

Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention To Use E-Wallet* Pada Generasi Z Di Kota Denpasar Dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel Mediasi

Ni Made Ayu Jesika Maharani¹, I Nyoman Sunarta², Putu Irma Yunita³, I. G. A. Agung Omika Dewi⁴

^{1, 2, 3, 4} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

E-mail: jmaharani108@gmail.com, nyomansunarta@undiknas.ac.id, irmayunita@undiknas.ac.id, omikadewi@undiknas.ac.id

Article History:

Received: 07 Desember 2025

Revised: 01 Januari 2026

Accepted: 09 Januari 2026

Keywords: *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived value, continuance intention*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use e-wallet* pada Generasi Z di Kota Denpasar dengan memasukkan *perceived value* sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (PLS-SEM) dengan melibatkan 168 responden pengguna e-wallet yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis melalui evaluasi outer model, inner model, serta uji hipotesis menggunakan bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value*. *Perceived ease of use* berpengaruh langsung terhadap *continuance intention*, sedangkan *perceived usefulness* tidak menunjukkan pengaruh langsung. Selain itu, *perceived value* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use e-wallet*. Hasil uji mediasi juga menunjukkan bahwa *perceived value* memediasi secara signifikan hubungan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use e-wallet*. Temuan ini menegaskan pentingnya peran persepsi nilai dalam meningkatkan niat berkelanjutan Generasi Z dalam menggunakan e-wallet. Oleh karena itu, strategi pengembangan e-wallet sebaiknya fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan dan penciptaan nilai yang nyata bagi pengguna untuk menjaga loyalitas Generasi Z dalam menggunakan e-wallet secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Perkembangan fintech (*financial technology*) telah membawa perubahan besar dalam sektor ekonomi dan keuangan, terutama melalui hadirnya sistem pembayaran elektronik seperti e-wallet yang menawarkan kemudahan transaksi digital, penyimpanan uang elektronik, serta berbagai layanan keuangan yang cepat, aman, dan efisien (Sandy & Firdausy, 2021). Pertumbuhan e-wallet di Indonesia didukung oleh ketersediaan internet yang memadai, peningkatan penggunaan smartphone, dan kemudahan akses transaksi digital, di mana tiga aktivitas tertinggi pengguna mencakup top-up saldo, pembayaran QRIS, dan transfer antar bank (Lubis, 2022). Lima aplikasi yang paling diminati generasi muda Indonesia meliputi GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius, yang merepresentasikan preferensi digital Generasi Z (Ulkhay et al., 2021).

Adapun tingginya adopsi e-wallet tercermin dari survei Indonesia Fintech Trends 2024 yang menunjukkan bahwa 96% responden telah menggunakan e-wallet (Reynaldy, 2024), sejalan dengan peningkatan volume transaksi uang elektronik menurut Bank Indonesia yang mencapai 1,84 miliar pada Agustus 2024 (Ami, 2025) dan kenaikan nilai transaksi digital yang terus berlanjut (Fitriandi, 2022). Generasi muda, khususnya Generasi Z, menjadi kelompok pengguna yang paling aktif memanfaatkan layanan digital, dengan e-wallet tetap menjadi pilihan utama dalam transaksi daring maupun luring (Maharani & Fasa, 2025).

Dalam konteks penggunaan teknologi, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor penting yang mendorong keberlanjutan penggunaan e-wallet, karena teknologi yang mudah digunakan cenderung lebih cepat diadopsi dan direkomendasikan dalam jejaring sosial (Belmonte et al., 2024). Kemudahan ini berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan sebagaimana ditunjukkan oleh Suhendry (2021) dan Marfuah et al (2024), meskipun beberapa penelitian lain menemukan hasil berbeda, yaitu bahwa kemudahan tidak selalu memengaruhi niat keberlanjutan menggunakan e-wallet (Herawati & Mukhsin, 2023; Novira et al., 2024).

Di sisi lain, persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga menjadi faktor utama dalam mendorong keberlanjutan penggunaan e-wallet karena memberikan nilai tambah berupa kecepatan, efisiensi, dan peningkatan kemampuan pengguna dalam mengelola aktivitas keuangan (Aker et al., 2023; Yeh et al., 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *perceived usefulness* secara konsisten berpengaruh positif terhadap *continuance intention to use*, meskipun variabel kemudahan tidak selalu menunjukkan pengaruh serupa (Novira et al., 2024; Herawati & Mukhsin, 2023).

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *continuance intention to use e-wallet*, khususnya terkait hubungan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dalam model TAM. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan di luar konteks lokal Indonesia, sedangkan karakteristik Generasi Z di Kota Denpasar yang memiliki dinamika sosial-budaya khas belum banyak diteliti. Celah penelitian juga tampak pada terbatasnya studi yang menguji *perceived value sebagai* variabel mediasi dalam hubungan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use*. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengintegrasikan variabel kemudahan, kegunaan, dan nilai pengguna untuk memahami secara lebih komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan e-wallet pada Generasi Z di Kota Denpasar.

