

Analisis Penerimaan E-Money pada Generasi Muda di Kota Denpasar

I Made Dwi Budiana Penindra¹
Dewa Made Priyantha Wedagama²
I Gusti Ngurah Priambadi³

Anak Agung Istri Agung Sri Komaladewi⁴

¹Doctoral Program of Engineering Science, Udayana University, Indonesia

²Department of Civil Engineering, Udayana University Indonesia

^{3,4}Department of Industrial Engineering, Udayana University, Indonesia

*Correspondences : dwi_budiana@unud.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong peningkatan penggunaan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia, khususnya pada kelompok generasi muda sebagai digital native. Namun demikian, tingkat penerimaan dan penggunaan *e-money* belum sepenuhnya merata, termasuk di wilayah perkotaan seperti Kota Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan *e-money* pada generasi muda di Kota Denpasar dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik purposive sampling terhadap generasi muda pengguna *e-money* di Kota Denpasar dengan jumlah sampel 114 orang. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using e-money*, serta *attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Temuan ini menegaskan bahwa manfaat dan kemudahan merupakan faktor kunci dalam membentuk sikap dan niat penggunaan *e-money* pada generasi muda. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *e-money* dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi peningkatan adopsi sistem pembayaran digital.

Kata Kunci: *E-Money, Technology Acceptance Model, Generasi Muda, SEM-PLS*

Analysis of E-Money Acceptance among Young Generation in Denpasar City

ABSTRACT

The development of digital payment systems has encouraged the increased use of electronic money (*e-money*) in Indonesia, particularly among the young generation as digital natives. However, the level of acceptance and usage of *e-money* is not yet evenly distributed, including in urban areas such as Denpasar City. This study aims to analyze the factors influencing *e-money* acceptance among the young generation in Denpasar City using the *Technology Acceptance Model* (TAM) approach with 114 respondent. This study employed a survey method with purposive sampling targeting young *e-money* users in Denpasar City. Data were analyzed using *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). The results indicate that *perceived usefulness* and *perceived ease of use* have a positive and significant effect on *attitude toward using e-money*, and *attitude toward using* significantly affects *behavioral intention to use*. These findings confirm that *perceived benefits* and *ease of use* are key determinants in shaping attitudes and intentions to use *e-money* among the young generation. This study provides practical implications for *e-money* service providers and policymakers in promoting digital payment adoption.

Keywords: *E-Money, Technology Acceptance Model, Young Generation, SEM-PLS*

Artikel dapat diakses : <https://ejournal1.unud.ac.id/index.php/akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 36 No. 1
Denpasar, 31 Januari 2026
Hal. 32-52

DOI:
10.24843/EJA.2026.v36.i01.p03

PENGUTIPAN:

Penindra, I. M. D. B.,
Wedagama, D. M. P.,
Priambadi, I. G. N., &
Komaladewi, A. A. I. A. S.
(2026). Analisis Penerimaan E-Money pada Generasi Muda di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 36(1), 32-52

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
18 November 2025
Artikel Diterima:
15 Januari 2026

PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor keuangan telah mendorong perubahan fundamental dalam sistem pembayaran, dari transaksi berbasis tunai menuju sistem pembayaran digital yang terintegrasi (Bank Indonesia, 2024). Perkembangan ini tidak hanya dipicu oleh kemajuan teknologi informasi, tetapi juga oleh perubahan perilaku konsumen, efisiensi biaya transaksi, serta kebijakan otoritas moneter yang mendorong inklusi keuangan dan transparansi sistem pembayaran (A. Setiawan et al., 2023). Dalam konteks akuntansi dan sistem informasi, digitalisasi pembayaran berimplikasi langsung pada pencatatan transaksi, pengendalian internal, serta kualitas informasi keuangan yang dihasilkan.

Salah satu inovasi utama dalam sistem pembayaran digital adalah uang elektronik (e-money) (Hasyim et al., 2023). E-money menawarkan keunggulan berupa kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, serta kemampuan integrasi dengan berbagai platform layanan keuangan dan non-keuangan (Prakoso, 2022). Studi-studi terbaru dalam bidang akuntansi dan sistem informasi menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional, akurasi pencatatan transaksi, serta pengurangan biaya administrasi pada organisasi dan pelaku usaha.

Generasi muda merupakan kelompok pengguna yang memiliki intensitas interaksi tinggi dengan teknologi digital dan sistem Informasi (Q. Zhang et al., 2023). Sebagai digital native, generasi ini relatif lebih terbuka terhadap inovasi teknologi, termasuk sistem pembayaran digital (Salma et al., 2023). Namun demikian, tingkat adopsi yang tinggi tidak selalu diikuti oleh tingkat penerimaan yang berkelanjutan. Penelitian di bidang sistem informasi akuntansi menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan teknologi tetap menjadi faktor penentu utama dalam pembentukan sikap dan niat penggunaan, bahkan pada kelompok pengguna yang melek teknologi (Izzah & Istiqomah, 2023).

Kota Denpasar sebagai pusat aktivitas ekonomi, perdagangan, pariwisata dan jasa di Provinsi Bali memiliki karakteristik urban yang relevan untuk mengkaji penerimaan e-money sekaligus mendukung SE No 10 tahun 2025 tentang optimasi implementasi transaksi non tunai di Provinsi Bali. Aktivitas ekonomi yang didominasi sektor jasa dan pariwisata menuntut sistem pembayaran yang efisien, terdokumentasi dengan baik, dan mendukung pelaporan keuangan yang akuntabel. Dalam konteks ini, penerimaan e-money tidak hanya berkaitan dengan preferensi individu, tetapi juga berdampak pada kualitas sistem informasi akuntansi dan tata kelola transaksi keuangan.

