Volume 11 Issue 2 (2026) Pages 321 - 333
Jurnal Mirai Management
ISSN : 2598-8301 (Online)

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* dan Literasi Keuangan terhadap Konsumsi Mahasiswa Kota Surakarta Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM yang Diperluas)

Fitri[1] , Aniek Hindrayani*[2]

[1,2] Pendidikan Ekonomi, Universitas Sebelas Maret

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh *e-wallet* dan literasi keuangan terhadap konsumsi mahasiswa Kota Surakarta berbasis pada pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM yang Diperluas). Pendekatan kuantitatif deskriptif dipilih sebagai metode penelitian dengan teknik *purposive sampling,* sampel dipilih dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Penelitian ini melibatkan 395 sampel mahasiswa aktif angkatan 2022-2025 dari perguruan tinggi di Surakarta. Proses analisis data memanfaatkan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui *software* SmartPLS 4. Hasil pengujian outer model memperlihatkan terdapat satu instrumen yang tidak valid sehingga dieliminasi. Selanjutnya, Hasil penelitian memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dengan t-statistik 3,170 dan p-value 0,002, persepsi kegunaan t-statistik 4,158 dan p-value 0,000, persepsi kepercayaan t-statistik 5,912 dan p-value 0000, dan persepsi keamanan dengan t-statistik 4,075 dan p-value 0,000 menghasilkan pengaruh positif dan signifikan pada niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Selain itu, variabel niat untuk terus menggunakan *e-wallet* terbukti memediasi parsial pengaruh variabel TAM yang Diperluas yakni persepsi kemudahan penggunaan dengan t-statistik 3,007 dan p-value 0,003, persepsi kegunaan dengan t-statistik 4,131 dan p-value 0,000, persepsi kepercayaan nilai t-statistik 5,282 dan p-value 0,000, dan persepsi keamanan dengan t-statistik 3,977 dan p-value 0,000. Serta, literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan pada perilaku konsumsi dengan t-statistik 7,015 dan p-value 0,000.

Kata Kunci: *E-Wallet, Literasi Keuangan, Konsumsi, TAM yang Diperluas*

Copyright (c) 2026 Aniek Hindrayani

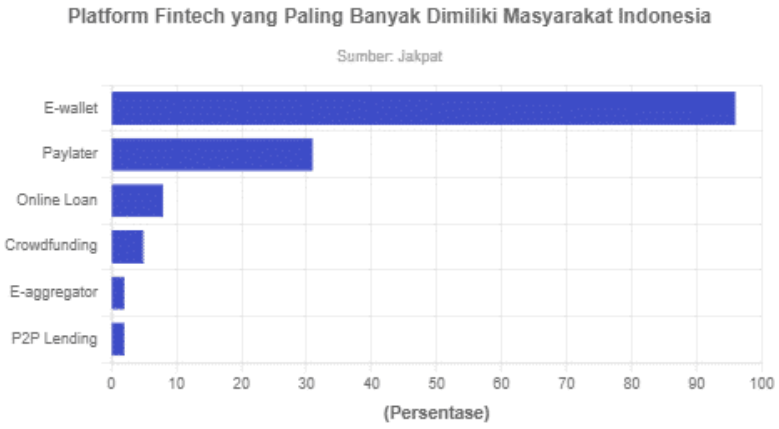
✉ Corresponding author :
Email Address : aniek_h@staff.uns.ac.id

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah menciptakan transformasi besar yang memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada aktivitas transaksi keuangan, dari transaksi tunai menuju transaksi digital yang dianggap lebih praktis dan efisien. Menurut Sihotang & Nasution, (2025) transaksi digital memberikan berbagai kemudahan mulai dari efisiensi waktu, kecepatan hingga keamanan dalam bertransaksi. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik tahun 2024 mencapai Rp 835,84 triliun atau meningkat 43,45% dibanding tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat transaksi digital di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Perkembangan *financial technology* (fintech) yang mengalami peningkatan pesat adalah *e-wallet*. Menurut Hunter et al., (2024) sebanyak 47% masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi. Yousef, (2024) menjelaskan bahwa *e-wallet* memberikan kemudahan transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer, dan transaksi *online* lainnya yang dapat dilakukan dapat hitungan menit. Setiap transaksi juga memerlukan autentifikasi pengguna seperti pin yang menjamin tingkat keamanan transaksi. Selain itu, Belmonte et al., (2024) menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* meningkat secara signifikan selama dan setelah Covid-19, terutama dikalangan generasi muda karena faktor kemudahan dan aksesibilitas layanan.

