

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

UTAUT merupakan pengembangan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dicetuskan oleh Venkatesh, Morris, Davis dan Davis tahun 2003, di mana terdapat keterbatasan yakni kurangnya pertimbangan dalam faktor pengaruh sosial dalam pemakaian dan pemanfaatan teknologi baru. Mathieson, Peacock, and Chin 2001, menyebutkan bahwa dalam TAM, penggunaan teknologi sistem informasi ialah atas dasar kehendak, tidak memperhatikan terdapatnya hal yang mencegah perorangan untuk memakai suatu sistem yang ingin dipakainya.¹

UTAUT ini sebagai gabungan (*unified*) dari model-model penerimaan teknologi yang sudah ada, menjadi kesatuan teori tentang penerimaan pengguna teknologi. UTAUT telah dinilai lebih berhasil menerangkan sebagian besar dari varian intention (niat) dibanding dengan kedelapan teori sebelumnya, yakni *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPTU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT).²

UTAUT dirancang dengan harapan menjadi alat yang berguna bagi pihak-pihak yang memerlukan penilaian probabilitas keberhasilan dalam mengenalkan kebaruan teknologi dan membantu pihak tersebut dalam pemahaman hal pendorong penerimaan untuk secara tanggap mengembangkan intervensi khusus populasi misalnya pelatihan atau pemasaran dan sebagainya kepada wilayah yang kemungkinan kurang tertarik untuk mengadopsi atau menggunakan sistem baru.³

¹Edi Purwanto et al., eds., *Technology Adoption: A Conceptual Framework* (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020) 55.

² Venkatesh et al., "User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View," 135.

³Siti Julianingsih Nurfitriyani, "Mengenal UTAUT2 Sebagai Salah Satu Technology Acceptance," BINUS University, 2020,

a. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

1) Pengertian Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja merupakan ukuran di mana pemakaian teknologi mampu menimbulkan kemanfaatan bagi aktivitas tertentu penggunaannya. Venkatesh dalam Faridhal (2020) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja paling besar terhadap pengguna teknologi.⁴ Keuntungan yang terlihat dihasilkan dari memanfaatkan suatu teknologi membuat timbulnya ketertarikan pemanfaatan akan teknologi guna meningkatkan kinerja penggunaannya.⁵

Mutlu dan Der (2017) menjelaskan *performance expectancy* berupa kemampuan untuk mendapatkan manfaat signifikan setelah penggunaan suatu teknologi.⁶ Orang akan memakai sistem ketika orang tersebut merasakan bahwa sistem yang digunakan memberi rasa keamanan dan membantu pekerjaan yang dilakukan secara lebih cepat. Manfaat dari transaksi pembayaran yang diselesaikan memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Semakin tinggi kinerja suatu sistem informasi dalam meringankan pekerjaan seseorang, maka akan tinggi niat untuk pengguna memakai sistem tersebut.⁷

<https://sis.binus.ac.id/2020/07/20/mengenal-utaut2-sebagai-salah-satu-technology-acceptance/>.

⁴Mazaya Faridhal, “Analisis Transaksi Pembayaran Nontunai Melalui *E-wallet*: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 7, no. 2 (2019): 5, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5933>.

⁵Daniel Ivan Christiono and Ritzky Karina M.R. Brahmana, “Analisis Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Behavior Intention Pada Online Marketplace,” *Agora* 6, no. 2 (2018): 2.

⁶Emma L Slade et al., “Modeling Consumers’ Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the UK: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk and Trust,” *Psychology and Marketing* 32, no. 8 (2015):8 , <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20823>.

⁷Mutiara Indah and Henri Agustin, “Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang,” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1, no. 4 (2019): 1954, <https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.188>.

2) Indikator Ekspektasi Kinerja

Indikator yang dipakai dalam mengukur ekspektasi kinerja yakni:⁸

- (a) Kegunaan (*usefulness*), yakni memakai teknologi mampu membuat performa kerja meningkat.
- (b) Kecepatan (*quickness*), yakni dalam menggunakan teknologi bisa mempercepat pekerjaan.
- (c) Produktivitas (*productivity*), yakni menggunakan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dalam suatu pekerjaan.

b. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

1) Pengertian Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berarti ukuran kemudahan dalam pemakaian suatu sistem. *Effort expectancy* memberi pengaruh pada kepuasan dan kelanjutan pengguna dalam menggunakan sistem. Hartono (2008) menyatakan bahwa bilamana sistem mudah digunakan, maka *effort* yang dilakukan tidak begitu besar. Sebaliknya bila sistem tersebut ternyata sulit digunakan, akan diperlukan usaha yang besar dalam memakainya.⁹

Effort expectancy merupakan tingkat kemudahan yang terkait saat menggunakan teknologi. Saat kompleksitas atau kerumitan dalam suatu teknologi menurun, pengguna cenderung meningkat. Alalwan dalam Sellyana dan Miharni menyebutkan keinginan individu dalam menerima sistem baru disebabkan tidak hanya oleh seberapa baik sistem tersebut dihargai secara positif, namun juga oleh seberapa mudah untuk digunakan.¹⁰ Celik (2016)

⁸ Achiriani and Hasbi, "Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia," 379.

⁹Meilinda dwi Anugrah and Hermaya Ompusunggu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 18, no. 1 (2021): 49, <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>.

