi yang berkelanjutan Al-Emran et al., 2020).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuous Intention*

Perceived Ease of Use penting dalam memberikan nilai dan membentuk sikap terhadap transaksi online. Oleh karena itu, jika penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha dari pihak pengguna, kemungkinan besar seseorang akan terus melakukannya seiring berjalannya waktu. Konsumen tertarik menggunakan *e-wallet* jika mereka yakin bahwa penggunaannya mudah dan memerlukan sedikit usaha untuk menyelesaikan transaksi pembayaran (Kumar et al., 2021). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terbukti berdampak positif pada kelanjutan niat menggunakan aplikasi seluler (Santoso, 2021).

H.2 Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Continuous Intention*

Perceived Security dapat diartikan sejauh mana pengguna merasa aman dalam menggunakan sistem, terutama dalam perlindungan data pribadi, transaksi, dan privasi. Kekhawatiran penting yang dibahas dalam literatur adopsi *e-commerce* adalah kurangnya keamanan dan privasi dalam transaksi elektronik. Pada dasarnya pengguna yang merasakan tingkat keamanan yang tinggi cenderung lebih percaya pada sistem, sehingga meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakannya dalam jangka panjang (Zhou, 2011).

Selain itu, masalah keamanan dapat menghambat adopsi karena keengganan para pihak untuk melakukan transaksi *online*. Maka dapat disimpulkan bahwa meningkatkan *perceived security* dapat memperkuat niat berkelanjutan pengguna dalam menggunakan suatu layanan

H.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *E-wallet Usage*

Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* (Suryati et al., 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna menggunakan *e-wallet*.

H.4 Pengaruh *Perceived Security* terhadap *E-wallet Usage*

Perceived security memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*. Keamanan yang dirasakan berkontribusi positif terhadap kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya memengaruhi niat untuk menggunakan *e-wallet* (Suryati et al., 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan *e-wallet* dalam transaksi sehari-hari. Konsumen cenderung memilih *e-wallet* jika mereka yakin bahwa sistem tersebut aman dan dapat melindungi informasi pribadi mereka. Pernyataan tersebut juga sesuai

dengan penelitian Ratna, Wisnalmawati, dan Hadi bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan terhadap DANA *e-wallet* (Raninda et al., 2022).

H.5 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap E-wallet Usage melalui Continuous Intention

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan *e-wallet* itu mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Dalam model penerimaan teknologi berpendapat bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan mengembangkan niat untuk terus menggunakannya (Davis (1989).

H.6 Pengaruh Perceived Security terhadap E-wallet Usage melalui Continuous Intention

Keamanan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa aman saat menggunakan layanan dompet elektronik, termasuk perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi. Tingkat kesadaran keamanan berpengaruh positif terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet* (Kim et al., 2010). Dengan terciptanya rasa aman dapat menciptakan niat untuk terus melanjutkan, yang merupakan faktor kunci dalam adopsi teknologi berkelanjutan (Chu 2011).

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Penelitian ini dilakukan di kota Padang. Total sampel pada penelitian ini sebanyak 208 sampel. Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan PLS4 (*Partial Least Square*). Data kuesioner yang terkumpul dan diisi secara lengkap oleh responden yang kemudian diolah menggunakan PLS-SEM dengan menggunakan *software SmartPLS 4.0.0*.

Tabel 1 Uji Prasyarat

Uji	Prasyarat
Validitas	Nilai Outer loading awal, outer loading akhir, dan Cross loading >0,7
Reliabilitas	nilai <i>cronbach alpha</i> > 0,6 dan <i>composite reliability</i> bernilai > 0,7