Namun, dibalik kemudahan yang diberikan penggunaan *e-wallet* juga menimbulkan permasalahan berupa meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Underdown & Tamara, (2025) menyatakan bahwa transaksi digital berpotensi meningkatkan pengeluaran yang berdampak pada pembelian impulsif masyarakat. Mahasiswa sebagai generasi muda menjadi kelompok masyarakat yang rentan akan perilaku konsumtif dan impulsif karena memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Penelitian Widiastuti et al., (2023) menunjukkan tingkat pembelian impulsif pada kelompok usia mahasiswa yaitu 20 tahun ke atas mencapai 31,12% dan terus meningkat hingga 44,70%, temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital berkorelasi dengan meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat khususnya generasi muda seperti mahasiswa.



Gambar 1. Data Pengguna *Platform* Fintech

Sumber: Goodstats, 2024

Fenomena meningkatkan penggunaan teknologi digital juga terjadi pada kalangan mahasiswa dan semakin semakin relevan karena mahasiswa menjadi salah satu pengguna *e-wallet* terbesar. Dango et al., (2024) kemudahan pengoperasian *e-wallet* mendorong mahasiswa untuk bertransaksi secara terus menerus tanpa mempertimbangkan konsekuensinya. Selain itu, data BPS Jawa Tengah tahun 2025 menunjukkan Kota Surakarta memiliki 33 perguruan tinggi dengan jumlah mahasiswa tahun 2024 mencapai 108.736 mahasiswa (Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, 2025). Kondisi ini memperlihatkan tingginya potensi penggunaan *e-wallet* dikalangan mahasiswa Surakarta.

Penelitian sebelumnya mengemukakan penggunaan *e-wallet* memiliki kaitan dengan dengan perilaku konsumsi. Hal selaras disampaikan oleh Sari et al., (2021) bahwa *e-wallet* berpengaruh positif terhadap perilaku impulsif. Lee et al., (2023) juga menyatakan kepuasan dalam penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku impulsif. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* tidak hanya berkaitan dengan efisiensi transaksi, tetapi juga mempengaruhi pola konsumsi.

Disisi lain, literasi keuangan juga mempunyai peranan dalam menentukan perilaku konsumsi yang rasional. Khan et al., (2024) mengemukakan bahwa mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang cakap dapat membantu dalam pengelolaan pengeluaran yang

lebih bijak. Sebaliknya rendahnya literasi keuangan akan mendorong perilaku impulsif. Otoritas Jasa Keuangan, (2024) Data SNLIK OJK tahun 2025 mengkonfirmasi terkiat tingkat literasi keuangan masyarakat mencapai 66,46% meningkat dibanding tahun sebelumnya sebesar 65,43%. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat perlu mempunyai kesadaran dalam pengelolaan keuangan.

Berdasarkan kondisi tersebut, pendekatan yang diterapkan pada penelitian ini merujuk pada konsep TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989) yang memiliki dua aspek utama, yakni persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* dan persepsi kegunaan *(perceived usefulness)*. Berfokus pada permasalahan terkait bagaimana pengaruh penerapan *e-wallet* dan literasi keuangan pada konsumsi mahasiswa melalui TAM. Riset ini mengembangkan model TAM yang menambahkan variabel niat untuk terus menggunakan *e-wallet (continuance intention),* persepsi kepercayaan *(perceived trust),* dan persepsi keamanan *(perceived security)* serta menggabungkannya dengan tingkat literasi keuangan terhadap konsumsi.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada penerimaan teknologi dan niat penggunaan, penelitian ini mengkaji pengaruh penerapan *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi yang mengintegrasikan model TAM yang Diperluas dan literasi keuangan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan dalam melihat pengaruh pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan dan persepsi keamanan pada niat menggunakan *e-wallet* yang sekaligus menjadi variabel mediasi dalam menjembatani variabel TAM terhadap konsumsi mahasiswa, serta bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap konsumsi mahasiswa Kota Surakarta dan bertujuan memberikan gambaran yang menyeluruh terkait hubungan antara penggunaan *e-wallet,* variabel TAM, literasi keuangan serta perilaku konsumsi mahasiswa kota Surakarta.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif guna mengkaji pengaruh *e-wallet* dan literasi keuangan pada konsumsi mahasiswa Kota Surakarta dengan pendekatan TAM yang Diperluas. Makwana et al., (2023) Populasi mencakup mahasiswa aktif Kota Surakarta yang memakai *e-wallet*. Sampel penetian ini memakai teknik *purposive sampling* dengan menetapkan sejumla kriteria tertentu, yakni mahasiswa aktif kota Surakarta angkatan 2022-2025, berusia 19-23 tahun, dan pengguna aktif *e-wallet.* Data distribusikan melalui kuesioner berbasis *Google Form* dengan menerapkan skala likert 1 hingga 5, kuesioner didistribusikan secara online dengan memanfaatkan media sosial.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran 1977*. Uakarn et al., (2021) rumus *Cochran 1977* dapat memberikan gambaran terkait ukuran sampel yang refresentatif dalam penelitian dengan tingkat *margin of error* sebesar 5%. Rumus *cochran* diyakini sesuai dengan penelitian ini yang tidak memiliki jumlah populasi secara pasti mengingat populasi penelitian meliputi seluruh mahasiswa aktif angkatan 2022-2025 Kota Surakarta. Berdasarkan rumus *cochran* diketahui batas minimal sampel yang diperlukan sebesar 384 sampel dan jumlah sampel final pada penelitian ini sebesar 394 sampel.