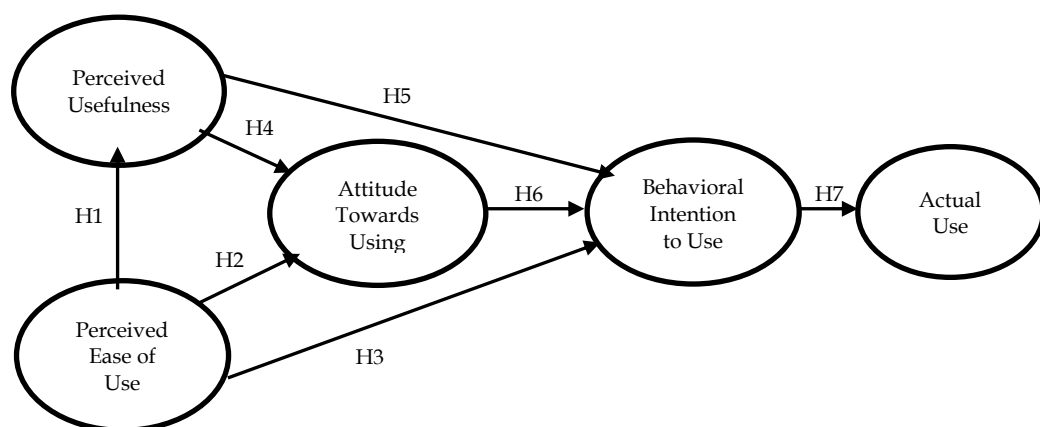
Meskipun *Technology Acceptance Model* (TAM) telah banyak digunakan untuk menjelaskan adopsi teknologi (Tao et al., 2023)(Wahyudi, 2023)(Shanmugam, 2023), hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi, khususnya terkait kekuatan pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap sikap dan niat penggunaan pada konteks pembayaran digital. Beberapa studi menegaskan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan utama dalam membentuk sikap dan niat penggunaan sistem pembayaran digital, khususnya pada konteks teknologi yang telah relatif matang dan digunakan secara luas (Wikarsa et al., 2021)(X. Zhang & Chang, 2023)(Siswoyo & Irianto, 2023).

Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa *perceived ease of use* justru memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap sikap dan niat penggunaan, terutama pada tahap awal adopsi teknologi dan pada kelompok pengguna dengan tingkat pengalaman teknologi yang beragam (Kim et al., 2010; Chawla & Joshi, 2019)(Sumerta et al., 2019). Lebih lanjut, beberapa studi terbaru bahkan menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak lagi berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan pada pengguna yang telah terbiasa dengan sistem pembayaran digital, sehingga *perceived usefulness* menjadi faktor yang lebih menentukan (Hadroh et al., 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyani menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (Sulistiyani & Pratama, 2023)

Inkonsistensi temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh konstruk TAM sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, karakteristik pengguna, serta tingkat kematangan sistem pembayaran digital di suatu wilayah. Oleh karena itu, diperlukan pengujian empiris lebih lanjut pada konteks spesifik, khususnya pada generasi muda di wilayah urban berbasis jasa dan pariwisata seperti Kota Denpasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat celah penelitian (research gap) terkait perlunya pengujian empiris TAM dalam konteks generasi muda pada wilayah urban berbasis jasa dan pariwisata seperti Kota Denpasar, dengan perspektif sistem informasi dan implikasi akuntansi. Penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengkaji penerimaan e-money pada generasi muda di Denpasar serta menempatkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai determinan sikap dan niat penggunaan yang berimplikasi pada efektivitas sistem pembayaran dan pencatatan transaksi keuangan.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* serta implikasinya terhadap *behavioral intention to use e-money* pada generasi muda di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akuntansi dan sistem informasi terkait adopsi sistem pembayaran digital serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan kebijakan dan strategi peningkatan penggunaan e-money dengan kerangka konsep penelitian berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Source: Research Data, 2025

Secara teoretis, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) tidak hanya memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi, tetapi juga membentuk *perceived usefulness* (PU). Davis (1989) menegaskan bahwa sistem yang dipersepsikan mudah digunakan akan lebih mungkin dianggap bermanfaat karena pengguna dapat memanfaatkan fungsionalitas sistem tersebut tanpa hambatan kognitif maupun operasional. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi manfaat melalui pengurangan usaha dan peningkatan efisiensi dalam menyelesaikan tugas (Rizky Wicaksono, 2022)

Dalam konteks sistem informasi dan teknologi keuangan, hubungan PEOU terhadap PU menjadi semakin relevan karena kompleksitas teknologi pembayaran digital dapat memengaruhi evaluasi manfaat oleh pengguna. Ketika teknologi pembayaran digital dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan proses transaksi yang intuitif, pengguna cenderung memandang teknologi tersebut lebih efektif dalam mendukung aktivitas transaksi dan pencatatan keuangan (Ilyas et al., 2023)

Secara empiris, berbagai penelitian dalam lima hingga sepuluh tahun terakhir secara konsisten menemukan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU. Sumaryono et al., 2023 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile payment* meningkatkan persepsi manfaat melalui peningkatan efisiensi transaksi. Temuan serupa dilaporkan oleh (Perju-Mitran et al., 2020)(Aburbeian et al., 2022), yang menegaskan bahwa antarmuka yang mudah dipahami mendorong pengguna untuk menilai teknologi pembayaran digital sebagai alat yang berguna. Penelitian terbaru oleh (Wardani & Pituningsih, 2025) juga mengonfirmasi bahwa PEOU merupakan determinan penting PU, khususnya pada konteks pengguna muda dan teknologi keuangan berbasis aplikasi.