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah dilakukan Uji validitas terdapat hasil cross loading, *cronbach alpha*, *composite reliability*. model memenuhi syarat semua. Untuk menguji hipotesis efek secara langsung dan tidak langsung, maka dibutuhkan bantuan *bootstrapping* pada software Smart PLS. Dimana P Value harus bernilai < 0.05, maka hipotesis tersebut dapat diterima dan signifikan. Berikut adalah hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 2 Path Coeficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Tstatistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
perceived ease of use -> continuous intention	0.059	0.061	0.091	0.645	0.259	Ditolak
perceived security -> continuous intention	0.546	0.551	0.070	07.798	0.000	Diterima
perceived ease of use -> E-wallet ussage	0.185	0.185	0.089	2.070	0.019	Diterima
perceived security -> E-wallet ussage	0.053	0.056	0.094	0.560	0.288	Ditolak

perceived ease of use -> continuous intention -> E- wallet usage	0.013	0.016	0.024	0.553	0.290	Ditolak
perceived security -> continuous intention -> E- wallet usage	0.122	0.121	0.048	2.573	0.005	Diterima

H1: *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuous Intention* masyarakat di Kota Padang dalam menggunakan *e-wallet* DANA.

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.259 lebih besar daripada nilai α 0,05, sehingga H1 pada penelitian ini ditolak. Dengan besaran pengaruh 0.059. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of use* (X1) memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap *Continuous Intention* (Z).

H2: *Perceived Security* berpengaruh signifikan positif terhadap *Continuous Intention* masyarakat di kota Padang dalam menggunakan *e-wallet* DANA.

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.000 lebih kecil daripada nilai α 0,05, sehingga H2 pada penelitian ini diterima. Dengan besaran pengaruh -0.546. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Security* (X2) memiliki hasil yang signifikan dan positif terhadap *Continuous Intention* (Z).

H3: *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap *e-wallet usage* masyarakat di Kota Padang dalam menggunakan *e-wallet* DANA.

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.019 lebih kecil daripada nilai α 0,05, sehingga H3 pada penelitian ini diterima. Dengan besaran pengaruh 0.185. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of use* (X1) memiliki hasil yang signifikan dan positif terhadap *E-Wallet usage* (Y).

H4: *Perceived Security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *e-wallet usage* masyarakat di kota Padang dalam menggunakan *e-wallet* DANA.

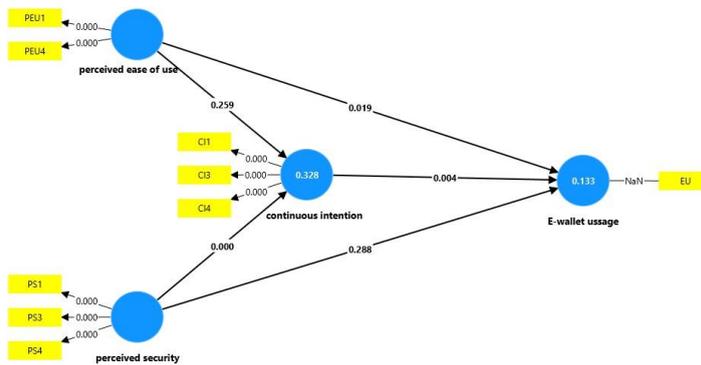
Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.288 lebih besar daripada nilai α 0,05, sehingga H4 pada penelitian ini ditolak. Dengan besaran pengaruh 0.053. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Security* (X1) memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap *e-wallet Usage* (Y).

H5: *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap *e-wallet usage* masyarakat di Kota Padang yang dimediasi oleh *continuous intention*

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.290 lebih besar daripada nilai α 0,05, sehingga H5 pada penelitian ini ditolak. Dengan besaran pengaruh 0.013. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (X1) memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap *e-wallet Usage* (Y) yang di mediasi oleh *Continuous Intention* (Z).

H6: *Perceived security* berpengaruh signifikan positif terhadap *e-wallet usage* masyarakat di Kota Padang yang dimediasi oleh *continuous intention*.

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *P value* 0.005 lebih kecil daripada nilai α 0,05, sehingga H6 pada penelitian ini diterima. Dengan besaran pengaruh 0.122. Maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Security* (X2) memiliki hasil yang signifikan terhadap *e-wallet Usage* (Y) yang di mediasi oleh *Continuous Intention* (Z).