¹⁰ Sellyana Winata and Miharni Tjokrosaputro, "The Roles of *Effort expectancy*, Attitude, and Service Quality in Mobile Payment Users Continuance Intention," in *Proceedings of the Tenth International Conference*

menyatakan ekspektasi usaha merupakan penilaian seseorang mengenai tingkat kemanfaatan teknologi tanpa usaha berlebihan.¹¹

2) Indikator Ekspektasi Usaha

Dalam indikator yang digunakan untuk pengukuran ekspektasi usaha antara lain:¹²

- (a) *Easy to use*, yakni penggunaan teknologi secara mudah tanpa upaya yang berlebihan.
- (b) *Easy to learn*, yakni ketrampilan dalam penggunaan suatu teknologi.
- (c) *Clean and understandable*, yakni dalam suatu teknologi dalam mengaksesnya bisa dengan jelas dan mudah dipahami.
- (d) *Skillfully*, yakni kemudahan untuk mahir atau terampil dalam penggunaan teknologi.

c. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

1) Pengertian Pengaruh Sosial

Venkatesh (2003) mendefinisikan *social influence* dengan ukuran seberapa percaya seseorang terhadap orang lain dalam mempengaruhi perilaku dalam memakai suatu teknologi baru. Delre (2010) menyatakan pengaruh sosial mempengaruhi emosional melalui ajaran, bentukan, dan bujukan lingkungan sekitar.¹³ Pengaruh sosial memiliki dampak yang cukup besar dalam mempengaruhi pikiran seseorang ketika mengambil pilihan tertentu. Pengaruh ini bisa bersumber dari keluarga, tetangga, teman, hingga dari

on *Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, vol. 653, 2022, 122, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.020>.

¹¹Resti Anindya Putri and Helni Mutiarsih Juhur, "Peminat Aplikasi Blibli.Com Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut)," *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 12, no. 1 (2019): 18, <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/762>.

¹²Viswanath Venkatesh, Jamea y.L Thong, and Xin Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 43, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388.

¹³Veronica Veronica and Rodhiah Rodhiah, "Pengaruh Privacy, *Social influence* Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 2 (2021): 237, <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i2.9657>.

public figure tertentu yang diikuti.¹⁴ Keyakinan individu dalam memakai teknologi bergantung pada opini lingkungan sekitar terhadap teknologi tersebut, apakah masyarakat mendukung ataupun tidak mendukung.¹⁵

Social influence merupakan tingkatan di saat jaringan sosial berupa sinyal atau pesan dari orang lain dapat mempengaruhi tingkah laku masyarakat, yang menimbulkan terciptanya nilai sosial. Faktor sosial berupa lingkungan kerja atau pergaulan, besar pengaruhnya pada pola pikir seseorang yang menetap di dalamnya.¹⁶ *Social influence* juga memberi pengaruh pada seseorang melalui pesan-pesan yang berisi harapan sosial serta tingkah laku yang diamati orang lain.¹⁷

2) Indikator Pengaruh Sosial

Indikator dalam *social influence* yakni:¹⁸

- (a) Norma subyektif, yakni persepsi individu akan suatu hal boleh dan tidak boleh dikerjakan menurut seseorang yang penting baginya.

¹⁴Mia Andika Sari, Indianik Aminah, and Hastuti Redyanita, "Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok)," *Ekonomi & Bisnis* 19, no. 2 (2021): 99, <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3601>.

¹⁵Wiwit Irawati and Beny Priambodo, "Pengaruh Faktor Sosial Dan Ekspektasi Kinerja Terhadap Tax Billing System," *Jurnal Kajian Akuntansi* 4, no. 2 (2020): 159, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33603/jka.v4i2.4366>.

¹⁶Wayan Setiawan, Lucy Sri Musmini, and I Putu Julianto, "Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Bumdes Di Kecamatan Kubutambahan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* 10, no. 3 (2019): 322, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/22808/14150>.

¹⁷Steven Haryono et al., "Pengaruh Shopping Orientation, *Social influence*, Dan System Terhadap Costumer Attitude Melalui Percieved Ease of Use (Studi Pada Apple Store)" 3, no. 1 (2015): 4, <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3406>.

¹⁸Dhio Ramadhan Sukmana Putra and Roekhudin, "Analisis Determinan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi Pembayaran," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 10, no. 2 (2022): 9, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/8086>.

- (b) Faktor-faktor sosial, perasaan dalam diri terhadap kultur suatu kelompok dan keputusan setuju di dalamnya dipengaruhi oleh seseorang pada situasi tertentu.
 - (c) Citra (*image*), inovasi yang digunakan dirasa mampu meningkatkan status sosial dari seseorang.
- d. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating conditions*)**

1) Pengertian *Facilitating conditions*

Facilitating conditions atau kondisi yang memfasilitasi yakni seberapa jauhnya individu percaya akan ketersediaan infrastruktur organisasional dan teknikal dalam mendukung pemakaian sistem.¹⁹ Setelah menikmati kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan yang memudahkan pembayaran dan transaksi, pengguna terikat untuk terus menggunakan layanan tersebut.²⁰

Martin dkk., (2014) menyebutkan kondisi yang memfasilitasi mencerminkan jaminan pengguna atas ketersediaan fasilitas dan sistem pendukung untuk memanfaatkan teknologi baru. *Facilitating conditions* menunjukkan ketersediaan, dan aksesibilitas, serta sumber daya yang mendorong penerapan perilaku tertentu. Fasilitas ini memberi pengguna perasaan kontrol psikologis yang pada gilirannya, memengaruhi kesediaannya untuk mengadopsi perilaku tertentu.²¹

2) Indikator *Facilitating conditions*

Indikator dalam mengukur *facilitating conditions* antara lain:²²

¹⁹Andreas Chang, "UTAUT and UTAUT 2: A Review and Agenda for Future Research," *The Winners* 13, no. 2 (2012): 109, <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/tw.v13i2.656>.