Namun demikian, beberapa studi mencatat bahwa kekuatan pengaruh PEOU terhadap PU dapat bervariasi tergantung tingkat pengalaman pengguna dan kematangan teknologi. Pada sistem yang telah mapan dan digunakan secara luas, pengaruh PEOU terhadap PU cenderung melemah, sementara PU tetap menjadi prediktor utama niat penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan PEOU dan PU bersifat kontekstual dan perlu diuji secara empiris pada setting yang berbeda. Berdasarkan kajian teoritis dan temuan empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* e-money.

Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) merefleksikan sejauh mana individu meyakini bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa usaha yang berarti. Persepsi kemudahan ini berperan penting dalam membentuk evaluasi afektif pengguna terhadap teknologi, yang tercermin dalam sikap (*attitude toward using*). Ketika suatu teknologi dipersepsikan mudah dipelajari dan dioperasikan, individu cenderung mengembangkan sikap positif terhadap teknologi tersebut (Wicaksono, 2022)

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi pembayaran digital. Penelitian (Chawla & Joshi, 2019)(Salma et al., 2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan menjadi determinan penting dalam membentuk sikap

pengguna terhadap mobile payment dan e-wallet. Namun demikian, beberapa studi juga menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh PEOU dapat berbeda tergantung karakteristik pengguna dan tingkat pengalaman teknologi.

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap attitude toward using e-money.

Secara teoritis, *Perceived ease of use* tidak hanya memengaruhi sikap, tetapi juga dapat memengaruhi niat penggunaan secara langsung, terutama pada tahap awal adopsi teknologi. Kemudahan penggunaan mengurangi hambatan psikologis dan meningkatkan kepercayaan diri pengguna dalam menggunakan sistem.

Secara empiris, beberapa penelitian menemukan pengaruh langsung PEOU terhadap niat penggunaan, meskipun hasilnya relatif beragam. (Setyadharma & Roy Joni Iskandar, 2023)(Shanmugam, 2023) menemukan bahwa PEOU berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan pembayaran digital. Namun, studi lain seperti (Widiar et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh PEOU cenderung melemah pada pengguna yang sudah berpengalaman.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, dirumuskan hipotesis:

H₃: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use e-money*.

Dalam kerangka TAM, *perceived usefulness* (PU) didefinisikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitasnya. PU merupakan konstruk kognitif utama yang membentuk evaluasi rasional pengguna terhadap teknologi, sehingga berperan penting dalam pembentukan sikap.

Hasil penelitian empiris secara konsisten menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh kuat terhadap sikap penggunaan sistem pembayaran digital. (R. Setiawan et al., 2022) menemukan bahwa manfaat fungsional seperti efisiensi waktu, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas pembayaran mendorong sikap positif terhadap mobile payment. Pada konteks pengguna berpengalaman, PU bahkan cenderung lebih dominan dibandingkan PEOU (Gusni et al., 2020).

Dengan demikian, hipotesis yang dirumuskan adalah:

H₄: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap attitude toward using e-money.

Selain memengaruhi sikap, TAM juga mengasumsikan bahwa PU dapat memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan teknologi. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa individu dapat membentuk niat perilaku secara rasional berdasarkan evaluasi manfaat, bahkan tanpa melalui proses afektif yang panjang.

Sejumlah penelitian empiris mendukung hubungan langsung antara PU dan niat penggunaan. (Sulton Maulana et al., 2023) (Hasyim et al., 2023) menemukan bahwa persepsi manfaat merupakan determinan utama niat adopsi mobile payment. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat fungsional sering kali menjadi pertimbangan utama pengguna dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi keuangan.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H₅: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use e-money*.

Secara teoritis, sikap terhadap penggunaan teknologi mencerminkan evaluasi keseluruhan individu terhadap suatu sistem, yang selanjutnya memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*). TAM menempatkan sikap sebagai mediator antara persepsi kognitif (PU dan PEOU) dan niat penggunaan. Secara empiris, hubungan positif antara sikap dan niat penggunaan telah banyak dikonfirmasi dalam studi adopsi teknologi keuangan. Penelitian (Said et al., 2022)(Tao et al., 2023) menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi baru secara signifikan meningkatkan niat untuk menggunakan dan merekomendasikan teknologi tersebut. Hal ini menegaskan bahwa sikap merupakan prediktor langsung dari niat penggunaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis:

H₆: *Attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use e-money*.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dan pengembangannya, *behavioral intention to use* (BIU) diposisikan sebagai prediktor proksimal dari *actual use*. Secara konseptual, niat perilaku mencerminkan kesiapan psikologis individu untuk melakukan suatu tindakan, yang dalam konteks adopsi teknologi diterjemahkan sebagai penggunaan aktual sistem. (Fecira & Abdullah, 2020) (Venkatesh et al., 2012) menegaskan bahwa niat penggunaan merupakan indikator paling kuat dalam memprediksi perilaku aktual, khususnya ketika individu memiliki kendali penuh atas penggunaan teknologi tersebut.

