

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, DAYA TARIK PROMOSI, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET PADA MAHASISWA DI BANDAR LAMPUNG

Putri Azizah Lutfiyah<sup>1</sup>, Endah Yuni Puspita Sari<sup>2</sup>, Arif Makhsun<sup>3</sup>

[21179hputriazizah@gmail.com](mailto:21179hputriazizah@gmail.com)<sup>1</sup>, [endah.akuntansi@polinela.ac.id](mailto:endah.akuntansi@polinela.ac.id)<sup>2</sup>,  
[mas\\_arif@polinela.ac.id](mailto:mas_arif@polinela.ac.id)<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Lampung, Indonesia

**ABSTRACT**

*This study examines the effect of perceived ease of use, promotional appeal, and security on students' interest in using e-wallets in Bandar Lampung. With the increasing adoption of digital technology in financial transactions, e-wallets have become a primary choice among young users, especially students who frequently engage in online transactions. Perceived ease of use focuses on how easy an e-wallet is considered to be used, while promotional appeal involves incentives and special offers that attract users' attention. Security assesses users' level of trust in data protection and transaction safety. This study employs a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to 188 students from various universities in Bandar Lampung. The collected data is analyzed using SPSS version 25 to measure the influence of each variable on the interest in using e-wallets.*

**Keywords:** Financial Technology, E-wallet, Perceived Ease of Use, Promotional Appeal, Security, Usage Interes.

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan keamanan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet di Bandar Lampung. Seiring dengan semakin maraknya adopsi teknologi digital dalam transaksi keuangan, e-wallet menjadi pilihan utama di kalangan pengguna muda, khususnya mahasiswa yang sering melakukan transaksi online. Persepsi kemudahan penggunaan berfokus pada seberapa mudah e-wallet dianggap digunakan, sedangkan daya tarik promosi melibatkan insentif dan penawaran khusus yang menarik perhatian pengguna. Keamanan menilai tingkat kepercayaan pengguna terhadap perlindungan data dan keamanan transaksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 188 mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Bandar Lampung. Data yang terkumpul

dianalisis menggunakan SPSS versi 25 untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel terhadap minat penggunaan e-wallet.

**Kata Kunci:** Teknologi Finansial, E-wallet, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Keamanan, Minat Penggunaan.

## PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam sektor keuangan. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah Financial Technology (Fintech), yang mencakup layanan seperti pembayaran digital, pinjaman online, investasi, dan manajemen keuangan. Fintech telah meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan serta mendorong peralihan dari transaksi konvensional ke cashless society. Menurut survei Visa Inc., pandemi Covid-19 mempercepat adopsi transaksi non-tunai, yang diproyeksikan akan mendominasi di Asia Tenggara pada tahun 2026, lebih cepat dari perkiraan awal tahun 2030 (Mayasari, 2021).

Salah satu bentuk fintech yang mengalami perkembangan pesat adalah e-wallet. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam transaksi keuangan, seperti pembayaran belanja online, transportasi, tiket jalan tol, dan lainnya. Menurut BI Institute (2023), e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan

dibandingkan uang tunai dan transfer bank. Hal ini didukung oleh data Badan Pusat Statistik (2023) yang mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 181,27 juta, yang turut mendorong peningkatan transaksi digital.

Tren transaksi elektronik terus meningkat di provinsi Lampung dengan kenaikan 45,61% pada tahun 2023, setara dengan 217.061 pengguna layanan keuangan digital (Kanafi, 2023). Selain itu, total pendapatan dari pengguna uang elektronik mencapai Rp 166,97 miliar pada tahun 2022, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Dukungan pemerintah dalam digitalisasi sistem pembayaran juga berperan besar, seperti penerapan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) di berbagai sektor bisnis.

Meskipun e-wallet semakin diminati, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat pengguna, terutama mahasiswa. Persepsi kemudahan menjadi faktor utama karena pengguna cenderung memilih aplikasi yang praktis dan mudah diakses. Selain itu, daya tarik promosi, seperti cashback, diskon, dan gratis

biaya admin, meningkatkan daya tarik pengguna terhadap layanan ini. Namun, keamanan juga menjadi faktor krusial, mengingat meningkatnya risiko cybercrime seperti phishing dan pencurian data pribadi. Keamanan sistem, seperti perlindungan kode One Time Password (OTP) dan enkripsi data, menjadi aspek yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap e-wallet.