Lebih lanjut, pendekatan *Partial Least Square Structural* (PLS) yang dibantu oleh *software* SmartPLS 4 digunakan untuk proses analisis data yang meliputi uji *outer* dan *inner* model. Uji *outer* model dilakukan untuk pengujian *convergent validity, discriminant validity, composite reliability,* AVE, dan *cronbach alpha,* sedangkan pengujian inner model dilakukan agar dapat menganalisis hubungan antar variabel dengan melihat *uji r-square, f-square,* dan *q-square.* Selanjutnya pengujian hipotesis berbasis metode *bootstrapping* guna mendapatkan nilai *koefisien, t-statistic* dan *p-value,* serta nilai *specific indirect effect* yang diperlukan pada pengujian pengaruh mediasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Deskriptif

Karakteristik responden meliputi, asal universitas, angkatan, jenis kelamin, usia, jenis *e-wallet,* lama penggunaan *e-wallet* dan frekuensi penggunaan *e-wallet.* Adapun penjelasan lebih rinci terkait hal tersebut:

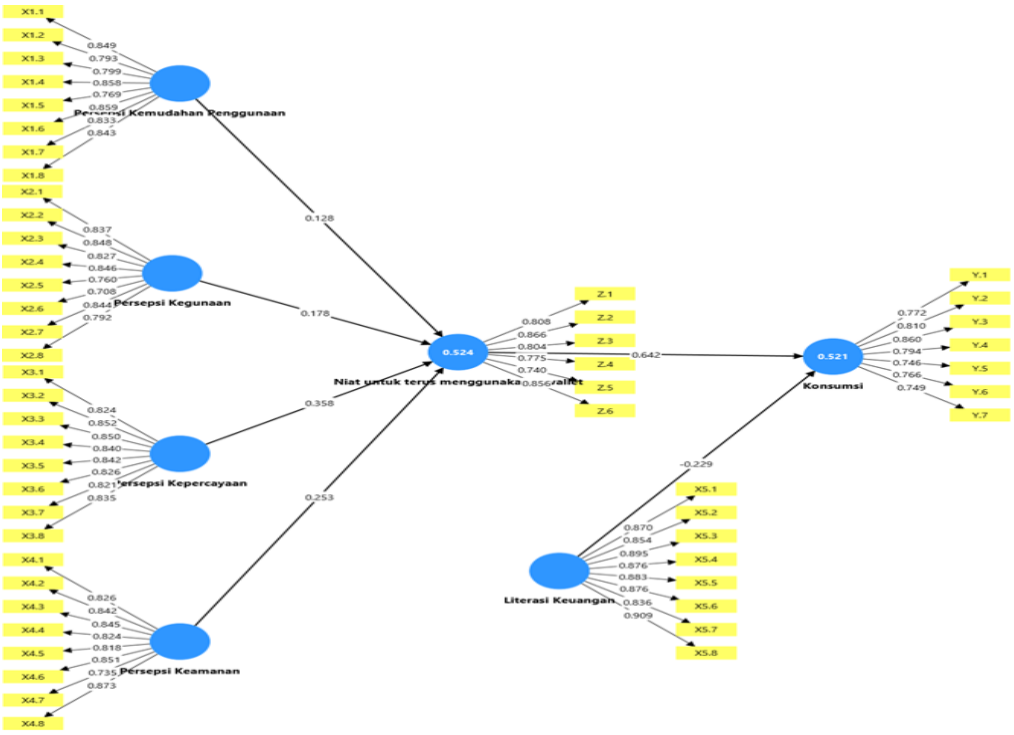
Tabel 1. Karakteristik Responden.

Keterangan	Jumlah	Persentasi
Asal Perguruan Tinggi		
Universitas Sebelas Maret	207	52,5%
Universitas Muhammadiyah Surakarta	62	15,7%
Universitas Slamet Riyadi	29	7,4%
Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta	24	6,1%
Poltekkes Kemenkes Surakarta	22	5,6%
Universitas Setia Budi	15	3,8%
Institusi Seni Indonesia Surakarta	11	2,8%
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta	9	2,3%
UIN Raden Mas Said Surakarta	4	1%
Universitas Duta Bangsa	4	1%
Universitas 'Aisyiyah Surakarta	4	1%
Universitas Tunas Pembangunan	2	0,5%
Universitas Sahid Surakarta	1	0,3%
Angkatan		
Angkatan 2022	180	45,7%%
Angkatan 2023	121	30,7%
Angkatan 2024	68	17,3%
Angkatan 2025	25	6,3%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	125	31,7%
Perempuan	269	68,1%
Usia		
19 Tahun	40	10,2%
20 Tahun	116	29,4%
21 Tahun	114	28,9%
22 Tahun	95	24,1%
23 Tahun	29	7,4%
Jenis *E-Wallet*		
ShopeePay	321	81,5%
GoPay	222	56,3%
DANA	218	55,3%
OVO	64	16,2%
LinkAja	22	5,6%
Lainnya	5	1,5%
Lama Penggunaan *E-Wallet*		
< 1 Tahun	4	1%
1 - 2 Tahun	43	10,9%
2 - 3 Tahun	79	20,1%
3 - 4 Tahun	154	39,1%
> 5 Tahun	114	28,9%
Frekuensi Penggunaan *E-Wallet*		