LANDASAN TEORI

Perceived Ease of Use (PEOU)

Perceived Ease of Use merupakan sejauh mana individu memiliki keyakinan bahwa proses

pembelajaran, pemanfaatan, dan penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang berarti. Faktor yang mempengaruhi *Perceived Ease of Use* meliputi, *perceived enjoyment*, *self-efficacy*, serta *social influence* atau *subjective norm* (Winarno et al., 2021). Sedangkan, terdapat beberapa indikator yang digunakan sebagai pengukuran *Perceived Ease of Use* yang diadaptasi dari penelitian (Davis, 1989); (Novira et al., 2024) yaitu: 1) *Ease of learning* (kemudahan dalam mengakses); 2) *Controllable* (kemampuan untuk dikendalikan); 3) *Mental effort* (usaha mental yang diperlukan); 4) *Clear and understandable* (kejelasan serta kemudahan dalam memahami); 5) *Easy to use* (kemudahan dalam pengoperasian).

Perceived usefulness

Perceived usefulness menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa dengan menggunakan bantuan teknologi, maka kinerja dapat ditingkatkan (Sinarut & Sugiyanto, 2022). Dalam konteks *e-wallet*, *perceived usefulness* mengacu pada persepsi manfaat nyata yang diperoleh, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, serta dukungan fitur yang relevan dengan kebutuhan sehari-hari (Akter et al., 2023). Adapun indikator *perceived usefulness* yang diadopsi dari (Venkatesh & Davis, 2000; Kurnia & Bella, 2023) meliputi: 1) *Work quickly*; 2) *Useful*; 3) *Effectiveness*; 4) *Easier*; 5) *Performance*.

Perceived value

Perceived value merupakan persepsi konsumen yang mengenai pemahaman dari manfaat suatu produk (Andianto & Firdausy, 2020). Dalam konteks *e-wallet*, *perceived value* mencakup manfaat fungsional berupa efisiensi waktu dan kemudahan transaksi, manfaat ekonomi melalui promosi dan insentif, manfaat emosional seperti rasa aman dan puas, serta manfaat sosial yang mendukung gaya hidup modern (Munda et al., 2023). Indikator menurut Tajalli (2022) *perceived value* meliputi: 1) *Emotional value*, 2) *Social value*, 3) *Functional value*, 4) *Price or Value of Money*.

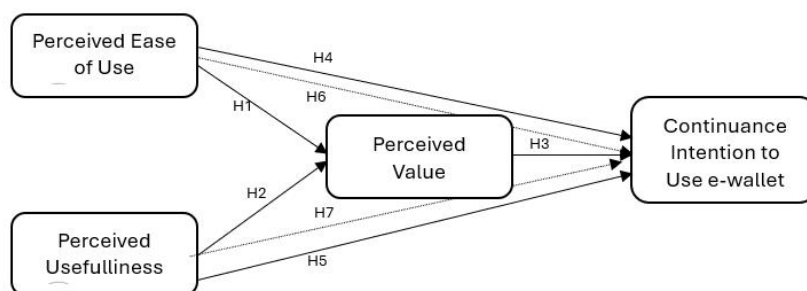
Continuance Intention To Use E-wallet

Continuance Intention To Use didefinisikan sebagai niat atau keinginan pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem atau layanan setelah pengalaman penggunaan awal. Indikator *continuance intention* terdiri dari niat untuk terus menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas bisnis di masa depan, niat mendorong pelanggan agar lebih sering bertransaksi menggunakan *e-wallet*, niat memanfaatkan *e-wallet* dalam berbagai kegiatan bisnis serta memperkirakan akan terus menggunakan *e-wallet* untuk kebutuhan bisnis di masa depan (Reza et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (PLS-SEM) melalui software SmartPLS untuk menganalisis hubungan antar variabel (Hair et al., 2017). Data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner online menggunakan skala Likert 1-5 yang disebarkan kepada 168 responden pengguna *e-wallet* di Kota Denpasar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini ialah *Perceived Ease of Use* (PEOU) (X1), *Perceived usefulness* (X2), *Continuance Intention To Use* (Y), dan *Perceived value* (Z). Analisis data dilakukan dalam tiga tahap utama yaitu pengujian outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian inner model untuk mengukur f^2 dan R^2 , serta pengujian hipotesis secara langsung maupun mediasi melalui prosedur bootstrapping dengan kriteria t -statistic > 1.96 dan p -value < 0.05 . Pemilihan PLS-SEM didasarkan pada kemampuannya yang tidak memerlukan asumsi distribusi data normal, serta fleksibilitasnya dalam mengolah variabel laten kompleks dengan

berbagai skala pengukuran. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini ialah



Gambar 1. Kerangka Konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dalam menganalisis data dilakukan dalam tiga tahap utama yaitu pengujian outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian inner model untuk mengukur nilai f^2 dan R^2 , serta pengujian hipotesis secara langsung atau secara mediasi.