²⁰Marvello Yang et al., "Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of *e-wallets*," *Sustainability (Switzerland)* 13, no. 2 (2021): 5, <https://doi.org/10.3390/su13020831>.

²¹Emmanuel Kofi Penney et al., "Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust," *SAGE Open* 11, no. 3 (2021): 5, <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>.

²²Chairia Chairia, Citra Sukmadilaga, and Indri Yuliafitri, "Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Dan Kondisi Yang Mendukung Terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile Yang Dimediasi Oleh

- (a) Kontrol perilaku, yakni suatu anggapan mudah atau sulitnya dalam memperlihatkan suatu perbuatan.
- (b) Kondisi-kondisi yang memfasilitasi, faktor lingkungan yang telah disepakati sebagai pemberi kemudahan pada suatu hal.
- (c) Kompabilitas, ukuran kesesuaian inovasi dengan kebutuhan, pengalaman, dan nilai yang ada.

2. *Financial Tecnology (Fintech)*

a. *Pengertian Fintech*

Pada dasarnya, *fintech* menyederhanakan transaksi keuangan untuk memperoleh efektivitas transaksi serta membantu suatu pihak dalam menggunakan layanan keuangan. *Fintech* lahir dari gaya hidup manusia yang menginginkan kepraktisan dan kemudahan transaksi dalam aktivitas kesehariannya.²³

Kegiatan ekonomi senantiasa membutuhkan fasilitasi dari sektor jasa keuangan. Demikian juga dalam era *digital economy*, diperlukan pendukung berupa teknologi keuangan atau *financial technology (fintech)*. Dengan eksistensi *fintech* maka akan muncul pelaku-pelaku ekonomi baru yang berbeda dari lembaga keuangan biasa. Adanya *fintech* ini pula mampu mengganti peran lembaga keuangan formal, seperti bank. Melalui *fintech*, sistem pembayaran dan kegiatan jual-beli menjadi lebih ekonomis dan efisien. Keperluan layanan keuangan bisa mudah didapatkan tanpa hambatan waktu dan jarak untuk bertatap muka.²⁴

b. *Jenis-Jenis Fintech*

Financial technology (fintech) secara umum dikategorikan ke dalam empat jenis, yakni:

Niat Perilaku Menggunakannya,” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10, no. 1 (2020): 59, <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.655>.

²³ Aulia Mahiranissa, Mayasti Dwidya Nastiti, and Sofy Nito Amalia, “Rintisan Edisi Financial Technology,” 1000StartupDigital, accessed February 13, 2023, <https://1000startupdigital.id/rintisan/>.

²⁴ Ilya Avianti and Triyono, *Ekosistem Fintech Di Indonesia*, ed. Mohammad Akbar et al., 1st ed. (Jakarta: PT Kaptain Komunikasi Indonesia, 2021) 103.

- 1) *Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding*
P2P *lending* merupakan layanan peminjaman dana yang menghubungkan antara penerima dana dan penyalur dana. Contohnya yakni Kredit Pintar, TunaiKita, dan KoinWorks. Sedangkan *crowdfunding* biasanya digunakan untuk penggalangan dana atau kegiatan sosial, misalnya Likuid.
- 2) *Risk and Management Investment*
Fintech ini membantu dalam proses pemantauan keadaan keuangan serta dalam perencanaan keuangan secara mudah dan efektif. Contohnya antara lain Bareksa, Pay OK, dan Halofina.
- 3) *Payment, Clearing, dan Settlement*
Fintech ini memberi layanan berupa sistem pembayaran secara daring. Termasuk di antaranya dompet digital (GoPay, ShopeePay, dan OVO) serta *payment gateway* (Doku dan Fastpay).
- 4) *Market Aggregator atau Provisioning*
Fintech ini berfungsi menyediakan data referensi pada konsumen yang dapat membantu dalam memilih produk keuangan yang dibutuhkan, biasanya isinya sejumlah tips keuangan, informasi *credit card*, dan investasi. Contohnya yakni Pinjamania, Cermati, dan Cek Aja.²⁵

3. E-Wallet

a. Pengertian *E-Wallet*

Perkembangan teknologi saat ini telah mengubah cara penyimpanan uang yang sebelumnya menggunakan uang tunai untuk membayar dompet elektronik (*e-wallet*), sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi nontunai (*cashless*). Dengan semakin banyaknya fasilitas transaksi nontunai yang digunakan untuk penjualan dan pembayaran *offline* maupun *online*, permintaan *e-wallet* di kalangan masyarakat Indonesia semakin meningkat.²⁶

²⁵ Avianti and Triyono, 104.