1 - 2 kali seminggu	81	20,6%
3 - 4 kali seminggu	135	34,3%
> 5 kali dalam seminggu	178	45,2%

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa distribusi asal perguruan tinggi yang paling banyak menggunakan *e-wallet* berasal dari Universitas Sebelas Maret, yaitu 52,5%. Hal ini menunjukkan mahasiswa Universitas Sebelas Maret lebih sering menggunakan *e-wallet.* Selanjutnya, distribusi angkatan paling banyak berasal dari angkatan 2022, yaitu 45,7 lebi besar dibandingkan angkatan 2023- 2025. Hasil ini mengungkapkan responden yang menggunakan *e-wallet* paling banyak adalah mahasiswa angkatan 2022. Kemudian, distribusi jenis kelamin perempuan menjadi kelompok terbanyak dengan persentasi 68% dan disusul laki-laki dengan persentase 31,7% yang mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa perempuan menggunakan *e-wallet* dalam proses transaksi. Lebih lanjut, diketahui bahwa distribusi usia mayoritas berada pada kelompok usia 20-21 tahun dan total persentase 53% yang menunjukkan perilaku konsumen cenderung berada pada usia remaja ke dewasa awal. Kemudian, untuk jenis *e-wallet* yang paling banyak digunakan yakni ShopeePay dengan persentase 81,5%, GoPay dengan persentase 56,3%, dan DANA dengan persentase 55,3%. Hal demikian menunjukkan bahwa ketiga *e-wallet* tersebut merupakan jenis yang paling banyak digunakan oleh responden. Berdasarkan lama penggunaan *e-wallet,* diketahui bahwa sebanyak 28,9% respenden telah menggunakan *e-wallet* selama >5 tahun, 39,1% responden yang telah memanfaatkan penggunaan *e-wallet* selama 3-4 tahun, 20,1% responden menggunakan *e-wallet* selama 2-3 tahun, 10,9% responden memakai *e-wallet* selama 1-2 tahun, dan 1% lainnya sudah memakai *e-wallet* selama <1 tahun. Hal demikian menunjukkan bahwa, responden yang paling lama menggunakan *e-wallet* didominasi oleh responden dengan penggunaan 3-4 tahun. Kemudian, berdasarkan frekuensi penggunaan, diketahui bahwa sebanyak 45,2% responden yang memakai *e-wallet* >5 kali dalam seminggu. Hal demikian menyatakan bahwa *e-wallet* digunakan cukup sering dalam proses transaksi sehari-hari yang dilakukan oleh responden. Dengan demikian, diketahui karakteristik responden pada penelitian ini beragam dan tersebar pada mahasiswa kota Surakarta sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Pengukuran *Outer Model*

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Merujuk pada Gambar 2, yakni model pengukuran *outer model* guna melihat keterkaitan antar variabel, melalui uji validitas dan reliabilitas sesuai syarat yang harus dipenuhi >0,70. Diketahui bahwa nilai yang ada pada setiap indikator *(outer loading)* memilii nilai >0,70. Menurut Hair, (2019) nilai reliabilitas harus >0,70 agar mampu mendukung stabilitas hasil penelitian, sehingga pada seluruh indikator dinyatakan valid dan memenuhi standar dalam uji validitas konvergen dan dapat melanjutkan pada analisis selanjutnya. Berikut adalah hasil pengolahan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan SmartPLS 4:

Tabel 2. Hasil *Outer Model*

Outer Loading	***Loading Factor***
Persepsi Kemudahan Penggunaan	
X1.1	0.849
X1.2	0.793
X1.3	0.799
X1.4	0.858
X1.5	0.769
X1.6	0.859
X1.7	0.833
X1.8	0.843
Persepsi Kegunaan	
X2.1	0.837
X2.2	0.848
X2.3	0.827
X2.4	0.846
X2.5	0.760
X2.6	0.708
X2.7	0.844
X2.8	0.792
Persepsi Kepercayaan	
X3.1	0.824
X3.2	0.852
X3.3	0.850
X3.4	0.840
X3.5	0.842
X3.6	0.826
X3.7	0.821
X3.8	0.835
Persepsi Keamanan	
X4.1	0.826
X4.2	0.842
X4.3	0.845
X4.4	0.824
X4.5	0.818
X4.6	0.851
X4.7	0.735
X4.8	0.873
Literasi Keuangan	