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan di Bali, tepatnya pada Daerah Denpasar yang merupakan daerah sentral dengan penduduk Generasi Z yang signifikan dan aktif menggunakan e-wallet sebagai digital natives. Adapun karakteristik responden terbagi menjadi 4 jenis, yakni berdasarkan domisili, jenis penggunaan e-wallet, jenis kelamin, dan pekerjaan. Berikut rincian data sebagaimana tampak pada tabel 1 sampai 4:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Denpasar Barat	37	20.88
2	Denpasar Selatan	84	47.46
3	Denpasar Timur	21	11.86
4	Denpasar Utara	26	14.69
Total		168	100

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis E-wallet

No.	Jenis E-Wallet	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	DANA	83	49.40
2	GoPay	58	34.52
3	LinkAja	3	1.79
4	OVO	24	14.29
Total		168	100

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

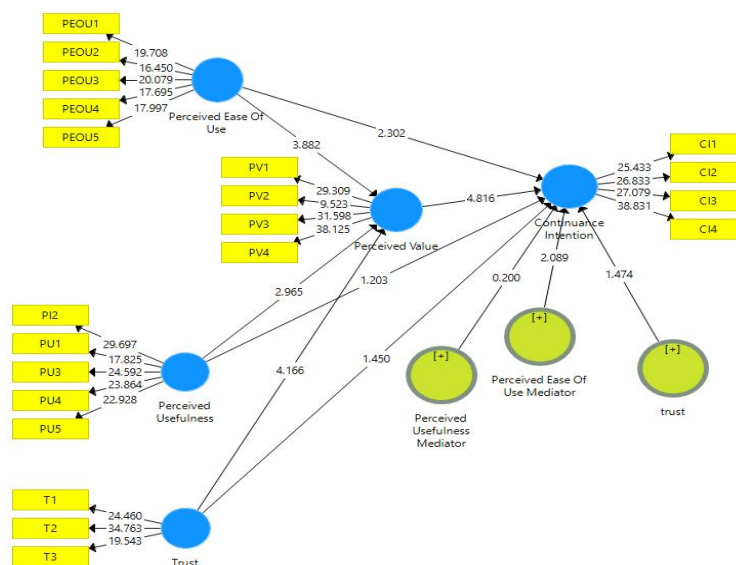
No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	52	30.95
2	Perempuan	116	69.05
Total		168	100

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Housekeeping Attendant	1	0.60
2	Karyawan Swasta	42	25.00
3	Pedagang Nasi Kuning	1	0.60
4	Pelajar/Mahasiswa	120	71.43
5	Pengusaha	4	2.38
Total		168	100

Uji Outer Model

Outer Model dalam PLS-SEM berfokus pada hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikator yang mengukurnya. Model ini digunakan untuk menilai kualitas pengukuran melalui evaluasi validitas dan reliabilitas agar memastikan indikator benar-benar merepresentasikan konstruk. Dalam analisis penelitian ini, outer model mencakup pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, serta reliabilitas melalui *composite reliability* dan Cronbach's Alpha. Berikut merupakan hasil outer model pada pengujian PLS pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2 Outer Model PLS

Uji Validitas

Uji validitas konvergen pada model PLS-SEM dengan indikator reflektif dievaluasi melalui loading factor (*outer loadings*), yang mengukur korelasi antara skor indikator dan skor konstruk laten terkait. Konvergensi dinyatakan memenuhi syarat apabila nilai loading factor > 0,70, meskipun pada tahap pengembangan skala, ambang batas 0,50–0,60 masih dapat diterima untuk memastikan unidimensionalitas konstruk pada tabel 5.1

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	PEOU1	0,519	0.552	Valid Konvergen
	PEOU2	0,503		Valid Konvergen
	PEOU3	0,516		Valid Konvergen

	PEOU4	0,523		Valid Konvergen
	PEOU5	0,052		Valid Konvergen
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	0,497	0.631	Valid Konvergen
	PU2	0,057		Valid Konvergen
	PU3	0,057		Valid Konvergen
	PU4	0,569		Valid Konvergen
	PU5	0,550		Valid Konvergen
<i>Perceived Value (PV)</i>	PV1	0,586	0.636	Valid Konvergen
	PV2	0,576		Valid Konvergen
	PV3	0,580		Valid Konvergen
<i>Continuance Intention To Use E-Wallet (CI)</i>	CI1	0,571	0.708	Valid Konvergen
	CI2	0,573		Valid Konvergen
	CI3	0,581		Valid Konvergen
	CI4	0,612		Valid Konvergen

Berdasarkan Tabel 5. Validitas, semua nilai outer loading menunjukkan nilai di ambang batas dan nilai AVE yang di atas 0,5. Ini menandakan semua indikator memenuhi kriteria validitas konvergen