Gambar 2. Model Akhir Output PLS

Pembahasan

Perceived Ease of Use Tidak Berpengaruh Terhadap Continuous Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *continuous intention* (niat berkelanjutan) pengguna untuk menggunakan e-wallet "DANA". Dalam studi mereka yang mengembangkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), ditemukan bahwa seiring berjalannya waktu, persepsi terhadap kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam menentukan penggunaan teknologi jangka panjang, khususnya di kalangan pengguna yang sudah berpengalaman (Venkatesh et al., 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Alalwan et al., 2018), yang menyatakan bahwa aplikasi yang mudah digunakan cenderung meningkatkan persepsi keamanan pengguna. Dalam konteks aplikasi DANA, kemudahan navigasi, desain antarmuka yang intuitif, dan pengalaman pengguna yang sederhana dapat membangun kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem. Pengguna yang merasa nyaman menggunakan aplikasi akan lebih percaya bahwa platform ini mampu melindungi data pribadi dan finansial mereka secara efektif.

Dengan kata lain, bagi pengguna yang sudah terbiasa dengan aplikasi *e-wallet*, kemudahan penggunaan bisa menjadi ekspektasi yang tidak lagi mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Perceived Security Berpengaruh Terhadap Continuous Intention

Perceived security (persepsi terhadap keamanan) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuous intention*. Faktor keamanan adalah salah satu elemen kunci yang mendorong pengguna untuk membentuk niat berkelanjutan dalam menggunakan teknologi pembayaran digital (Zhou 2013). Keamanan adalah faktor krusial dalam membangun kepercayaan pengguna pada sistem pembayaran digital. Temuan ini konsisten dengan banyak studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa rasa aman saat melakukan transaksi digital sangat mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* (Hernandez et al., 2011).

Perceived Ease of Use Berpengaruh Terhadap E-Wallet Usage

Penelitian ini menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* secara langsung. Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan adalah faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi baru. Kemudahan penggunaan adalah faktor utama dalam meningkatkan tingkat penggunaan aplikasi teknologi finansial, terutama bagi pengguna yang baru pertama kali mencoba (Liu et al., 2021). Ini menunjukkan semakin mudah pengguna merasa bahwa dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* "DANA", maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut secara aktif.

Perceived Security Tidak Berpengaruh Terhadap E-Wallet Usage

Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *perceived security* berperan penting pada tahap adopsi awal, pada tahap penggunaan berkelanjutan (*continuous usage*), faktor seperti *perceived ease of use* dan *trust* sering kali lebih mempengaruhi perilaku pengguna dibandingkan dengan faktor keamanan (Chen, et al, 2020).

Meskipun keamanan sangat penting untuk membangun niat berkelanjutan, pada titik tertentu, pengguna lebih cenderung untuk mempercayai sistem yang telah mereka gunakan secara rutin, sehingga pengaruh langsung dari keamanan terhadap penggunaan aplikasi menjadi kurang signifikan (Gupta et al. (2022).

Meskipun keamanan dianggap penting, pada kasus ini, keamanan tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi penggunaan, karena pengguna telah menganggapnya sebagai standar yang harus ada.

Perceived Ease of Use Tidak Berpengaruh Terhadap E-Wallet Usage yang Dimediasi oleh Continuous Intention.

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan bisa cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku langsung, tanpa perlu peran dari niat berkelanjutan. Pengguna yang merasa aplikasi mudah digunakan akan cenderung menggunakannya tanpa mempertimbangkan lebih lanjut niat berkelanjutan mereka (Liao et al., 2023).

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah sebuah aplikasi *e-wallet* digunakan, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk langsung menggunakannya, tanpa dipengaruhi oleh niat penggunaan berkelanjutan.