X5.1	0.870
X5.2	0.854
X5.3	0.895
X5.4	0.876
X5.5	0.884
X5.6	0.875
X5.7	0.836
X5.8	0.909
Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	
Z.1	0.808
Z.2	0.886
Z.3	0.804
Z.3	0.775
Z.5	0.740
Z.6	0.856
Konsumsi	
Y.1	0.772
Y.2	0.810
Y.3	0.860
Y.4	0.794
Y.5	0.746
Y.6	0.766
Y.7	0.749
Y.8	0.636

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Berdasarkan Tabel 2, terdapat satu indikator dengan nilai <0.70 sehingga tidak memenuhi kriteria validitas. Oleh karena itu, indikator tersebut dieliminasi. Kemudian, untuk indikator harus mempunyai nilai >0.70 dinyatakan valid dan sesuai standar uji validitas konvergen dan dapat melanjutkan pada analisis selanjutnya. Disisi lain, guna melihat nilai *AVE* dengan kriteria nilai yang harus dipenuhi adalah >0,50 sebagai syarat uji validitas konvergen. Hair, (2019) menyatakan bahwa pada uji validitas konstruk akan reliabel apabila *composite reliability* >0,70 dan *cronbach alpha* >0,70. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	**Composte Reliability (rho_a)**	**Composite Reliability (rho_c)**	**AVE**
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0.933	0.935	0.945	0.683
Persepsi Kegunaan (X2)	0.924	0.930	0.938	0.655
Persepsi Kepercayaan (X3)	0.939	0.939	0.949	0.700
Persepsi Keamanan (X4)	0.934	0.936	0.946	0.685
Literasi Keuangan (X5)	0.956	0.959	0.963	0.766
Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* (Z)	0.894	0.898	0.919	0.655
Konsumsi (Y)	0.897	0.903	0.919	0.618

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai uji reliabilitas menunjukkan keseluruhan variabel mempunyai nilai >0.70 dengan *Cronbach's Alpha* yang artinya uji reliabilitas dinyatakan

reliabel dan memenuhi asumsi reliabilitas. Kemudian, untuk melihat nilai uji validitas konvergen dilakukan uji validitas diskriminan dengan mengacu pada nilai AVE. Pengujian ini menghasilkan nilai AVE keseluruhan >0.50, dan dinyatakan variabel mempunyai hasil *discriminant validity* yang valid. Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas berdasar pada *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT), yaitu nilai rata-rata dari korelasi item pada setiap konstruk dengan nilai yang memenuhi standar <0.9, Hair (2019). Berikut adalah uji validitas diskriminan:

Tabel 4. Uji Validitas Diskriminan

	Y	**X5**	**Z**	**X4**	**X2**	**X1**	**X3**
Y							
X5	0.377						
Z	0.759	0.209					
X4	0.604	0.069	0.657				
X2	0.585	0.261	0.521	0.398			
X1	0.540	0.197	0.450	0.294	0.501		
X3	0.660	0.104	0.709	0.742	0.426	0.396	

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Mengacu pada *discriminant validity* dengan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) didapatkan hasil <0.0. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh varibel dinyatakan layak dan valid.

Model Pengukuran *(Inner Model)*

Pengukuran *inner model* bertujuan untuk mengetahui *r-square, f-square* dan *q-square.*

Pengukuran dengan *R-Square*

Nilai *r-square* bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hair, (2019) menyatakan nilai *r-square* dikelompokkan tiga kategori, yaitu >0,75 kategori kuat, 0,50 - 0,75 sedang, dan 0.25 rendah. Berikut hasil uji *r-square:*

Tabel 5. Nilai *R-Square*

	Nilai R-Square
Konsumsi	0.521
Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.524

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Tabel 5 menunjukkan nilai *r-square* pada dua variabel tersebut berada pada kategori sedang yakni berada diantara 0,50-0,75. Selanjutnya peneliti melakukan uji *F-Square* guna mengetahui tingkat pengaruh suatu variabel.

Pengukuran dengan *F-Square*

Menurut Hair, (2019) terdapat beberapa kategori pada nilai *f-square* yaitu 0.02 artinya pengaruh kecil, 0.15 sedang, dan 0.35 pengaruh besar. Artinya, peningkatan nilai *f-square* mencerminkan pengaruh variabel independen yang semakin dominan akan variabel dependen. Berikut hasilnya:

Tabel 6. Nilai *F-Square*

	Nilai *F-Square*
Persepsi kemudahan penggunaan – Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.026
Persepsi kegunaan – Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.047
Persepsi kepercayaan - Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.128
Persepsi keamanan - Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.068
Literasi keuangan – konsumsi	0.105
Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* - Konsumsi	0.827

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Dari hasil analisis pada Tabel 6, teridentifikasi bahwa *f-square* diklasifikasikan pada kategori kecil dan besar. Oleh karena ini, pengaruh variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen penelitian cukup beragam, yakni terdapat yang memiki pengaruh kecil dengan nilai *f-square* 0.026, 0.047, 0.068, 0.105, dan 0.128, serta memiliki pengaruh besar dengan nilai *f-square* 0.827. Selanjutnya dilakukan uji *q-square* untuk menunjukkan tingkat kecocokan pada model struktural data.