Uji Reabilitas

Dalam analisis Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk secara konsisten dan bebas dari kesalahan. Reliabilitas dalam PLS-SEM dinilai melalui dua ukuran utama, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR). Cronbach's Alpha menguji konsistensi internal antar item, dengan nilai $\geq 0,70$ menunjukkan reliabilitas yang baik, meskipun sering dianggap konservatif. Sementara itu, Composite Reliability lebih direkomendasikan karena mempertimbangkan kontribusi masing-masing indikator melalui nilai outer loading, dengan kriteria ideal $CR \geq 0,70$. Berikut hasilnya:

Tabel 6. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
<i>Perceived Ease Of Use (PEOU)</i>	0.797	0.861	Reliabel
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.853	0.895	Reliabel
<i>Perceived Value (PV)</i>	0.806	0.874	Reliabel
<i>Continuance Intention to Use E-wallet (CI)</i>	0.863	0.907	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas $> 0,70$, sehingga dapat dikatakan reliabel.

Uji Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* dengan menggunakan Fornell-Larcker Criterion merupakan evaluasi model pengukuran untuk memastikan bahwa setiap konstruk yang digunakan benar-benar berbeda secara konseptual dari konstruk lainnya. Instrumen dikatakan valid jika nilai akar lebih besar dari korelasi antar konstruk $< 0,85$ (Fornell & Larcker, 1981).

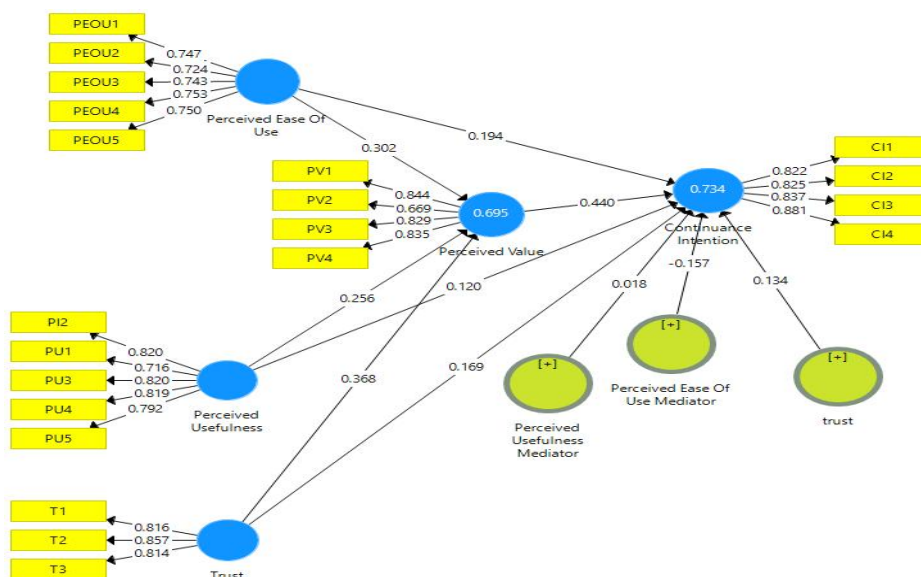
Tabel 7. Hasil Uji Diskriminan

Fornell-Larcker Criterion						
Variabel	PEOU	PU	T	PV	CI	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	0.743				0.757	Valid Diskriminan
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.719	0.794			0.719	Valid Diskriminan
<i>Trust</i> (T)	0.694	0.727	0.829	0.764	0.72	Valid Diskriminan
<i>Perceived Value</i> (PV)	0.742	0.741		0.798	0.806	Valid Diskriminan
<i>Continuance Intention to Use E-wallet</i> (CI)					0.842	Valid Diskriminan

Berdasarkan uji Fornell-Larcker Criterion pada Tabel 6, akar kuadrat AVE semua variabel melebihi korelasi antar konstruk, memenuhi discriminant validity. Nilai PEOU (0,743), PU (0,794), T (0,829), PV (0,798), dan CI (0,842) semuanya lebih tinggi dari korelasi silang, menegaskan diskriminasi konstruk yang baik.

Uji Inner Model

Inner Model dalam PLS-SEM menggambarkan hubungan struktural antar variabel laten untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung dalam suatu model. Evaluasi inner model dilakukan untuk menilai kekuatan prediksi dan signifikansi hubungan antar konstruk. Analisis dalam penelitian ini meliputi penilaian nilai f^2 dan R^2 . Adapun rinciannya inner model pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3 Inner Model PLS

Uji Effect Size

Effect Size (f^2) dalam model Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi atau pengaruh suatu variabel laten independen terhadap variabel laten dependen dalam model struktural (Hair et al., 2017). Nilai f^2 menunjukkan perubahan pada nilai R^2 ketika suatu konstruk prediktor dihilangkan dari model, sehingga menggambarkan kekuatan pengaruh konstruk tersebut. Secara umum, nilai f^2 dikategorikan sebagai 0,02 (pengaruh kecil), 0,15 (pengaruh sedang), dan 0,35 (pengaruh besar). Pengujian ini penting karena meskipun suatu hubungan signifikan secara statistik, besar pengaruhnya mungkin tidak substantif; oleh karena itu, f^2 membantu peneliti menilai relevansi praktis dari hubungan antar konstruk dalam PLS-SEM.