²⁶Lamria Raya Fitriyani, Lestari Nurhajati, and Xenia Angelica Wijayanto, *Cara Bijak Menggunakan Dompet Digital*, 1st ed. (Jakarta: Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) LSPR,

Dompot digital termasuk dalam kategori uang elektronik yang berbasis server. *E-money* dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 yakni instrumen pembayaran yang nilainya berasal dari penyetoran awal nilai mata uang tersebut kepada penerbit, yang selanjutnya disimpan pada media elektronik berupa *server* atau *chip card* untuk pembayaran nontunai kepada *merchant* selain penerbit e-money terkait.²⁷ *E-money* berbasis *chip* berbentuk kartu fisik dengan *chip* di dalamnya yang diolah oleh penyedia jasa melalui server. Contoh dari e-money berbasis *chip* yakni Brizzi BRI, BNI Tap Cash, Mandiri e-money, dan sebagainya.²⁸

Karim, dkk., (2020) mendefinisikan *e-wallet* dengan aplikasi yang memungkinkan individu bertransaksi jual beli dengan menyimpan informasi *credit card*-nya. Pembayaran lewat *e-wallet* dianggap masuk pada bentuk transaksi tren saat ini karena transaksi elektronik dengan melalui dompet digital menawarkan kelebihan kemudahan, fleksibilitas dan perlindungan.²⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut maka bisa disimpulkan bahwa dompet digital atau *e-wallet* merupakan varian teknologi keuangan yang membawa kemudahan dan kenyamanan dalam kegiatan transaksi sehari-hari penggunaannya.

b. Jenis-Jenis *E-Wallet*

Terdapat sejumlah jenis *e-wallet* yang sering digunakan di Indonesia, di antaranya:³⁰

2021), 22. <https://www.lspr.edu/lppm/wp-content/uploads/2021/06/Cara-Bijak-Menggunakan-Dompot-Elektronik.pdf>.

²⁷Choiril Anam, M.El., "E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'Ah," *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law* 2, no. 1 (2018): 98, <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1049>.

²⁸Nawawi, "Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa," 193.

²⁹Md Wasiul Karim et al., "Factors Influencing the Use of *E-wallet* as a Payment Method among Malaysian Young Adults," *Journal of International Business and Management* 3, no. 2 (2020): 1–11, <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>.

³⁰Fathnur Rohman, "Mengetahui 6 Dompet Digital Terbaik Di Indonesia," Katadata, accessed February 13, 2023, <https://katadata.co.id/intan/berita/6249b508a22ca/mengetahui-6-dompet-digital-terbaik-di-indonesia>.

1) DANA

DANA adalah layanan dompet digital yang dinaungi oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan yang bergerak di bidang *fintech* yang menyediakan infrastruktur pembayaran untuk membuat masyarakat Indonesia bertransaksi pembayaran tanpa uang tunai dan tanpa kartu. DANA resmi mendapat izin berdasarkan Surat Bank Indonesia No.20/17/20/DSSK/Srt/B pada 5 November 2018. DANA dibangun dan dikembangkan di Indonesia dengan dukungan para kreatif dan programmer Indonesia.

2) OVO

OVO adalah aplikasi penyedia layanan pembayaran dengan memfasilitasi transaksi nontunai dan membuka akses pada produk dan layanan keuangan digital lain yang ditawarkan bekerja sama dengan mitra pilihan. OVO telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia *e-money* pada Agustus 2017. Saat ini, OVO telah digunakan oleh > 700.000 *merchant*, termasuk 550.000 UMKM di 373 kota dan wilayah di Indonesia.

3) GoPay

GoPay adalah perusahaan layanan *e-money* terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 2016. Sebagai bagian dari ekosistem Gojek, perusahaan *app-on-demand* paling besar di Asia Tenggara, misi GoPay adalah membantu banyak rumah tangga Indonesia mendapatkan akses ke berbagai layanan keuangan. Layanan dan Produk. Pada Juli 2017, GoPay menerima Penghargaan Bank Indonesia atas dukungannya terhadap Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), inklusi dan edukasi keuangan, serta pemberdayaan UMKM.

4) LinkAja

LinkAja merupakan produk unggulan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). Merupakan mata uang elektronik berbasis server nasional yang menjadi kebanggaan Indonesia dan terdaftar di Bank Indonesia. Atas dasar izin mata uang elektronik No. 21/65/DKSP/SRT/B oleh Bank Indonesia pada tanggal

21 Februari 2019, PT Finarya resmi mendapatkan izin sebagai penerbit mata uang elektronik serta penyedia layanan keuangan digital berbadan hukum yang diterbitkan oleh Bank Indonesia.

5) ShopeePay

ShopeePay adalah penyedia layanan *digital payment* yang disponsori oleh PT AirPay International Indonesia sudah mendapat lisensi Bank Indonesia berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B pada 8 Agustus 2018, yang diluncurkan resminya pada November 2018. Saat ini ShopeePay telah beroperasi pada melebihi 500 kota dan wilayah di Indonesia, serta akan terus memluaskan penerimaannya untuk menjangkau pengguna yang lebih banyak. Saat ini, ShopeePay dipergunakan sebagai metode pembayaran di satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia yakni Shopee.³¹

c. ***E-wallet* dalam Pandangan Islam**

Dalam Islam, teknologi berguna untuk memudahkan manusia dalam melaksanakan aktifitas-aktifitas yang bermanfaat, sebagai sarana dalam mengeksplorasi, kemajuan dakwah, serta untuk lebih mengenal Allah.³² Penggunaan *fintech* dalam Islam adalah suatu bentuk muamalah yang didorong oleh kemajuan zaman. Fintech memiliki peran dalam pengembangan ekonomi syariah nasional, menguatkan rantai industri halal dengan penguatan perusahaan start-up, yang dapat menciptakan ekonomi syariah berbasis infrastruktur teknologi.³³

E-wallet merupakan suatu jenis teknologi keuangan (*fintech*) yang berfungsi menyimpan dana serta

³¹ “Member Detail,” *Fintech* Indonesia, accessed February 13, 2023, <https://fintech.id/id>.