Penelitian terdahulu (Susanto & Suryanto, 2019) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur layanan menjadi faktor dominan dalam meningkatkan minat penggunaan e-wallet. Namun, faktor promosi dan keamanan masih belum banyak dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, daya tarik promosi, dan keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

## LANDASAN TEORI

### *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model - TAM) adalah kerangka teoritis yang dikembangkan oleh Fred Davis (1986) untuk memahami perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. TAM menjelaskan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Model ini berakar dari teori psikologi yang menyoroti hubungan antara keyakinan, sikap, niat, dan perilaku pengguna. Pengguna cenderung menerima teknologi jika mereka menilai bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan (Wibowo, 2008). Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk memahami faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet.

### **Financial Technology**

Financial Technology (Fintech) adalah inovasi teknologi di sektor keuangan yang menyediakan layanan di luar institusi keuangan konvensional, dengan tujuan meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Menurut Dewan Nasional Keuangan Inklusif (2019), kepemilikan rekening di Indonesia baru mencapai 55,7%, sementara pemerintah menargetkan 75%. Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan fintech untuk menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat yang belum memiliki akses perbankan (Ansori, 2019).

Fintech mencakup berbagai layanan, yang diklasifikasikan oleh Bank Indonesia (Marginingsih, 2021) sebagai berikut: (1) Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding, yang menghubungkan peminjam dengan investor melalui platform digital; (2) Manajemen Risiko Informasi, yang

memungkinkan pengguna mengelola keuangan secara lebih efisien melalui aplikasi mobile; (3) Payment, Clearing, dan Settlement, yang mencakup layanan payment gateway dan dompet digital untuk memfasilitasi transaksi e-commerce; serta (4) Market Aggregator, yang menyediakan informasi keuangan, saran investasi, dan layanan perbankan untuk membantu pengguna dalam pengambilan keputusan keuangan..

### **Dompet Digital**

Dompet digital adalah salah satu inovasi dalam Financial Technology (Fintech) yang mempermudah transaksi keuangan melalui perangkat seluler. Layanan ini memungkinkan pembayaran digital secara praktis, cepat, dan aman, serta mendukung pembayaran bergerak (M-Payment) (Rantung et al., 2020). Selain itu, penggunaan uang elektronik berbasis smartphone juga berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) dengan meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan perbankan dan asuransi (Sulistyowati et al., 2018).

Sebagai bagian dari evolusi teknologi finansial, dompet digital telah mengubah cara masyarakat mengelola keuangan dan bertransaksi. Persepsi kemudahan menjadi faktor utama dalam adopsinya, karena pengguna cenderung memilih sistem pembayaran yang efisien dan mudah diakses. Layanan ini memungkinkan

transaksi tanpa uang tunai, yang semakin didukung oleh perkembangan bisnis startup fintech. Beberapa contoh dompet digital populer di Indonesia adalah GoPay dari Gojek dan ShopeePay dari Shopee, yang menawarkan kemudahan dalam pembayaran serta berbagai promo menarik bagi pengguna.

### **Persepsi Kemudahan**

Kemudahan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tidak akan menimbulkan kerumitan atau memerlukan upaya ekstra saat digunakan. Menurut Davis, yang dikutip dalam (Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) adalah tingkat harapan pengguna terkait upaya yang perlu diberikan untuk menggunakan suatu sistem. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan yang memengaruhi proses pengambilan keputusan. Ketika seseorang yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan, kemungkinan besar seseorang akan memilih untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi sulit digunakan, maka seseorang tersebut cenderung akan enggan untuk menggunakannya (Nurdin et al., 2020). Menurut Davis, sebagaimana dikutip dalam Lai (2017), ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi

kemudahan. Indikator indikator tersebut adalah kemudahan dalam pembelajaran (ease of learning), kemampuan pengendalian (controllability), kejelasan dan kemudahan pemahaman (clarity and comprehensibility), tingkat fleksibilitas (flexibility), kemudahan untuk menjadi terampil (ease of skill acquisition), dan kemudahan penggunaan (ease of use).