Tabel 8. Uji Effect Size (F^2)

Variabel	f-square	Keterangan
PEOU -> CI	0.044	Sedang
PEOU -> PV	0.126	Sedang
PU -> CI	0.016	Kecil
PU -> PV	0.082	Sedang
PV -> CI	0.219	Sedang

Berdasarkan Tabel 8, hasil analisis Effect Size (f^2) menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yakni: Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Continuance Intention to Use E-wallet* (CI) memiliki nilai f^2 sebesar 0,044 yang tergolong sedang. PEOU juga memberikan pengaruh sedang terhadap *Perceived Value* (PV) dengan f^2 0,126. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki pengaruh kecil terhadap CI (f^2 0,016) dan pengaruh sedang terhadap PV (f^2 0,082). pengaruh *Perceived Value* (PV) terhadap CI tergolong sedang dengan f^2 0,219.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dalam model Partial Least Squares–Structural Equation

Modeling (PLS-SEM) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar varians konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilainya berarti semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Dalam konteks PLS-SEM, nilai R^2 umumnya diinterpretasikan sebagai berikut: 0,75 menunjukkan tingkat penjelasan yang substansial, 0,50 menunjukkan tingkat penjelasan moderat, dan 0,25 menunjukkan tingkat penjelasan lemah, meskipun standar ini dapat bervariasi tergantung bidang penelitian. Sebagai indikator utama dari kualitas model struktural, R^2 membantu menilai sejauh mana hubungan antar variabel dalam model mampu menggambarkan realitas teoretis yang diharapkan. Adapun hasil dari uji Koefisien Determinasi (R^2), sebagaimana berikut:

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-square adjusted	Keterangan
CI	0.722	Besar
PV	0.690	Besar

Berdasarkan Tabel 9, hasil analisis menunjukkan nilai R-square adjusted untuk variabel Continuance Intention to Use E-wallet (CI) sebesar 0,722 dan untuk variabel Perceived Value (PV) sebesar 0,690, yang keduanya tergolong besar menurut kriteria Cohen (1988) untuk koefisien determinasi. Nilai R^2 ini mengindikasikan bahwa 72,2% variasi pada CI dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian, sedangkan 69,0% variasi pada PV dapat dijelaskan oleh faktor-faktor prediktor yang relevan.

Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Menguji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan path coefficient. Ukuran signifikansi uji hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *t-table* dan *t-statistic*.

Tabel 10 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung dalam Path Coefficients

Variabel	T statistics	P values	Kesimpulan
PEOU -> CI	2.369	0.018	Signifikan
PEOU -> PV	3.948	0.000	Signifikan
PU -> CI	1.181	0.238	Tidak Signifikan
PU -> PV	2.952	0.003	Signifikan
PV -> CI	4.600	0.000	Signifikan

Berdasarkan hasil dari Tabel 10 dapat diinterpretasikan hasil *direct effect* atau pengaruh langsung sebagai berikut:

Perceived ease of use berpengaruh positif *Continuance Intention to Use E-wallet*

Hasil pengaruh uji langsung menunjukkan bahwa nilai t-statistic 2,369 dan p-value 0,018. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H4 diterima yang berarti PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* dengan itu Kemudahan penggunaan mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data Bank Indonesia (2023), QRIS, ShopeePay, dan DANA merupakan layanan e-wallet paling dominan digunakan oleh generasi muda di kota ini (Isnaini & Istiyanto, 2023). Mereka cenderung memilih aplikasi yang dapat dioperasikan dengan mudah, sehingga kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam menilai nilai layanan dan mendorong niat untuk menggunakan e-wallet secara berkelanjutan (Belmonte et al., 2024). Temuan ini juga didukung penelitian Amron et al., (2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan interaksi digital

meningkatkan kepercayaan dan komitmen pengguna terhadap platform e-wallet.

Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap Perceived value

Hasil pengaruh uji langsung menunjukkan bahwa nilai t-statistic 3,948 dan p-value 0,000. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H1 diterima yang berarti PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived value* dengan itu Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah e-wallet digunakan, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan pengguna. Berdasarkan observasi di lapangan dan data Bank Indonesia (2023), layanan seperti ShopeePay dan DANA menjadi pilihan dominan karena menawarkan kemudahan dalam melakukan berbagai pembayaran secara instan (Isnaini & Istiyanto, 2023). Generasi Z cenderung mengevaluasi e-wallet berdasarkan manfaat nyata yang mereka peroleh, termasuk kemampuan aplikasi untuk mendukung kegiatan finansial sehari-hari dan memberikan efisiensi dibandingkan metode tradisional (Belmonte et al., 2024). Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Fahrizal et al., (2023), yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan mengurangi hambatan kognitif dan meningkatkan pengalaman positif dalam layanan keuangan digital. Ketika pengguna tidak mengalami kesulitan memahami fitur dan langkah transaksi, mereka merasakan pengalaman yang lancar (*flow experience*), yang diterjemahkan sebagai persepsi nilai yang tinggi.