³² Imam Adzro’i, “Islam Dan Perkembangan Teknologi,” IPMAFA, n.d., accessed May 25, 2023, <https://www.ipmafa.ac.id/islam-dan-pengembangan-teknologi/#:~:text=Dalam Islam%2C teknologi berfungsi sebagai,QS.41%3A53>.

³³ Aurora Khoirunnisa and Dzakiyyah Nur Khaerani, “Peran Financial Technology Menurut Konsep Ekonomi Islam,” Solopos.com, n.d., accessed May 25, 2023, <https://www.solopos.com/peran-financial-technology-menurut-konsep-ekonomi-islam-1102177>.

memudahkan transaksi pembayaran. Menggunakan *e-wallet* dalam Islam harus memperhatikan ketentuan-ketentuan dalam fatwa tentang uang elektronik No:116/DSN-MUI/IX/2017 di mana penggunaannya tidak untuk transaksi hal yang haram, menghindari riba, *maysir*, ataupun *gharar*, serta penempatan uang oleh penebit harus pada bank syariah.³⁴

Dalil dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
﴿٢٩﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."³⁵

Ayat tersebut menerangkan bahwa manusia boleh melakukan kegiatan muamalah asalkan melalui cara yang tepat menurut *syara'*, serta dilandasi dengan saling meridhai.³⁶

Islam memperbolehkan semua kegiatan muamalah asalkan tidak adanya dalil yang melarangnya. Maka dalam hal ini, dompet digital atau *e-wallet* boleh saja digunakan karena pada dasarnya adalah membuat kegiatan transaksi menjadi lebih praktis. Selain itu, pengguna juga perlu memahami dengan baik apa saja syarat dan ketentuan saat

³⁴ "Ini Fatwa Terbaru DSN-MUI Tentang Uang Elektronik Dan Layanan Pembiayaan Berbasis IT," MUI Digital, accessed February 13, 2023, <https://mui.or.id/berita/11352/ini-fatwa-terbaru-dsn-mui-tentang-uang-elektronik-dan-layanan-pembiayaan-berbasis-it/>.

³⁵ *Al-Qur'an An-Nisa Ayat 29, Qur'an Kemenag*, accessed February 13, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/>.

³⁶ Muhammad Ridwan Firdaus, "E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Tahkim* 14, no. 1 (2018): 152, <https://doi.org/10.33477/thk.v14i1.613>.

akan menggunakan *e-wallet* sehingga segala hal yang tak diinginkan bisa dihindari.³⁷

Berdasarkan hal ini maka bisa disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* dalam Islam adalah tergantung pada penggunanya itu sendiri. Jika dalam menggunakan *e-wallet* tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan dalam syariah maka sah-sah saja memakainya.

4. Generasi Milenial

a. Pengertian Generasi Milenial

Dalam pandangan Mannheim, generasi adalah konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat kelompok orang sebaya dan memiliki pengalaman sejarah yang sama. Individu yang termasuk dalam generasi yang sama mengacu pada individu dengan tahun lahir yang sama dan dimensi sosio-historis sama pula dalam rentang waktu 20 tahun. Sedangkan menurut Kopperschmidt, generasi adalah sekelompok individu yang mengenali kelompok berdasarkan kesamaan tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam hidup yang punya dampak signifikan pada tahap pembentukannya.³⁸

Generasi milenial bisa juga dinamakan generasi Y, *Net Generation*, *Generation WE*, dan sebagainya, merupakan generasi dengan rentang waktu kelahiran antara tahun 1980 sampai tahun 2000 yang hidup di era teknologi internet yang mulai berkembang pesat (*internet booming*). Pada masa generasi ini sudah tersedia berbagai teknologi informasi dan komunikasi seperti SMS, email, serta media sosial seperti Twitter, Facebook, dan sebagainya.³⁹

³⁷Ulin Nuha, Moh. Nurul Qomar, and Rafika Anissa Maulana, "Perluakah *E-wallet* Berbasis Syariah?," *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2020): 65, <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8449>.

³⁸Badan Pusat Statistik, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018) 13.

³⁹Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, and Riezky Chris Devianti, "Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (2018): 241, <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>.

b. Generasi Milenial dan Teknologi

Generasi milenial adalah generasi yang mendominasi dalam hal pengaksesan internet di Indonesia. Generasi milenial lahir dalam situasi sekelilingnya serba teknologi, yang membuatnya lebih cepat beradaptasi serta berpola pikir cenderung kreatif sehingga produktivitas generasi milenial bisa dimaksimalkan dengan adanya teknologi.⁴⁰