### **Daya Tarik Promosi**

Pertumbuhan popularitas e-wallet di masyarakat tidak terlepas dari strategi promosi, yang berperan penting dalam menarik perhatian konsumen dan memengaruhi minat penggunaan (Agustino, 2022). Menurut Kotler (1996) dalam Alistriwahyuni (2019), promosi mencakup berbagai aktivitas pemasaran yang bertujuan mendorong pelanggan untuk membeli produk serta mengungguli strategi pesaing.

Dalam konteks pemasaran digital, promosi e-wallet berfokus pada menarik pengguna baru melalui insentif seperti cashback, diskon, dan gratis biaya admin. Promosi juga berperan dalam membangun loyalitas pengguna dengan mengingatkan mereka untuk terus menggunakan layanan e-wallet (Septyanto & Praudy, 2022). Secara keseluruhan, promosi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan adopsi e-wallet serta memperkuat daya saing di industri pembayaran digital.

### **Keamanan**

Keamanan informasi merupakan upaya untuk melindungi data serta sistem yang digunakan dalam penyimpanan dan transmisi informasi. Dalam akun e-wallet, terdapat informasi sensitif seperti alamat, nomor telepon, tanggal lahir, dan saldo pengguna, yang rentan terhadap ancaman keamanan jika tidak dilindungi dengan baik. Sayangnya, banyak pengguna tidak menyadari risiko ini dan sering kali mengabaikan perlindungan data pribadi mereka. Beberapa potensi risiko keamanan meliputi kelalaian dalam memverifikasi email atau pesan SMS, mengklik tautan mencurigakan, menggunakan Wi-Fi publik untuk transaksi, serta mengunduh aplikasi dari sumber yang tidak terpercaya (Bosamia & Patel, 2019). Oleh karena itu, keamanan e-wallet dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu terjaminnya kerahasiaan informasi, minimnya risiko kebocoran data, dan keandalan sistem dalam menjamin keamanan transaksi.

### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Bandar Lampung yang diketahui jumlahnya sebanyak 74.000 yang dinaungi oleh Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Pangkalan Data Perguruan Tinggi, 2024). Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability

sampling, yaitu purposive sampling dengan kriteria pengambilan sampel yaitu: (1) Responden merupakan mahasiswa yang berkuliah di perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung yang dinaungi oleh kementerian Pendidikan, kebudayaan, riset, dan teknologi Republik Indonesia. (2) Responden pernah menggunakan aplikasi e-wallet.

Jenis data dalam peineilition ini adalah data primeir yang dipeiroleih meilaluu kuieisioneir yang jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Kuesioner tersebut dibagikan secara *online* menggunakan Google formulir maupun secara langsung kepada para responden.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

**Tabel 1. Uji Validitas Data**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,843	0,1432	Valid
X1.2	0,853	0,1432	Valid
X1.3	0,803	0,1432	Valid
X2.1	0,871	0,1432	Valid
X2.2	0,852	0,1432	Valid
X2.3	0,843	0,1432	Valid
X3.1	0,802	0,1432	Valid
X3.2	0,857	0,1432	Valid
X3.3	0,694	0,1432	Valid
X3.4	0,833	0,1432	Valid
X3.5	0,785	0,1432	Valid
Y1.1	0,700	0,1432	Valid
Y1.2	0,799	0,1432	Valid
Y1.3	0,823	0,1432	Valid
Y1.4	0,776	0,1432	Valid
Y1.5	0,819	0,1432	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan kriteria di mana r hitung lebih besar dari r tabel yang sebesar 0,1432, dapat dinyatakan bahwa setiap item pada variabel dependen maupun independen dapat digunakan dan diandalkan dalam penelitian.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	R hitung	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,775	0,70	Reliabel
Daya Tarik Promosi (X2)	0,835	0,70	Reliabel
Keamanan (X3)	0,854	0,70	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	0,842	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data dalam tabel 2, dapat dilihat bahwa semua nilai Cronbach alpha melebihi 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

**Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandarlized Residual</i>
N	188
<i>Test Statistic</i>	0,078
<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	0,008