Pengukuran Uji *Q-Square*

Menurut Hair, (2019), nilai *Q-Square* harus >0, yang menunjukkan relevansi prediktif, sedangkan nilai < atau = 0, dianggap belum mampu memprediksi model penelitian. berikut uji *q-square:*

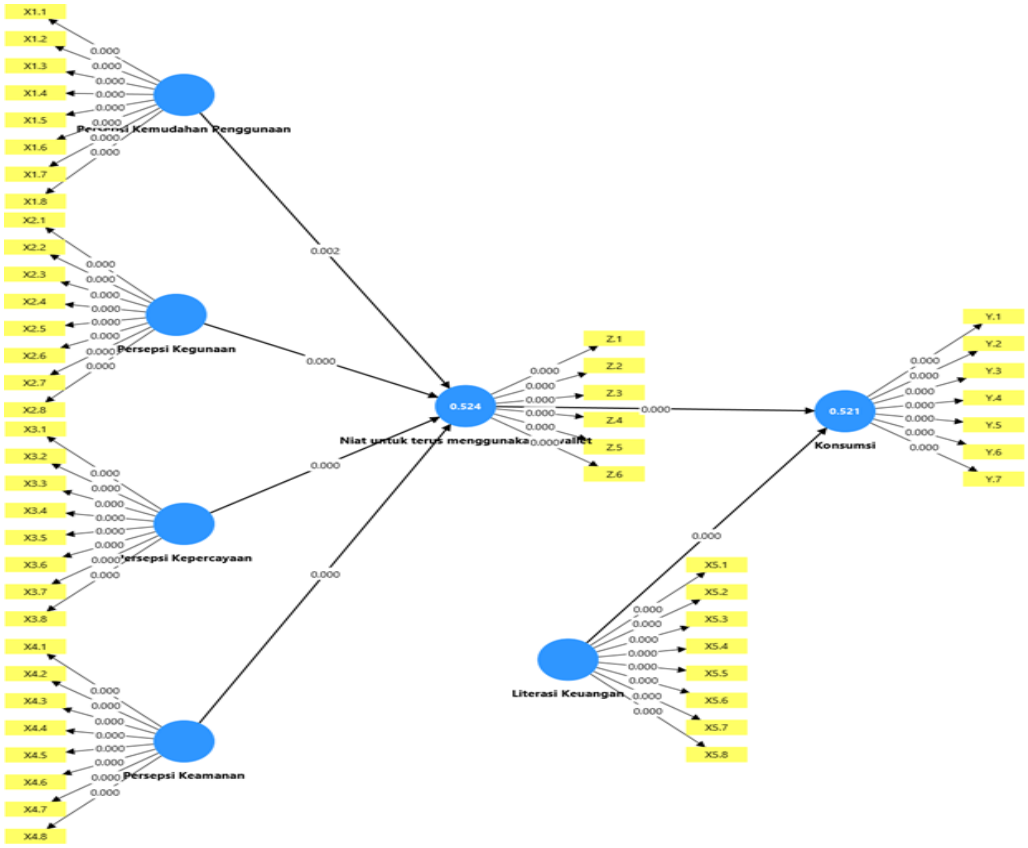
Tabel 7. Nilai *Q-Square*

	Nilai Q-Square
Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.509
Konsumsi	0.517

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Berdasarkan pada Tabel 7, diketahui bahwa *q-square* berada pada nilai >0 yakni 0.509 dan 0.517, yang artinya penelitian ini memiliki kemampuan yang baik dan dinyatakan memenuhi kriteria model fit.

Model Struktural



Gambar 3. Hasil *Bootstrapping*
Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Merujuk pada Gambar 3, yakni model struktural dengan menggunakan metode *bootstrapping* yang bertujuan untuk meminimalkan masalah data abnormal. Berikut aadalah penjelasan lebih lanjut terkait hasil *bootsrapping:*

Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	*Standard deviation (STDEV)*	*T-Statictics (0/STDEV)*	*P Values*	**Hasil**
Persepsi kemudahan penggunaan – Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.128	0.040	3.170	0.002	Diterima
Persepsi kegunaan - Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.178	0.043	4.158	0.000	Diterima
Persepsi kepercayaan - Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.358	0.061	5.912	0.000	Diterima
Persepsi keamanan - Niat untuk terus menggunakan *e-wallet*	0.253	0.062	4.075	0.000	Diterima
Literasi keuangan - Konsumsi	-0.229	0.033	7.015	0.000	Diterima