Dengan keadaan teknologi yang semakin maju, kegiatan transaksi pada generasi milenial semakin banyak dilakukan secara *cashless*, yang sesuai dengan kebiasaannya menyukai hal yang mudah dalam aktivitasnya. Hal ini secara langsung maupun tidak memunculkan dampak dalam bidang *selling channel*, yakni muncul semakin banyak platform jual beli secara online. Layanan pembayaran yang mudah melalui *e-money*, *debit/credit card*, *internet banking*, dan sebagainya makin diminati. Selanjutnya generasi milenial menjadi pemicu akan berkembangnya *digital payment*. Dengan hal ini maka kemungkinan besar bahwa kegiatan transaksi secara *cashless* atau non tunai kedepannya makin berkembang dan bisa mendominasi.⁴¹

5. Intensi Penggunaan

a. Pengertian Intensi Penggunaan

Mowen dan Minor (2012) menyatakan niat perilaku adalah keinginan konsumen dalam berperilaku yang tujuannya memakai, memiliki, maupun membuang suatu produk/jasa. Adanya niat atau kemauan ini sengaja dibangun guna bisa merasakan suatu pengalaman baik pertama kali ataupun secara berulang. Astuti, dkk., (2020) menjelaskan niat perilaku penggunaan dibutuhkan dalam mendorong keberhasilan penggunaan suatu *system* karena

⁴⁰ R Willya Achmad W et al., "Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0," *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 2, no. 2 (2020): 190, <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26241>.

⁴¹ Budi Sulistyawan, "Generasi Milenial Sumber Ide," Kementerian Keuangan Republik Indonesia, accessed March 3, 2023, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13270/Generasi-Millennial-Sumber-Ide.html>.

kesuksesan atau berhasilnya teknologi informasi bergantung pada penerimaan pengguna.⁴²

Davis et al. (1989) menyebutkan *intention to use* atau intensi penggunaan yakni ukuran kuatnya dorongan keinginan perorangan dalam melaksanakan perbuatan tertentu.⁴³ Intensi penggunaan bertumpu pada sebuah niat dari individu yang timbul dalam memakai suatu aplikasi/alat tertentu saat melakukan transaksi keuangan atau kegiatan lainnya.⁴⁴

b. Indikator Intensi Penggunaan

Jorgiyanto (2007) menyebutkan indikator pengukuran dari intensi penggunaan antara lain:⁴⁵

- 1) Keinginan untuk menggunakan,
- 2) Mencoba menggunakan dalam sehari-hari,
- 3) Penggunaan di masa mendatang.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu berhubungan dengan pengaruh *performance expectancy*, *social influence*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* pada pengguna *e-wallet*, antara lain:

⁴² Hafifah, Utami, and Dwi Putri, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePAY Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut)," 103.

⁴³Christina Sudyasjayanti and Aiman Fauzi Gadi, "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Trust Terhadap Intention To Use Mobile Payment Pada Pria Dan Wanita," *Jurnal Mirai Management* 7, no. 2 (2022): 224, <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>.

⁴⁴Glen William and Miharni Tjokrosaputro, "Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan *E-wallet*: Sikap Sebagai Variabel Mediator," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 1 (2021): 76, <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997>.

⁴⁵Ifa Noviatun and Sulis Riptiono, "Menguji Intention to Use *E-wallet* OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) Di Kebumen," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 3, no. 1 (2021): 195, <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Wendy Suhendry Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol.6 No.1 (2020)	Minat Menggunakan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use Technology</i>	Hasil penelitian ini ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, <i>facilitating conditions</i> , pengaruhnya signifikan terhadap minat memakai OVO. Sedangkan variable ekspektasi usaha tidak berpengaruh.
	Persamaan:	- Menggunakan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi.	
	Perbedaan:	- Populasi penelitian sebelumnya yakni masyarakat pengguna OVO di Pontianak, sedangkan penelitian ini yakni kalangan milenial yang memakai <i>e-wallet</i> dikota Pati. - Pengambilan sampel peneliti sebelumnya memakai <i>sampling aksidental</i> dan <i>snowball sampling</i> , sedangkan penelitian ini memakai <i>purposive sampling</i> .	

No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
2.	<p>Siti Asgina Fauziah dan Siti Ashfiyari</p> <p>Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS), Vol.1 No.4 (2021)</p>	<p>Pengaruh <i>Social influence</i> dan <i>Self-Efficacy</i> terhadap <i>Intention to Use Mobile Payment System</i> pada Pengguna <i>E-wallet</i></p>	<p>Hasilnya yakni variable <i>social influence</i> dan <i>self-efficacy</i> berpengaruh signifikan pada <i>intention to use</i> pembayaran digital pada pengguna <i>e-wallet</i>.</p>
	<p>Persamaan:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>social influence</i> 	
	<p>Perbedaan:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini tidak memakai variabel <i>self-efficacy</i> melainkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan <i>facilitating conditions</i>. - Populasi penelitian sebelumnya yakni pengguna dompet digital di Sukabumi, sedangkan penelitian ini yakni kalangan milenial yang memakai <i>e-wallet</i> di kota Pati. 	
3.	<p>Sindi Livia Damayanti, Yepi Yani, Asnaini, dan Nonie Afrianty</p> <p>Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan</p>	<p>Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance Use of Technology</i>)</p>	<p>Hasilnya menunjukkan faktor pengaruh sosial dan <i>effort expectancy</i>, <i>facilitating conditions</i> signifikan dan positif pada minat generasi milenial</p>