Dalam konteks sistem informasi dan teknologi keuangan, hubungan antara BIU dan *actual use* menjadi semakin relevan karena penggunaan sistem pembayaran digital bersifat sukarela dan berulang. Ketika individu memiliki niat yang kuat untuk menggunakan e-money, niat tersebut akan termanifestasi dalam frekuensi dan intensitas penggunaan aktual, baik dalam transaksi rutin maupun situasional.

Sejumlah penelitian empiris dalam lima hingga sepuluh tahun terakhir secara konsisten menunjukkan bahwa BIU berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use* pada konteks teknologi digital dan sistem pembayaran. Venkatesh et al. (2012) dalam model UTAUT2 menemukan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap *use behavior* pada teknologi konsumen. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Baptista dan Oliveira (2015) yang menunjukkan bahwa niat penggunaan *mobile banking* secara signifikan memengaruhi penggunaan aktual layanan tersebut.

Penelitian Slade et al. (2015) pada konteks *mobile payment* juga membuktikan bahwa *behavioral intention* merupakan prediktor utama *actual use*, terutama pada sistem pembayaran berbasis aplikasi. Studi terbaru oleh Verkijika (2018) dan Merhi et al. (2021) mengonfirmasi bahwa meskipun berbagai faktor dapat memengaruhi niat penggunaan, realisasi penggunaan aktual tetap sangat bergantung pada kekuatan niat perilaku pengguna. Hasil-hasil ini menunjukkan konsistensi empiris hubungan BIU dan *actual use* lintas konteks teknologi dan wilayah. Berdasarkan landasan teoretis dan temuan empiris tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₇: Behavioral intention to use berpengaruh positif terhadap *actual use e-money*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Objek penelitian adalah generasi muda yang berdomisili di Kota Denpasar dan telah menggunakan e-money dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden berusia produktif muda dan memiliki pengalaman menggunakan e-money.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan konstruk dalam *Technology Acceptance Model*, meliputi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use* dan *actual use*. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Berdasarkan kerangka konsep penelitian, variabel-variabel dalam analisis ini dapat diidentifikasi secara garis besar sebagai berikut. Variabel laten eksogen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel laten lainnya. Dalam kerangka konseptual penelitian ini, variabel eksogen adalah *perceived ease of use*. Sementara itu, variabel laten endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya dalam suatu model (Hair et al., 2014:137). Dalam kerangka konseptual penelitian ini, variabel laten endogen adalah *perceived usefulness*, *attitude toward using*, serta keputusan penggunaan *e-money*.

Variabel laten eksogen dan endogen, indikator, jenis pengukuran dan sumber referensi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada table 1 dibawah ini :

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

	Variabel	Indikator	Notasi	Sumber	Pengukuran
1.	<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	Mempercepat pekerjaan	PU1	(Man et al., 2022), (Izzah & Istiqomah, 2023), (Song & Jo, 2023)	Skala Likert 1-5
		Meningkatkan kinerja	PU2		Skala Likert 1-5
		Mempermudah pekerjaan	PU3		Skala Likert 1-5
		Kelengkapan fitur	PU4		Skala Likert 1-5
		Menjawab kebutuhan informasi	PU5		Skala Likert 1-5
2.	<i>Perceived Ease to Use</i> (PEU)	Mudah dipelajari	PEU 1	(Man et al., 2022), (Izzah & Istiqomah, 2023), (Song & Jo, 2023)	Skala Likert 1-5
		Mudah dimengerti	PEU 2		Skala Likert 1-5
		Kemudahan registrasi	PEU 3		Skala Likert 1-5
		Mudah dikendalikan	PEU 4		Skala Likert 1-5
		Kemudahan mencapai tujuan	PEU 5		Skala Likert 1-5
3.	<i>Attitude Towards Using</i> (ATU)	Rasa senang	ATU 1	(Izzah & Istiqomah, 2023), (Song & Jo, 2023)	Skala Likert 1-5
		Menikmati	ATU 2		Skala Likert 1-5
4.	<i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	Niat menggunakan kapan saja	BIU1	(Man et al., 2022), (Izzah & Istiqomah, 2023), (Q. Zhang et al., 2023), (Hilal & Varela-Neira, 2022)	Skala Likert 1-5
		Niat menggunakan secara sering	BIU2		Skala Likert 1-5
		Niat tetap menggunakan di masa datang	BIU3		Skala Likert 1-5
		Memotivasi ke pengguna lain	BIU4		Skala Likert 1-5
5.	<i>Actual Use</i> (AU)	Penggunaan sesungguhnya.	AU1	(Izzah & Istiqomah, 2023)	Skala Likert 1-5
		Durasi Penggunaan	AU2		Skala Likert 1-5
		Frekuensi Penggunaan	AU3		Skala Likert 1-5

Source: Research Data 2025

Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar konstruk laten secara simultan serta sesuai digunakan pada penelitian dengan tujuan prediktif. Bentuk hubungan konstruk laten dan indikatornya adalah reflektif. Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar variabel laten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pengumpulan data pada penelitian ini berlangsung pada bulan Juni-September 2024 dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara online menggunakan Google Form pada pengguna e money di Denpasar dengan Teknik pengambilan sampel purposive sampling dan penentuan ukuran sampel mengikuti aturan Slovin dan Hair (Soegiyono, 2011)(Hair, Hult, Sarstedt, et al.,