Perceived Security Berpengaruh Terhadap E-Wallet Usage yang Dimediasi oleh Continuous Intention

Rasa aman dapat meningkatkan loyalitas dan niat berkelanjutan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi dalam jangka panjang (Liu et al., 2021). Keamanan yang lebih tinggi tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga mendorong pengguna untuk lebih sering berinteraksi dengan aplikasi, yang pada akhirnya berujung pada peningkatan penggunaan. Dengan kata lain, Pengguna yang merasa aman dalam menggunakan aplikasi "DANA" cenderung akan membentuk niat yang kuat untuk terus menggunakannya, yang kemudian meningkatkan frekuensi penggunaan mereka.

PENUTUP

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan dan niat berkelanjutan aplikasi *e-wallet* "DANA." Pertama, *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan *e-wallet*, namun tidak memengaruhi niat berkelanjutan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan lebih relevan dalam tahap awal adopsi aplikasi, sedangkan pengguna yang telah berpengalaman menganggap kemudahan sebagai ekspektasi dasar yang tidak lagi menjadi faktor penentu. Kedua, *perceived security* (keamanan) terbukti menjadi faktor penting dalam membangun niat berkelanjutan. Pengguna yang merasa aman saat bertransaksi memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan aplikasi secara konsisten, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap frekuensi penggunaan. Namun, keamanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan aplikasi, karena telah dianggap sebagai standar yang diharapkan. Ketiga, niat berkelanjutan tidak memediasi hubungan antara *perceived ease of use* dan penggunaan *e-wallet*, tetapi memediasi hubungan antara *perceived security* dan penggunaan *e-wallet*. Ini menegaskan bahwa keamanan berperan sebagai faktor krusial dalam membentuk kepercayaan dan loyalitas pengguna untuk penggunaan jangka panjang. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya memahami dinamika faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, dan niat berkelanjutan dalam strategi pengembangan dan pemasaran *e-wallet*. Pengembang aplikasi disarankan untuk terus meningkatkan keamanan dan kenyamanan, sambil berfokus pada fitur yang dapat memperkuat loyalitas pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2020). Technology acceptance model in M-learning context: A systematic review. *Computers & Education*, 144, 103-121. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103-121>
- Amoroso, D., & Lim, R. (2017). The mediating effects of habit on continuance intention. *International Journal of Information Management*, 37(6), 693-702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003>
- Anthony, D., & Mutalemwa, D. K. (2014). Factors influencing the Use of Mobile Payments in Tanzania: Insight from Zantel's Z-pesa services. *The Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa*, 5(2), 69-93
- Atcharyachanvanich, Kanokwan., Noboru S., Hitoshi O. (2008). What are the Benefits of Continued Purchasing through the Internet? A Study of South Korean Consumers. *Journal of Service Science and Management*. 01(01):101-110. DOI:10.4236/jssm.2008.11010
- Balapour, A., Nikkhal, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile Application Security: Role of Perceived Privacy as The Pre-dictor of Security Perceptions. *International Journal of Information Management*, 52
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370
- Chen, Y., Zhang, C., & Xu, H. (2020). The role of perceived security and perceived ease of use in e-wallet adoption: An empirical study of Chinese consumers. *Journal of Electronic Commerce Research*, 21(1), 40-57
- 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>
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601-620. <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>
- Gita, N. W., & Juliarsa, G. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2086-2099. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p16>
- Gupta, S., & Arora, A. (2022). Factors Influencing the Continuous Usage of E-Wallets: A Study in Emerging Markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102706. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102706>
- Harris, M. A., Chin, A. G., & Brookshire, R. (2015). Mobile App Installation: the Role of Precautions and Desensitization. *Journal of International Technology and Information Management*, 24(4), 45-62. <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1052>
- Hartono, E., Holsapple, C. W., Kim, K.-Y., Na, K.-S., & Simpson, J. T. (2014). Measuring perceived security in B2C electronic commerce website usage: A respecification and validation. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.02.006>
- Hernandez, J. M., Jiménez, J. A., & Martín, J. A. (2011). The Influence of Perceived Security and Trust on the Adoption of Online Banking. *Journal of Economic Psychology*, 32(3), 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.11.004>
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan dan sistem e-tiket. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(2), 1-15
- Jogiyanto, PH (2019). Sistem Informasi Keprilakuan. Yogyakarta: Yogyakarta: Andi Offset, 2007
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018). Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018), Padang, Indonesia.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and perceived ease of use. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2010). Trust and satisfaction, two stepping stones for successful e-commerce relationships: A longitudinal exploration. *Information Systems Research*, 21(2), 237-257. <https://doi.org/10.1287/isre.1080.0188>