Perceived usefulness tidak berpengaruh positif terhadap Continuance Intention To Use E-wallet

Hasil pengaruh uji langsung menunjukkan bahwa nilai t-statistic 1.181 dan p-value 0,238. Karena t-statistik kurang dari 1,96 dan p-value lebih dari 0,05. Sehingga H5 ditolak yang berarti *Perceived usefulness* tidak berpengaruh *Continuance Intention To Use E-wallet* dengan itu Hal ini menegaskan bahwa persepsi nilai yang dirasakan pengguna menjadi faktor utama yang mendorong niat mereka untuk terus menggunakan e-wallet, sehingga PV berperan penting sebagai determinan niat berkelanjutan. Selain itu, Generasi Z, sebagai kelompok mayoritas pengguna e-wallet di Denpasar, memiliki karakteristik digital savvy dan lebih kritis terhadap layanan digital. Mereka mengevaluasi aplikasi bukan hanya dari fitur, tetapi juga dari pengalaman yang lengkap, efisien, dan aman. Mereka cenderung membandingkan layanan e-wallet dengan alternatif lain, menilai apakah pengalaman transaksi secara keseluruhan memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan (Belmonte et al., 2024). Oleh karena itu, *Perceived Usefulness* perlu didukung oleh faktor lain seperti kemudahan penggunaan dan persepsi nilai agar dapat meningkatkan niat berkelanjutan. Penelitian oleh Aisy et al., (2024) mendukung temuan ini, di mana *Perceived Usefulness* lebih efektif memengaruhi *Continuance Intention* secara tidak langsung melalui mediator *Perceived Value*. Dengan kata lain, fitur yang berguna hanya membentuk dasar evaluasi awal, tetapi tanpa pengalaman positif atau persepsi nilai yang kuat, niat berkelanjutan tidak muncul secara langsung.

Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap Perceived value

Hasil pengaruh uji langsung menunjukkan bahwa nilai t-statistic 2.952 dan p-value 0.003. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H2 diterima yang berarti *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived value* dengan itu bahwa manfaat atau fungsi yang dirasakan dari e-wallet penting dalam membentuk nilai yang dirasakan oleh generasi Z. Dalam konteks Generasi Z di Denpasar, kelompok ini sangat menekankan efisiensi dan kecepatan dalam transaksi digital. Berdasarkan observasi di lapangan dan data Bank Indonesia (2023), layanan seperti ShopeePay dan DANA menjadi pilihan dominan karena menawarkan kemudahan dalam melakukan berbagai pembayaran secara instan (Isnaini & Istiyanto, 2023). Generasi Z cenderung mengevaluasi e-wallet berdasarkan manfaat nyata yang mereka peroleh, termasuk kemampuan aplikasi untuk mendukung kegiatan finansial sehari-hari

dan memberikan efisiensi dibandingkan metode tradisional (Belmonte et al., 2024). Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Akter et al., (2023) yang menemukan bahwa fitur yang berguna dan relevan mendorong pengalaman positif pengguna serta meningkatkan persepsi nilai dalam layanan digital.

Perceived value* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention To Use E-wallet

Hasil pengaruh uji langsung menunjukkan bahwa nilai t-statistic 4.600 dan p-value 0.000. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H3 diterima yang berarti *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention To Use E-wallet* dengan itu menegaskan bahwa persepsi nilai yang dirasakan pengguna menjadi faktor utama yang mendorong niat mereka untuk terus menggunakan *e-wallet*, sehingga PV berperan penting sebagai determinan niat berkelanjutan. Adapun data lapangan menunjukkan bahwa ShopeePay dan DANA menjadi pilihan dominan karena mampu memberikan pengalaman transaksi yang cepat, aman, dan intuitif. Generasi Z membandingkan layanan e-wallet berdasarkan nilai yang dirasakan, termasuk kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan fitur tambahan yang mendukung aktivitas finansial sehari-hari (Belmonte et al., 2024). Temuan ini juga selaras dengan penelitian Akter et al., (2023) yang menekankan bahwa pengguna e-wallet akan menunjukkan loyalitas tinggi jika pengalaman mereka memuaskan dan sebanding dengan usaha atau risiko yang mereka keluarkan selama transaksi.