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil uji statistik non parametrik *One Sample Kolmogorov Smirnov* memperlihatkan nilai *Asymp.Sig.* sebesar 0,008 Nilai yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan 0,05 yang memiliki arti bahwa data tersebut tidak terdistribusi secara normal. Untuk membuat data menjadi normal

menurut Ghozali (2021) diperlukan adanya perlakuan khusus yaitu dengan mendeteksi data *outlier* dan kemudian dihapus dari data penelitian.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	178
Test Statistic	0,062
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,093

Sumber: Data diolah (2024)

Setelah membuang *outlier* data yang terdapat pada sampel, dapat dilihat bahwa nilai uji normalitas sebesar  $0,093 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan data terdistribusi normal maka penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahapan berikutnya.

2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,847	1,181	Tidak terdapat multikolinearitas
Daya Tarik Promosi	0,603	1,658	Tidak terdapat multikolinearitas
Keamanan	0,571	1,751	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki Tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas dalam model tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,385	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Daya Tarik Promosi (X2)	0,950	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Keamanan (X3)	0,77	Tidak terdapat heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai variabel penerapan *e-commerce* dan literasi keuangan, melebihi nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05 sehingga data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 7. Hasil Uji Simultan**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	469,254	3	156,418	49,503	0,000
Residual	549,803	174	3,160		
Total	1019,056	177			

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji simultan yang telah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi kemudahan, daya tarik promosi, dan keamanan pada variabel dependen yaitu minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	0,679
R Square	0,460
Adjusted R Square	0,451

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, *Adjusted R Square* bernilai 0,451. Ini berarti bahwa 45,1% dari variasi dalam Minat Penggunaan *E-wallet* dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, daya tarik promosi, dan keamanan. Sementara itu, 54,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

**Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 9. Hasil Uji Parsial**

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	5,041	1,596		3,159	0,002
Persepsi Kemudahan	0,470	0,112	0,254	4,193	0,000
Daya Tarik Promosi	0,321	0,113	0,203	2,829	0,005
Keamanan	0,307	0,058	0,387	5,256	0,000

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil output dari uji regresi yang disajikan pada tabel 8 dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel Persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat penggunaan *E-wallet* terhadap mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

2. Variabel Daya Tarik Promosi (X2) dari hasil di atas menunjukkan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  maka variabel daya tarik promosi berpengaruh positif dan signifikan karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 terhadap mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
3. Variabel keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  terhadap mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

**Pembahasan**

**1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakannya. Temuan ini konsisten dengan penelitian Nurdin et al. (2020), yang menyatakan bahwa semakin tinggi pemahaman dan kemudahan penggunaan *Fintech*, semakin tinggi pula minat untuk bertransaksi dengan layanan tersebut. Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* juga mendukung hasil ini, di mana persepsi kemudahan mencakup desain aplikasi yang *user-friendly*, proses transaksi cepat, serta kemudahan akses dan pendaftaran, yang mendorong mahasiswa untuk

lebih nyaman dalam menggunakan e-wallet.

Dalam konteks akuntansi bisnis digital, mahasiswa yang terbiasa dengan e-wallet akan lebih siap menghadapi sistem keuangan modern yang terdigitalisasi. Fitur seperti pencatatan transaksi otomatis, laporan keuangan real-time, dan integrasi dengan berbagai platform keuangan membantu mereka memahami bagaimana teknologi finansial berkontribusi dalam efisiensi pengelolaan keuangan. Selain itu, pengalaman positif dengan aplikasi serupa juga meningkatkan minat mahasiswa dalam terus menggunakan e-wallet.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Ardiany et al. (2023), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Veronica (2022), yang menyebutkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh variasi karakteristik responden atau faktor lain yang memengaruhi keputusan penggunaan teknologi keuangan.

## **2. Pengaruh Pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap Minat Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa di Kota Bandar**

### **Lampung UMKM di Kota Bandar Lampung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet. Insentif seperti diskon, cashback, dan promo lainnya menarik perhatian mahasiswa yang mencari transaksi ekonomis dan praktis. Selain itu, kemudahan akses, tren sosial, serta luasnya jangkauan merchant semakin mendorong penggunaan e-wallet.