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Dari hasil analisis pada Tabel 8 diketahui hubungan antar variabel penelitian yang ditinjau melalui pengaruh langsung dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*. Terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,128, uji t 3,170 > 1,96, dan nilai p 0,002 < 0,05. Mengindikasikan, H1 diterima.
2. Persepsi kegunaan memiliki hubungan signifikan pada niat terus menggunakan *e-wallet* dengan nilai koefisien 0,178, uji t 4,158 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Menunjukkan bahwa H2 dapat diterima.
3. Persepsi kepercayaan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Nilai nilai koefisien sebesar 0,358, uji t 5,912 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Dengan demikian H3 dinyatakan diterima.
4. Persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* dengan nilai koefisien 0,253, uji t 4,075 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Hasil demikian menunjukkan diterimanya H4.
5. Literasi keuangan diketahui menghasilkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap konsumsi mahasiswa Kota Surakarta. Dengan nilai koefisien -0,229, uji t 7,015 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Artinya, peningkatan literasi keuangan dapat menurunkan tingkat konsumsi. Hasil analisis membuktikan bahwa H6 diterima.

Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistic (0/STDEV)*	*P Values*	**Nilai**
Persepsi kemudahan penggunaan – Konsumsi	0.082	0.027	3.007	0.003	Diterima
Persepsi kegunaan – Konsumsi	0.114	0.028	4.131	0.000	Diterima
Persepsi kepercayaan – Konsumsi	0.230	0.044	5.282	0.000	Diterima
Persepsi keamanan - Konsumsi	0.162	0.041	3.977	0.000	Diterima

Sumber: *Output* Pengolahan SmartPLS 4, 2026

Mengacu pada hasil tabel di atas, hubungan antar variabel penelitian berdasarkan pengaruh tidak langsung meliputi:

1. Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* mampu memediasi secara parsial pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap konsumsi. Seluruh variabel memenuhi syarat signifikansi dengan nilai statistik uji t> 1,96 dan probabilitas signifikansi < 0,05, maka H5 diterima. Hasil tersebut mengindikasikan, bahwa semakin positif persepsi pengguna terhadap *e-wallet*, niat penggunaan *e-wallet* juga semakin tinggi yang berdampak pada peningkatan konsumsi mahasiswa Kota Surakarta.
2. Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* memediasi secara parsial pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap konsumsi dengan nilai koefisien 0,082, uji t 3,007 > 1,96, dan nilai p 0,003 < 0,05. Dengan demikian, H5a diterima.
3. Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* memediasi secara parsial pengaruh persepsi kegunaan terhadap konsumsi dengan nilai koefisien 0,114, uji t 4,131 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, H5b diterima.
4. Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* memediasi secara parsial pengaruh persepsi kepercayaan terhadap konsumsi dengan nilai koefisien 0,230, uji t 5,282 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Maka, H5c diterima.
5. Niat untuk terus menggunakan *e-wallet* memediasi secara parsial pengaruh persepsi keamanan terhadap konsumsi dengan nilai koefisien 0,162, uji t 3,977 > 1,96, dan nilai p 0,000 < 0,05. Sehingga, H5d diterima.

Pembahasan

1. **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet***
   Terdapat pengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan e-*wallet* oleh persepsi kemudahan penggunaan yang mengindikasikan kemudahan pengoperasian *e-wallet* akan memperkuat niat pengguna dalam memanfaatkannya. Temuan ini selaras dengan teori TAM serta temuan terdahulu yang menjelaskan bahwa peningkatakan minat penggunaan *e-wallet* terjadi karena kemudahan penggunaan
2. **Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet***
   Terdapat pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* oleh persepsi kegunaan yang mengindikasikan besaran manfaat yang dirasakan, meliputi kemudahan dan optimalisasi transaksi dapat meningkatkan niat untuk terus menggunakannya. Selaras dengan teori TAM yang menekankan pada manfaat teknologi dalam meningkatkan penerimaan layanan.
3. **Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet***
   Terdapat pengaruh positif signifikan niat penggunaan *e-wallet* oleh persepsi kepercayaan yang menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan akan keamanan dan kredibilitas *e-wallet* dapat meningkatkan niat menggunakan. Temuan ini mendukung teori TAM yang Diperluas yang menempatkan kepercayaan sebagai faktor penting dalam penggunaan teknologi digital.
4. **Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet***
   Terdapat pengaruh positif signifikan niat penggunaan *e-wallet* oleh persepsi keamanan yang mengindikasikan bahwa rasa aman yang dirasakan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* akan membuat niat pengguna dalam mengoperasikan layanan tersebut semakin besar. Keamanan data dan transaksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan teknologi digital.
5. **Peran Mediasi Niat Menggunakan *E-Wallet* pada Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Konsumsi**
   Persepsi kemudahan penggunaan terhadap konsumsi mahasiswa Kota Surakarta dimediasi secara parsial oleh niat untuk terus menggunakan *e-wallet.* Artinya, semakin *e-wallet* dirasa mudah dijalankan, mampu meningkatkan niat penggunaan yang kemudian mendorong peningkatan konsumsi.
6. **Peran Mediasi Niat Menggunakan *E-Wallet* pada Persepsi Kegunaan terhadap Konsumsi**
   Persepsi kegunaan terhadap konsumsi dimediasi secara parsial oleh niat menggunakan *e-wallet* yang memperlihatkan besaran manfaat yang diperoleh pengguna mendorong niat untuk terus menggunakan *e-walle*t yang berdampak pada meningkatnya konsumsi.
7. **Peran Mediasi Niat Menggunakan *E-Wallet* pada Persepsi Kepercayaan terhadap Konsumsi**
   Persepsi kepercayaan terhadap konsumsi dimediasi secara parsial oleh niat menggunakan *e-wallet*. Semakin kuat tingkat kepercayaan pengguna pada e-*wallet*, maka semakin tinggi niat penggunaan yang dapat meningkatkan konsumsi.
8. **Peran Mediasi Niat Menggunakan *E-Wallet* pada Persepsi Keamanan terhadap Konsumsi**
   Persepsi keamanan terhadap konsumsi dimediasi secara parsial oleh niat menggunakan *e-wallet.* Artinya, tingginya rasa aman dalam penggunaan *e-wallet* dapat meningkatkan niat penggunaan yang akhirnya berdampak pada peningkatan konsumsi mahasiswa.
9. **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Konsumsi**
   Konsumsi berpengaruh negatif signifikan oleh literasi keuangan yang mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan pengelolaan keuangan yang efektif mampu menurunkan tingkat konsumsi.