Uji Mediasi (Pengaruh Tidak Langsung)

Teknik bootstrapping dalam analisis PLS digunakan untuk menguji efek mediasi antara variabel independen dan variabel dependen. Output parameter uji signifikansi pada tabel total effect dan tabel koefisien digunakan untuk menilai adanya efek mediasi, karena uji signifikansi juga mengukur hubungan tidak langsung antara variabel independen dan dependen.

Tabel 11 Hasil Pengujian Mediasi

Mediasi	t-Statistic	P-Value
PEOU → PV → CI	2.954	0.003
PU → PV → CI	2.641	0.009

Berdasarkan hasil dari Tabel 11, dapat diinterpretasikan hasil direct effect atau pengaruh langsung sebagai berikut:

Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention To Use E-wallet* melalui *Perceived value

Hasil uji tidak langsung menghasilkan bahwa Nilai t-statistic sebesar 2,954 dan p-value 0,003. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H6 diterima dan dapat diartikan menunjukkan *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention To Use E-wallet* melalui *Perceived value*. Artinya, kemudahan penggunaan e-wallet memengaruhi niat berkelanjutan pengguna secara tidak langsung melalui persepsi nilai yang dirasakan. Semakin mudah e-wallet digunakan, semakin tinggi persepsi nilai, sehingga mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Fenomena ini semakin relevan, generasi ini cenderung mengutamakan pengalaman digital yang cepat, lancar, dan intuitif, serta responsif terhadap antarmuka yang mudah digunakan (Belmonte et al., 2024). Mereka menilai layanan e-wallet bukan hanya dari fitur yang tersedia, tetapi dari pengalaman keseluruhan dalam menggunakan aplikasi, termasuk kenyamanan navigasi, waktu penyelesaian transaksi, dan minimnya kesalahan. Ketika pengguna muda merasakan pengalaman yang positif dan bernilai, mereka cenderung memutuskan untuk terus menggunakan aplikasi, menunjukkan pentingnya *Perceived Value* sebagai mediator dalam membangun loyalitas dan niat berkelanjutan. Hasil ini

juga mendukung temuan Fahrizal et al., (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mendorong kepuasan dan persepsi nilai, sehingga secara tidak langsung memengaruhi niat berkelanjutan pengguna *e-wallet*.

Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap terhadap Continuanace Intention To Use E-wallet melalui Perceived value

Hasil uji tidak langsung menghasilkan bahwa Nilai t-statistic sebesar 2,641 dan p-value 0,009. Karena t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Sehingga H7 diterima dan dapat diartikan menunjukkan *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap terhadap *Continuanace Intention To Use E-wallet* melalui *Perceived value*. Artinya, Persepsi manfaat *e-wallet* meningkatkan persepsi nilai pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Dalam konteks Generasi Z di Denpasar, fenomena ini semakin relevan. Generasi ini menekankan pentingnya relevansi dan manfaat fitur dalam menilai layanan digital (Belmonte et al., 2024). Mereka cenderung mengevaluasi apakah aplikasi memberikan efisiensi, kenyamanan, dan dukungan terhadap aktivitas finansial harian. *Perceived Value* menjadi variabel penting yang menjembatani persepsi kegunaan dan niat berkelanjutan, karena pengalaman positif yang dirasakan dari fitur yang bermanfaat memperkuat loyalitas pengguna. Dengan demikian, penyedia layanan *e-wallet* perlu memastikan fitur yang dikembangkan relevan, inovatif, dan mempermudah aktivitas finansial pengguna muda untuk meningkatkan nilai yang dirasakan. Hal ini mendukung penelitian Farahdibaj (2023), yang menemukan bahwa manfaat aplikasi digital meningkatkan persepsi nilai dan niat berkelanjutan, meskipun tidak selalu berdampak langsung pada behavioral intention. Jalur mediasi ini menunjukkan bahwa kegunaan aplikasi lebih efektif ketika dikombinasikan dengan pengalaman dan evaluasi subjektif pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa 1) *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Perceived Value* (PV), sehingga semakin mudah *e-wallet* digunakan, semakin tinggi nilai yang dirasakan pengguna; 2) *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap PV, artinya manfaat fungsional *e-wallet* meningkatkan persepsi nilai pengguna; 3) *Perceived Value* (PV) berpengaruh positif terhadap *Continuanace Intention* (CI), menegaskan nilai yang dirasakan sebagai faktor utama niat berkelanjutan; 4) PEOU berpengaruh langsung positif terhadap CI, artinya kemudahan penggunaan mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet*; 5) PU tidak berpengaruh langsung terhadap CI, menunjukkan manfaat *e-wallet* tidak secara langsung membentuk niat berkelanjutan; 6) Hasil uji pengaruh yang signifikan PEOU terhadap CI melalui PV, menunjukkan nilai yang dirasakan menjembatani kemudahan penggunaan dengan niat berkelanjutan; 7) Hasil uji pengaruh yang signifikan PU terhadap CI melalui PV, artinya persepsi manfaat *e-wallet* meningkatkan nilai yang dirasakan dan niat berkelanjutan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, ruang lingkup responden yang hanya mencakup Generasi Z di Kota Denpasar membuat hasil penelitian belum dapat digeneralisasi ke wilayah atau kelompok usia lainnya. Kedua, teknik purposive sampling dan penggunaan kuesioner self-report berpotensi menimbulkan bias subjektif dari responden. Ketiga, penelitian hanya menguji empat variabel sehingga faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap continuance intention belum dianalisis. Selain itu, penggunaan PLS-SEM yang bersifat prediktif membuat penelitian tidak menilai kecocokan model secara menyeluruh. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel, menambah variabel, dan menggunakan pendekatan analisis yang lebih beragam untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Aisy, R. P., Sukaris, & Kirono, I. (2024). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan User Satisfaction terhadap Continuance Intention dalam Bertransaksi dengan Dompot Digital Shopeepay* Sukaris (2) Indro Kirono (3) (1)(2)(3. 6(1), 44–55. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v6i1>
- Akter, M. S., Bhuiyan, M. R. I., Tabassum, S., Ashraful Alam, S. M., Milon, M. N. U., & Hoque, M. R. (2023). Factors Affecting Continuance Intention to Use E-wallet among University Students in Bangladesh. *International Journal of Engineering Trends and Technology*, 71(6), 274–288. <https://doi.org/10.14445/22315381/IJETT-V71I6P228>
- Ami, (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manajemen Keuangan Pribadi Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Amron, Amiruddin Mohamad, M., & Hidayah Md Noh, N. (2024). E-Wallet Payment Usage Among Young Consumers Using Technology Continuance Theory. In *Information Management and Business Review* (Vol. 16, Issue 2).
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*
- Fahrizal, Suherman, & Febrilia, I. (2023). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pengguna Aplikasi Food Delivery Saat Pandemi*
- Farahdibaj, H. A. (2023). Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease of Use, Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *El-Aswaq*, 4(02), 93–108. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25794>
- Fitriandi, P.. (2022). Bunga Rampai Keuangan Negara 2021. PKN STAN Press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. In *Source: Journal of Marketing Research* (Vol. 18, Issue 1)
- Hair, J. F, Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage
- Herawati, M., & Mukhsin, M. (2023). Pengaruh Perceived Of Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Continuance Intention Pada Penggunaan Digital Payment Di Provinsi Bengkulu. In *BISNIS dan MANAJEMEN* (Vol. 13). <http://ejournal.utmj.ac.id/index.php/ekobis>
- Isnaini, W. I., & Istiyanto, B. (2023). Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 239-256.
- Kurnia, R., & Bella, T. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security Dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(3), 715
- Lubis, R. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*. 2(1) 1-10.