2021). Hasil pengumpulan data yang disebar online sebanyak 140 responden diterima yaitu sebanyak 114 jawaban kuisioner yang siap diolah dan dianalisis. Karakteristik responden disajikan dalam tabel 2 berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden

	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	63	55,3
Perempuan	51	44,7
Umur		
17 – 20 tahun	25	21,9
21 – 30 tahun	47	41,2
31 – 40 tahun	42	36,8
Tingkat Pendidikan		
SMA	8	7,0
Diploma	14	12,3
Sarjana	76	66,7
Lainnya	16	14,0

Source: Research Data 2025

Berdasarkan Tabel diatas, responden penelitian didominasi oleh laki-laki (55,3%), sedangkan responden perempuan berjumlah 44,7%. Komposisi ini menunjukkan bahwa penggunaan e-money pada generasi muda relatif merata antara laki-laki dan perempuan, meskipun masih sedikit didominasi oleh laki-laki. Dari sisi umur, mayoritas responden berada pada rentang 21–30 tahun (41,2%), diikuti oleh kelompok umur 31–40 tahun (36,8%), dan 17–20 tahun (21,9%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif dan aktif secara ekonomi, yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan teknologi dan transaksi non-tunai.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (66,7%), diikuti oleh Diploma (12,3%), pendidikan lainnya (14,0%), dan SMA (7,0%). Dominasi responden berpendidikan tinggi menunjukkan tingkat literasi digital yang memadai, sehingga relevan untuk mengkaji penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran digital berbasis e-money.

Tabel 3. Karakteristik Variabel Penelitian

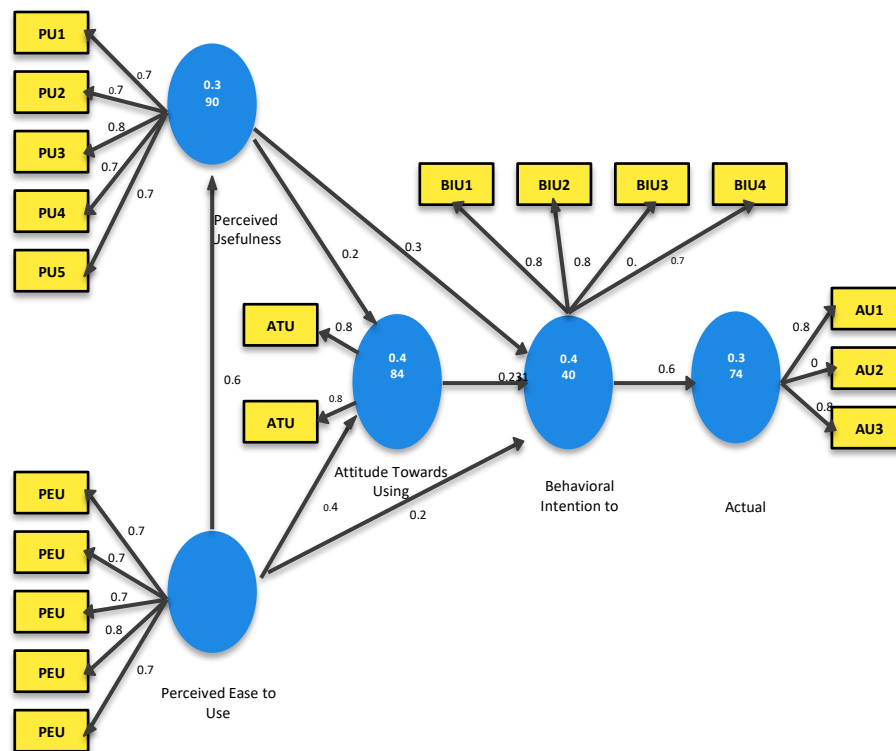
Variabel	Jumlah Indikator	Mean	Std. Deviasi	Min	Max
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	4	4,12	0,63	2,50	5,00
<i>Perceive Usefulness (PU)</i>	4	4,18	0,60	2,75	5,00
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	3	4,05	0,67	2,33	5,00
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	3	4,22	0,58	2,67	5,00
<i>Actual Use (AU)</i>	3	3,98	0,71	2,00	5,00

Source: Research Data 2025

Merujuk dari Table 3, secara keseluruhan nilai mean seluruh variabel penelitian berada di atas angka 3,90. Menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap e-money. Standar deviasi dengan angka yang relatif rendah menunjukkan bahwa jawaban responden cenderung homogen dan tidak terdapat perbedaan yang ekstrim antar-responden. Variabel penelitian *perceived usefulness* dan *behavioral intention to use* merupakan nilai mean tertinggi.

Menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat yang nyata dari penggunaan e-money dan memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan e-money dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Variabel *perceived ease of use* juga memiliki nilai mean yang tinggi, menunjukkan adanya perasaan familiaritas dan kenyamanan pada elemen-elemen dari variabel penelitian tersebut. Sementara itu, variabel *actual use* memiliki nilai mean yang relatif lebih rendah dibandingkan variabel lainnya, meskipun masih berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun niat penggunaan e-money sudah kuat, intensitas penggunaan aktual dapat dipengaruhi oleh faktor situasional, seperti kebutuhan transaksi dan ketersediaan infrastruktur pembayaran.