No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
	Syariah, Vol. 6 No.1 (2021)		memakai <i>e-wallet</i> di kota Bengkulu, sedangkan <i>performance expectancy</i> tidak berpengaruh.
	Persamaan:	- Menggunakan variabel <i>effort expectancy</i> , <i>performance expectancy</i> , <i>facilitating conditions</i> , <i>social influence</i> .	
	Perbedaan:	- Populasi penelitian sebelumnya yakni pengguna <i>e-wallet</i> di kota Bengkulu, sedangkan penelitian ini yakni kalangan milenial di kota Pati.	
4.	Milda Handayani dan Muhammad Richo Rianto Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.7 No.3 (2021)	Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan <i>Social influence</i> terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi	Hasilnya yakni <i>social influence</i> dan <i>financial knowledge</i> mempengaruhi minat memakai <i>mobile payment</i> pada generasi milenial, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh.
	Persamaan:	- Memakai variabel <i>social influence</i> .	
	Perbedaan:	- Penelitian ini tidak memakai <i>financial knowledge</i> dan pendapatan,	

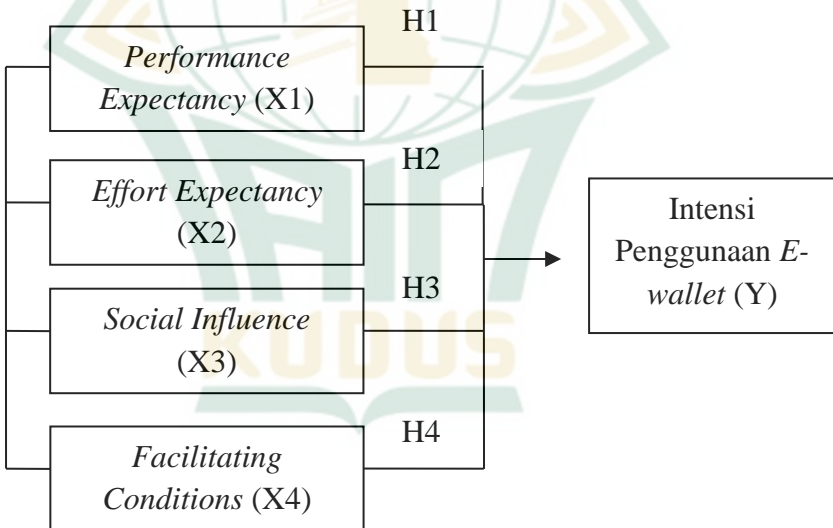
No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
		<p>melainkan memakai <i>effort expectancy</i>, <i>performance expectancy</i>, dan <i>facilitating conditions</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Populasi penelitian sebelumnya yakni generasi milenial Islam di kota Bekasi, sedangkan penelitian ini pada kalangan milenial di kota Pati. 	
5.	<p>Venansius Kenny dan Carunia Mulya Firdausy</p> <p>Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, Vol.6 No.3 (2021)</p>	<p>Pengaruh <i>Performance Expectation</i>, <i>Effort Expectation</i>, <i>Social influence</i>, dan <i>Facilitating conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada Pengguna ShopeePay di Jakarta</p>	<p>Hasilnya bahwa <i>facilitating conditions</i>, <i>effort expectancy</i>, dan <i>trust</i> positif pengaruhnya terhadap niat perilaku penggunaan <i>e-wallet</i>.</p>
	<p>Persamaan:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan variabel <i>effort expectancy</i>, <i>social influence</i>, <i>facilitating conditions</i>, <i>performance expectancy</i>. 	
	<p>Perbedaan:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Populasi penelitian sebelumnya yakni pengguna ShopeePay di Jakarta, sedangkan penelitian ini populasinya yakni generasi milenial kalangan <i>e-wallet</i> di kota Pati. 	

No.	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
		-	Penentuan sample peneliti sebelumnya memakai <i>convenience sampling</i> , sedangkan penelitian ini memakai <i>purposive sampling</i> .

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan bentuk konseptual mengenai bagaimanakan suatu teori bisa berkaitan dengan faktor-faktor yang sudah teridentifikasi menjadi permasalahan yang penting.⁴⁶ Kerangka berpikir teoritis dalam penelitian digambarlah berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013), 283.

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Ekspektasi kinerja adalah harapan penggunanya terhadap kinerja teknologi yang diadopsi. Pengaruh ekspektasi kinerja pada niat perilaku sebelumnya telah ditemukan signifikan dengan bukti empiris. Ayoade (2015) mengembangkan penelitian tentang berbagai faktor yang memberi pengaruh pada niat perilaku pengguna terhadap pembelajaran teknologi seluler dan ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh terbesar pada niat perilaku dibandingkan dengan ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi.⁴⁷

Berdasar riset yang dilakukan Wendy Suhendry, terdapat pengaruh yang positif signifikan antara ekspektasi kinerja terhadap minat memakai dompet digital. Semakin manfaat yang dirasakan dari penggunaan suatu sistem meningkat, maka akan meningkat pula minat seseorang dalam memakai sistem tersebut.⁴⁸ Berdasar uraian maka bisa dirumuskan hipotesis:

H1: ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh terhadap intensi penggunaan *e-wallet* generasi milenial di kota Pati.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Venkatesh (2003) menyebutkan ekspektasi usaha dengan kemudahan pengguna atau tingkat penggunaan sistem. Dalam konteks adopsi teknologi, semakin mudah suatu teknologi digunakan, makin tinggi rasa ingin untuk memakai teknologi tersebut, karena kemudahan penggunaan merupakan derajat adopsi, dan kemudahan penggunaan ini menimbulkan sikap positif terhadap teknologi.⁴⁹

⁴⁷Do Nam Hung et al., "An Empirical Analysis of Perceived Transaction Convenience, *Performance expectancy*, *Effort expectancy* and Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users," *International Journal of Marketing Studies* 11, no. 4 (2019): 79, <https://doi.org/10.5539/ijms.v11n4p77>.