-
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2025). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Atau E-Money Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *Jurnal Inteltek Insan Cendikia*, 2(4), 7194-7200.
- Marfuah, M., Bagaskoro, D. C., & Ayuntari, C. G. (2024). Analysis of acceptance behavior and usage of e-wallet applications. In *Proceeding International Conference on Accounting and Finance* (141-152).
- Munda, F., Suriani, S., & Said, M. (2023). Nilai Guna Dan Manfaat Penggunaan Fintech E-Wallet Dana. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(2), 178–184. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i2.1917>
- Novira, D., Utomo, H. S., & Mulyanto, I. H. (2024). Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness towards Continuance Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variable: a study of Startup Companies Using e-Wallet. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(02), 602–614. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.669>
- Reza, M. D. S. binti M., Tan, S. H., Chong, L. L., & Ong, H. B. (2024). Continuance usage intention of e-wallets: Insights from merchants. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100254>
- Ryan Reynaldy, R. R. (2024). *Pemanfaatan Vpn (Virtual Private Network) Sebagai Media Pengontrol Jarak Jauh Jaringan Mikrotik Untuk Mengakses Sistem Server Dan Manajemen User* (Doctoral Dissertation, Universitas Sulawesi Barat).
- Sandy, E., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 22-27.
- Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta). *Business Management Journal*, 18(1), 17. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. www.cvalfabeta.com
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Tajalli, I. (2022). *Pengaruh Price, Perceived Ease Of Use, Perceived Value Terhadap Customer Loyalty GoPay*.
- Ulkhag, M. M., Cahyo, A., Rustanti, A., Gobel, L., Dasminar, M., & Wijaya, E. V. (2021). *Service Quality Assessment of E-Wallet*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Winarno, W. A., Mas'ud, I., & Palupi, T. W. (2021). Perceived Enjoyment, Application Self-efficacy, and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1189–1200. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1189>
- Yeh, J. Y., Seah, C. Sen, Loh, Y. X., Low, M. P., Nuar, A. N. A., & Jalaludin, F. W. (2024). Exploring the actual implementation of e-wallet application in Malaysia. *Baghdad Science Journal*, 21(2), 600–608. <https://doi.org/10.21123/bsj.2024.9864>