Pada gambar 2 menunjukkan hasil output dari uji *outer model* untuk melihat apakah setiap indikator dan variabel penelitian tersebut valid atau tidak. Untuk mengukur *Outer Model* dilakukan dengan dua tahapan yaitu Uji Validitas yang terdiri dari *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*, serta Uji Reliabilitas yang terdiri dari *Composite Reliability*.



Gambar 2. Hasil Outer Model Penelitian

Source: Research Data 2025

Uji Validitas Konvergen dilihat dari nilai *loading factor* yaitu nilai yang dimiliki oleh setiap indikator dengan kriteria nilainya sebesar $>0,7$ serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yaitu nilai yang dimiliki setiap variabel $>0,5$. Pada aplikasi SmartPLS dilakukan dua tahap perulangan yaitu sesudah model pengukuran terbentuk, selanjutnya dilakukan kalkulasi melalui *PLS Algorithm*. Hasil validitas konvergen ditunjukkan pada tabel 4 berikut :

Tabel 4. Hasil Outer Model Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	LOADING FACTOR	KET	AVE
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEU1	0.723	Valid	0.575
	PEU2	0.774	Valid	
	PEU3	0.725	Valid	
	PEU4	0.764	Valid	
	PEU5	0.802	Valid	
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0.706	Valid	0.592
	PU2	0.786	Valid	
	PU3	0.811	Valid	
	PU4	0.745	Valid	
	PU5	0.793	Valid	
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	0.872	Valid	0.772
	ATU2	0.885	Valid	
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BIU1	0.809	Valid	0.666
	BIU2	0.727	Valid	
	BIU3	0.860	Valid	
	BIU4	0.766	Valid	
<i>Actual Use</i>	AU1	0.838	Valid	0.684
	AU2	0.800	Valid	
	AU3	0.842	Valid	

Source: Research Data 2025

Dari hasil pengolahan data diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen karena nilai dari *outer loading* pada setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,7 sehingga semua data variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Untuk menguji validitas diskriminan dilakukan pengujian nilai Fornell-Lacker Criteria yang membandingkan nilai akar AVE terhadap nilai AVE pada variabel. Apabila nilai akar AVE lebih besar dibandingkan dengan nilai AVE variabel tersebut, maka variabel tersebut telah memenuhi *discriminant validity* (Hair, Hult, Ringle, et al., 2021). Hasil uji *discriminant validity* dengan Fornell-Lacker Criteria dan *The Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations* ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. The Fornell-Lacker Criteria

	<i>Actual Use</i>	<i>Attitude Towards Using</i>	<i>Behavioral Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Actual Use</i>	0.827				
<i>Attitude Towards Using</i>	0.424	0.879			
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.611	0.561	0.816		
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.385	0.659	0.569	0.758	
<i>Perceived Usefulness</i>	0.463	0.586	0.588	0.624	0.769

Source: Research Data 2025

Tabel 6. The Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations

	Actual Use	Attitude Towards Using	Behavioral Intention to Use	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness
Actual Use					
Attitude Towards Using	0.578				
Behavioral Intention to Use	0.764	0.731			
Perceived Ease of Use	0.483	0.870	0.690		
Perceived Usefulness	0.577	0.765	0.703	0.759	

Source: Research Data 2025

Pengujian *reliability* dilakukan untuk membuktikan akurasi, ketepatan instrument dalam mengukur suatu konstruk. Uji *reliability* dapat dilakukan dengan melihat *Cronbach' Alpha* dan *Composite Reliability*. Namun lebih disarankan menggunakan nilai *Composite Reliability* karena nilai *Cronbach' Alpha* menampilkan hasil nilai yang rendah. Sesuai dengan kriteria yang digunakan, nilai dari *Composite Reliability* harus berada pada nilai 0,7 atau lebih tinggi. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Uji Reliability

Constructs	Internal consistency/reliability			Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	
Actual Use	0.769	0.771	0.866	0.684
Attitude Towards Using	0.705	0.707	0.872	0.772
Behavioral Intention to Use	0.832	0.833	0.888	0.666
Perceived Ease of Use	0.814	0.816	0.871	0.575
Perceived Usefulness	0.827	0.829	0.878	0.592

Source: Research Data 2025

Dari tabel 7. dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel atau telah memenuhi uji *reliability* selanjutnya masuk ke dalam uji *inner model*.

Setelah melakukan uji *outer model* dan telah diperoleh hasil baik, tahap selanjutnya yaitu dalam mengevaluasi hasil adalah dengan menilai model structural (*inner model*). Pada tahapan ini dilakukan dengan pengujian R-Square, Uji F-Square, Uji Q-Square dan Uji Hipotesis.