SIMPULAN

Mengacu pada keseluruhan hasil kajian dan pembahasan, sejumlah simpulan dapat dikemukakan, sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan pada niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Temuan ini mengindikasikan bahwa H1, H2, H3, dan H4 pada penelitian ini dapat diterima.
2. Persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, kepercayaan, dan keamanan dimediasi secara parsial oleh niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Dengan demikian, H5 diterima.
3. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi mahasiswa Kota Surakarta. Temuan ini mengindikasikan tingkatan literasi keuangan yang miliki mahasiswa mampu memengaruhi konsumsi dengan pemahaman keuangan yang cakap akan membuat konsumsi semakin rendah karena mahasiswa lebih mampu mengelola keuangan secara bijak. Oleh karena itu, H6 diterima.

Referensi :

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Jumlah Perguruan Tinggi, Dosen, dan Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2024*. https://shorturl.at/8q2Yw

Bank Indonesia. (2024). *Laporan Kebijakan Moneter - Triwulan IV 2023*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-IV-2023.aspx

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*.

Dango, A. L. C., Vale, D. J. D., Dayon, J. K. M., & Orong, M. Y. (2024). *The Impact of E-wallet Convenience on Excessive Spending , a Quantitative Analysis of Consumer Behaviour Among College Students of Misamis University*. *7*(6), 1012–1023.

Goodstats. (2024). *96% Masyarakat Indonesia Sudah Menggunakan E-Wallet*. https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudahmenggunakan-e-wallet-itxIc

Hair, J. F. (2019). When to use and how to report the results of pls-sem. *Emerald Publishing Limited*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Hunter, S., Chai, A., Morgan, P., Chan, H. F., Torgler, B., & Rohde, N. (2024). Mobile banking apps and the informal economy: evidence from survey data in Indonesia and Bangladesh. *Applied Economics*, *00*(00), 1–16.

Khan, M. S., Azad, I., Moosa, S., & Javed, Y. M. (2024). Do we really need financial literacy to access the behavioral dynamics of generation Z ? A case of Oman. *Heliyon*, *10*(13)

Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2023). Do E - wallets trigger impulse purchases ? An analysis of Malaysian Gen - Y and Gen - Z consumers. *Journal of Marketing Analytics*, *11*(2), 244–261.

Makwana, D., Engineer, P., Dabhi, A., & Chudasama, H. (2023). Sampling methods in research : a review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development 7*(3), 762–768.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx

Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The effect of online shopping and e-wallet on consumer impulse buying. *Asia Pacific Management and Business Application*, *009*(03), 231–242.

Sihotang, H. T. M., & Nasution, M. I. P. (2025). Perbandingan efisiensi transaksi uang digital dan uang tunai di indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(1), 245–252.

Uakarn, C., Kajohnsak, C., & Sintao, N. (2021). Sample size estimation using yamane and cochran and krejcie and morgan and green formulas and cohen statistical power analysis by g*power and comparisons. *Apheit International Journal,* 76–88

Underdown, K., & Tamara, D. (2025). Digital wallets: a study on the influence of consumer perceptions and attitudes on impulsive consumer behaviour. *Frontiers in Human Dynamics*, *7*(4), 1-10

Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Determinan Perilaku Konsumtif Belanja Online Generasi Z Di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, *1*(2), 121–133.

Yousef, F. Z. Y. (2024). The Impact of E-Wallets on Consumer Spending Behavior and Financial Management. *International Journal for Scientific Research*, *3*(12), 429–456.