- Kumar, A., Singh, R., & Gupta, V. (2021). Factors Influencing the Adoption of E-Wallets: A Study on Consumer Behavior. *International Journal of Business and Management*, 16(3), 45-60. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v16n3p45>
- Liao, C., Hsieh, Y. C., & Chou, H. (2023). The Role of Trust and Security in the Acceptance of E-Wallets. *Electronic Commerce Research and Applications*, 50, 101158. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2022.101158>
- Liu, Y., Li, H., & Wei, K. K. (2021). Factors Influencing the Continuous Use of Mobile Wallets: Evidence from China. *Information & Management*, 58(4), 103454. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103454>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*. 7(2), 63-69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Pandit, K. (2019), "Hole in the eWallet: mobile payment apps face significant challenges engaging, retaining users, shows CleverTap benchmark report", available at: www.prnewswire.com/news-releases/hole-in-the-ewallet-mobile-payment-apps-face-significant-challenges-engagin-retaining-users-shows-clevertap-benchmark-report-300782258.html (accessed 13 April 2023).
- Raninda, R., Wisnalmawati, & Oetomo, H. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use, Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention toward the DANA E-Wallet. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63-72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>
- Santoso, Hendra G. (2021). Perceived Ease to Use berpengaruh positif terhadap Usefulness, dan Usefulness berpengaruh positif terhadap Continued to Use Mobile Apps Intention. *Budapest Internationa Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities*, 4 (4), 11818 - 11833.
- Suryati, S., & Yoga, I. (2021). The Influence of Perceived Ease of Use, Trust and Security on Intention to Use E-Wallet. *JMIF: Journal of Management and Islamic Finance*, 1(2), 294-308. Retrieved from <https://oldjournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/imif/article/view/4692>
- Sutanto, E. M., & Yessica, Y. (2020). Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran DANA. *Journal of Business & Banking*, 10(1), 53-69. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Visakha, M. D., & Keni, K. (2022). The Impact Of Security And Perceived Ease Of Use On Reuse Intention Of E-Wallet Users In Jakarta: The Mediating Role Of E-Satisfaction, 655, 36- 42, <https://doi.org/https://dx.doi.org/0.2991/assehr.k.220404.007>
- Yahid, B., Shahbahrami, A., & Nobakht, M. B. (2013). Providing security for E-wallet using E-cheque. 2013 7th International Conference on ECommerce in Developing Countries: With Focus on e-Security, ECDC 2013. <https://doi.org/10.1109/ECDC.2013.6556725>
- Youn, S., & Kim, H. (2008). Antecedents of consumer attitudes toward cause-related marketing. *Journal of Advertising Research*, 48(1), 123-137. <https://doi.org/10.2501/S0021849908080136>
- Zainal, M., & Rahadi, D. R. (2015). Analisis Technology Acceptance Model pada Industri Perbankan. *Jurnal Sistem Informasi*, 7(2), 837-851
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of users' post-adoption behaviour of mobile services. *Behaviour & Information Technology*, 30(2), 241-250. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2010.543702>
- Zhou, T. (2013). An Empirical Examination of Users' Information Technology Adoption: A Perspective of User Innovation. *Computers in Human Behavior*, 29(2), 403-411. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.017>