Penelitian ini sejalan dengan Agustino (2022) yang menemukan bahwa promosi meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap e-wallet. Namun, berbeda dengan temuan Septyanto & Praudy (2022) yang menyatakan bahwa daya tarik promosi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet. Perbedaan hasil ini dapat dipengaruhi oleh strategi promosi yang bervariasi dan preferensi pengguna di berbagai daerah.

## **3. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-wallet pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet. Aspek keamanan mencakup perlindungan data pribadi, enkripsi transaksi, dan mekanisme autentikasi yang kuat, yang sangat penting mengingat

pengguna harus memberikan informasi sensitif. Jika mahasiswa merasa data mereka tidak aman, mereka cenderung enggan menggunakan e-wallet.

Dalam Technology Acceptance Model (TAM), keamanan menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi, terutama dalam mengurangi risiko kehilangan data dan penyalahgunaan informasi. Penelitian ini sejalan dengan Rahmawati et al. (2020), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan e-wallet, semakin tinggi pula minat pengguna untuk bertransaksi. Oleh karena itu, penyedia e-wallet perlu terus meningkatkan sistem keamanan dan edukasi pengguna guna membangun kepercayaan serta mendorong adopsi e-wallet di kalangan mahasiswa.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa di kota Bandar Lampung.
2. Daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa di kota Bandar Lampung.
3. Keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-

wallet pada mahasiswa di kota Bandar Lampung.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, U., & Imawati, Y. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualani, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Dan Tataniaga*.
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Techno. *Jurnal Studi Keislaman*.
- Ardiany, D. D., Hayat, Rahmawati, S. D., & Rahmawati, S. D. (2023). Penerapan Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Alokasi Dana Desa dalam Pembangunan Infrastruktur Desa (Studi di Desa Tanggung Kecamatan Turen Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora*, 5(2), 79-90. <https://doi.org/10.51454/jimsh.v5i2.991>
- Ariyanto, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan

- Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Syariah LinkAja Pada Mahasiswa Se-Solo Raya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2), 48-56.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/6/1170/1/persentase-tenaga-kerja-formal-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Bosamia, M., & Patel, D. (2019). Wallet Payments Recent Potential Threats and Vulnerabilities with its possible security Measures. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 7(1), 810-817. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v7i1.810817>
- Diskominfo Kota Bandar Lampung. (2021). Walikota Bandar Lampung Menghadiri Peresmian Ploting Program Penerapan Pembayaran Digital Payment Oleh Bank Indonesia. Portal Berita Kota Bandar Lampung.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25'*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi10*. Badan Penerbit - Universitas Diponegoro
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principle of Marketing (7th ed.)*. Prentice Hall Inc.
- Lai, P. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21-38. <https://doi.org/10.4301/S1807-17752017000100002>
- Leoni, J. T. S. (2019). Pembayaran Digital Go-Pay. *Journal Manajemen*. Malhotra, Y., & Galletta, D. F. (1999). Extending The Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Validation.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. Mitra Wacana Media, Erlangga.
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1).

- Mayasari, S. (2021, February). Studi Visa: Penggunaan uang tunai oleh konsumen Indonesia berkurang selama pandemi. Kontan.Co.Id.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Issue 2).
- Ramadhani, R. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Di Semarang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2020). The Determinants Influencing Behaviorial Intention To Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic In Manado Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Untuk Menggunakan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Manado. 352 *Jurnal EMBA*, 8(4), 352-360.
- Rizki, P., Istiarni, D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Journal Accounting*.
- Saputri, A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.Com. *Jurnal Manajemen*.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Septyanto, D., & Praudy, N. A. (2022). Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi E-Wallet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.
- Sidik Priadana, D. S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Kencana.
- Silvia Agustina. (2023). Transaksi Pembayaran Digital di Lampung Meningkat. *Lampug Post*.
- Soemarso, Fernanda Idham Kholid, E. D. (2018). Analisis Pengaruh

- Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *Journal Accounting*.
- Susanto, A., & Suryanto, T. (2019). Factors Affecting the Use of E-Wallets in Indonesia: A Case Study of Go-Pay. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 22(3), 375-382.
- Veronica. (2022). Pengaruh persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 04, No. 02.
- Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam)*.