⁴⁸Wendy Suhendry, "Minat Penggunaan Ovo Di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 6, no. 1 (2020): 9, <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>.

⁴⁹Irma Andriyaningtyas, Muhammad Adam, and Sri Herianingrum, "Penerimaan *E-wallet* Syariah Linkaja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi

Riset yang dilakukan Sindy Livia Damayanti, dkk., menghasilkan ekspektasi usaha (*effort expectancy*) mempengaruhi secara signifikan terhadap intensi menggunakan dompet digital pada generasi milenial. Makin tingginya kemudahan dalam penggunaan dompet digital, maka akan makin tinggi pula intensi perorangan dalam menggunakannya.⁵⁰ Berdasar hal tersebut dirumuskan hipotesis:

H2: ekspektasi usaha mempunyai pengaruh terhadap intensi penggunaan *e-wallet* generasi milenial di kota Pati.

3. Pengaruh *Social influence* terhadap Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Kotler dan Armstrong (2012) menyebutkan *social influence* yakni sebuah usaha oleh satu atau lebih orang yang dilakukan dalam rangka mengubah sikap, persepsi, kepercayaan, ataupun tingkah laku orang lain.⁵¹ Berdasar riset oleh Amalia Ispriandina dan Ma'mun Sutisna, *social influence* secara signifikan mempengaruhi intensi penggunaan berkelanjutan *e-wallet*. Pengguna terpengaruh oleh pendapat dari keluarga, teman dekat, serta orang kepercayaan dalam memakai *e-wallet* secara terus-menerus.⁵² Semakin pengaruh sosial pada seseorang maka akan menaikkan minat seseorang itu pula untuk dapat memakai aplikasi pembayaran digital. Makin tingginya interaksi lingkungan sosial maka akan meningkatkan kesamaan akan kelompok tersebut.⁵³ Berdasar hal ini dirumuskan hipotesis:

Digital Di Indonesia,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 4 (2022): 540, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>.

⁵⁰ Damayanti et al., “Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology),” 20.

⁵¹T M Kusuma and Dadang Hermawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Social influence* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service,” *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika* 18, no. 2 (2020): 177, <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>.

⁵² Ispriandina and Sutisna, “Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung,” 1052.

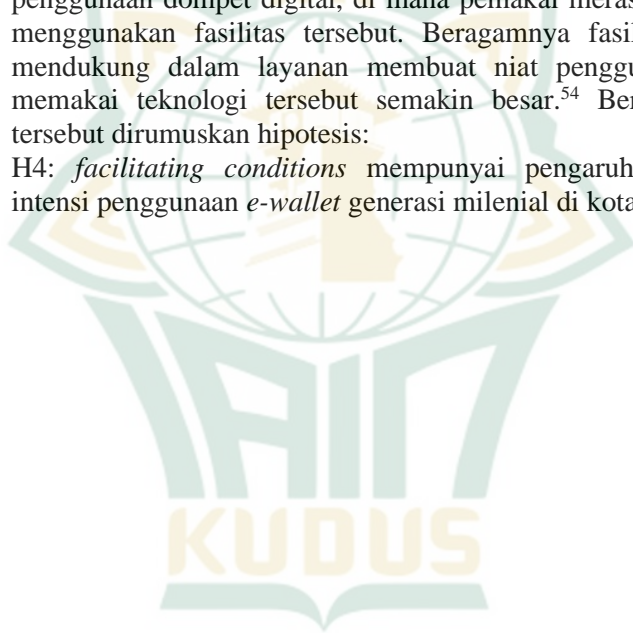
⁵³Handayani and Rianto, “Pengaruh Financial Knowledge , Pendapatan Dan *Social influence* Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital Pada Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi, 1863.

H3: *social influence* mempunyai pengaruh terhadap intensi penggunaan *e-wallet* generasi milenial di kota Pati.

4. Pengaruh *Facilitating conditions* terhadap Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Kondisi yang memfasilitasi mencerminkan jaminan pengguna atas ketersediaan fasilitas dan sistem pendukung untuk memanfaatkan teknologi baru. Berdasar riset oleh Clarissa dan Keni, *facilitating conditions* mempengaruhi niat perilaku penggunaan dompet digital. Fasilitas pendukung dalam memakai dompet digital berupa dukungan serta bantuan orang sekitar, *internet connection*, dan teknologi lain yang sesuai saat penggunaan dompet digital, di mana pemakai merasa nyaman menggunakan fasilitas tersebut. Beragamnya fasilitas yang mendukung dalam layanan membuat niat pengguna untuk memakai teknologi tersebut semakin besar.⁵⁴ Berdasar hal tersebut dirumuskan hipotesis:

H4: *facilitating conditions* mempunyai pengaruh terhadap intensi penggunaan *e-wallet* generasi milenial di kota Pati.



⁵⁴ Clarissa and Keni, "Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Dan Trust Untuk Memprediksi Behavior Intention Penggunaan E-Wallet," 258.