R-Square digunakan untuk mengukur nilai variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen dimana semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik prediksi dari model penelitian. Nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0,75, moderat (sedang) jika lebih dari 0,50 tetapi lebih rendah dari 0,75 dan bernilai lemah jika lebih dari 0,25 tetapi lebih rendah dari 0,50 (Hamid & Anwar, 2019). Berikut ini hasil nilai R-Square pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Uji R-Square

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Actual Use</i>	0.374	0.368
<i>Attitude Towards Using</i>	0.484	0.475
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.440	0.425
<i>Perceived Usefulness</i>	0.390	0.384

Source: Research Data 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 8 dapat dilihat Nilai *R-Square* sebesar 0,484 menunjukkan bahwa 48,4% variasi dalam *Attide Towards Using* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model. Meskipun dikategorikan sebagai lemah, nilai ini mendekati kategori sedang (Alsahhe et al., 2020). Artinya, model memiliki kontribusi moderat dalam menjelaskan sikap pengguna terhadap penggunaan. Nilai *R-Square* sebesar 0,374 berarti 37,4% variasi dalam *Actual Use* dapat dijelaskan oleh variabel dalam model. Ini menunjukkan hubungan yang lebih lemah dibandingkan *Actual Use*. Faktor-faktor lain di luar model mungkin memiliki pengaruh besar terhadap niat perilaku ini. Nilai *R-Square* sebesar 0,44 menunjukkan bahwa 44% variasi dalam *Behavioral Intention to Use* dapat dijelaskan oleh variabel yang dimasukkan dalam model. Ini menunjukkan hubungan yang cukup lemah, menandakan bahwa niat masyarakat menggunakan *e money* lebih banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai *R-Square* sebesar 0,39 menunjukkan bahwa 39% variasi dalam *Perceived Usefulness* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model. Ini menunjukkan hubungan yang lemah yang menandakan bahwa persepsi kebermanfaatan akan *e money* lebih banyak dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model.

F-Square digunakan untuk menganalisis tingkat pengaruh prediksi variabel apakah lemah, moderat, atau kuat pada tingkat struktural. Kriteria nilai *F-Square* yaitu dijelaskan (A. Setiawan et al., 2023) bahwa nilai sebesar 0,02 mengindikasikan prediktor variabel memiliki pengaruh yang kecil, nilai sebesar 0,15 mengindikasikan pengaruh menengah (sedang) dan 0,35 mengindikasikan pengaruh yang besar.

Tabel 9. Uji F-Square

	<i>Actual Use</i>	<i>Attitude Towards Using</i>	<i>Behavioral Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Actual Use</i>					
<i>Attitude Towards Using</i>			0.049		
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.597				
<i>Perceived Ease of Use</i>		0.272	0.041		0.639
<i>Perceived Usefulness</i>		0.097	0.099		

Source: Research Data 2025

Dari tabel 9 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dari Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa hubungan *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use* memiliki nilai F^2 sebesar 0,049 yang menunjukkan efek kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa *Attitude Toward Using*

berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use*, namun pengaruh tersebut tidak bersifat dominan.

Selanjutnya, hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* memiliki nilai F^2 sebesar 0,272 yang termasuk kategori efek sedang. Artinya, *Perceived Ease of Use* berperan dalam membentuk *Attitude Toward Using*, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi sikap pengguna.

Hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* memperoleh nilai F^2 sebesar 0,041 yang menunjukkan efek kecil. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan hanya memberikan pengaruh langsung yang rendah terhadap niat menggunakan, sehingga besar kemungkinan pengaruh tersebut diperkuat melalui variabel lain, seperti *Perceived Usefulness*.

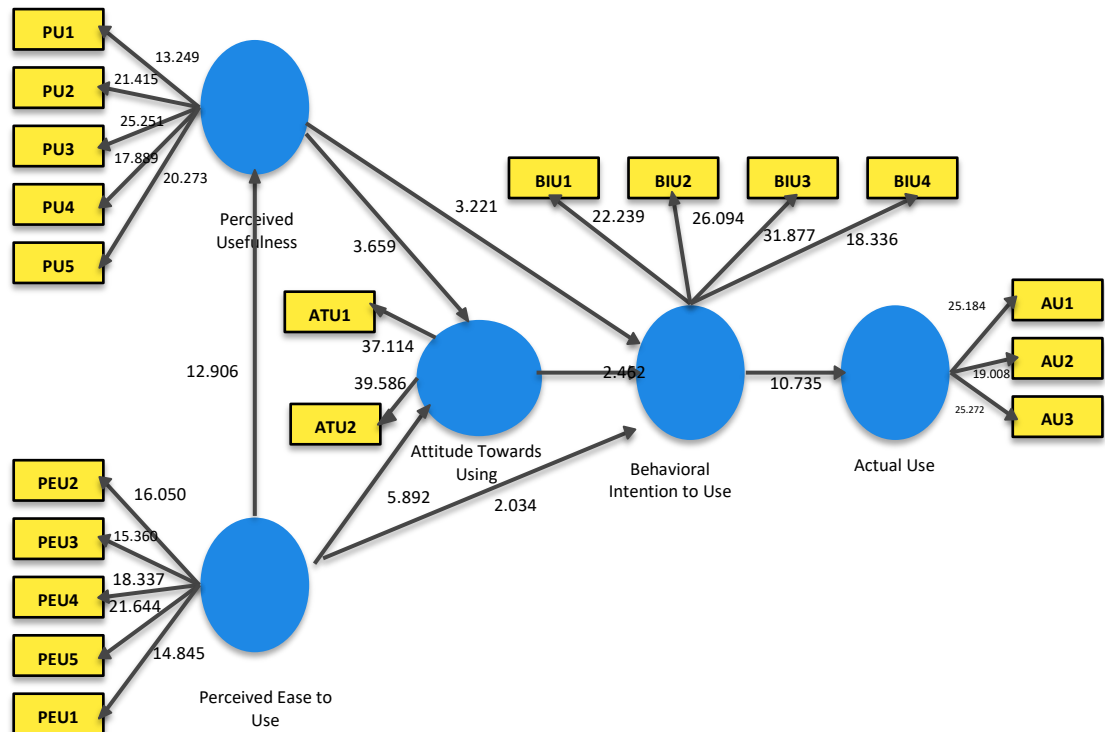
Pada hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*, diperoleh nilai F^2 sebesar 0,639 yang termasuk kategori efek besar. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kebermanfaatan *e-money*. Dengan demikian, apabila pengguna merasa sistem mudah digunakan, maka penilaian mereka terhadap manfaat penggunaan *e-money* akan semakin positif.

Hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* memiliki nilai F^2 sebesar 0,097 yang menunjukkan efek kecil. Ini mengindikasikan bahwa kebermanfaatan sistem hanya memberikan pengaruh yang lemah terhadap sikap pengguna, sehingga sikap pengguna kemungkinan juga dipengaruhi oleh variabel lain yang belum tercakup dalam model penelitian.

Selanjutnya, hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* menunjukkan nilai F^2 sebesar 0,099 yang termasuk kategori efek kecil. Artinya, persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh langsung yang rendah terhadap niat menggunakan, dan pengaruh tersebut kemungkinan lebih kuat terjadi secara tidak langsung melalui *Attitude Toward Using*.

Terakhir, hubungan *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual Use* memperoleh nilai F^2 sebesar 0,597 yang menunjukkan efek besar. Temuan ini menegaskan bahwa niat untuk menggunakan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap penggunaan aktual. Dengan demikian, semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakan *e-money*, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna akan benar-benar menggunakan *e-money* dalam aktivitas transaksi.

Pada tahapan terakhir dalam menganalisis pengaruh variabel dalam pengujian model struktural yaitu dengan melakukan pengujian hipotesis penelitian yang mempresentasikan pengaruh antar variabel (Hair, Hult, Sarstedt, et al., 2021). Dalam menganalisisnya dilakukan proses *bootstrapping* yang akan menghasilkan nilai signifikansi antar variabel. Untuk melihat suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan memperhatikan nilai signifikansi antara lain konstruk, *t-statistic*, dan *p-value*. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi 5% untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Pada signifikansi 5%, hipotesis akan diterima jika memiliki nilai *t-statistik* lebih besar dari *t-tabel* yaitu sebesar 1,96. Berdasarkan hasil *bootstrapping* menunjukkan hasil bahwa dari 7 hipotesis yang di tentukan, semua hipotesis diterima. Penjelasan lebih mendetail dapat dilihat pada gambar 3 dan tabel 10 berikut :



Gambar 3. Hasil Pengujian Boothstrapping menggunakan Smart PLS

Source: Research Data 2025

Tabel 10. Hasil Path Coefficient

		Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
H1	<i>Perceived Ease of Use -> Perceived Usefullness</i>	0.624	12.906	0.000	Signifikan
H2	<i>Perceived Ease of Use -> Attitude Towards Using</i>	0.48	5.892	0.000	Signifikan
H3	<i>Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention to Use</i>	0.22	2.034	0.043	Signifikan
H4	<i>Perceived Usefullness -> Attitude Towards Using</i>	0.287	3.659	0.000	Signifikan
H5	<i>Perceived Usefullness -> Behavioral Intention to Use</i>	0.315	3.221	0.001	Signifikan
H6	<i>Attitude Towards Using -> Behavioral Intention to Use</i>	0.231	2.462	0.014	Signifikan
H7	<i>Behavioral Intention to Use -> Actual Use</i>	0.611	10.735	0.000	Signifikan

Source: Research Data 2025

Berikut adalah interpretasi dan kesimpulan lengkap dari hasil pengujian hipotesis diuraikan adalah sebagai berikut :

Hipotesis pertama menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis ini diterima dengan nilai T-Stat sebesar 12,906 dan P-Value

sebesar 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat meningkatkan persepsi manfaat terhadap teknologi *e-money*. Dengan kata lain, semakin mudah teknologi digunakan, semakin besar pula kemungkinan pengguna menilai teknologi tersebut bermanfaat. Hasil ini selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dapat mendorong penilaian positif terhadap teknologi (Setyadharma & Roy Joni Iskandar, 2023).

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis diterima dengan T-Stat sebesar 5,892 dan P-Value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan turut membentuk sikap pengguna terhadap *e-money*. Pengguna cenderung menunjukkan sikap yang lebih positif apabila mereka merasa teknologi *e-money* mudah dipahami dan dioperasikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan dapat meningkatkan sikap positif terhadap teknologi (Suryandari & Setyari, 2020).

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU). Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis ini diterima dengan T-Stat sebesar 2,034 dan P-Value sebesar 0,043. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berperan dalam meningkatkan niat perilaku pengguna untuk menggunakan *e-money*. Semakin mudah teknologi dipahami dan digunakan, semakin besar dorongan pengguna untuk mengadopsinya. Hasil ini konsisten dengan kerangka TAM serta didukung oleh studi terkait adopsi teknologi yang menekankan peran kemudahan dalam meningkatkan intensi penggunaan (Bessadok & Bardesi, 2023).

Hipotesis keempat menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis diterima dengan nilai T-Stat sebesar 3,659 dan P-Value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan *e-money* dapat membentuk sikap positif pengguna terhadap penggunaan teknologi tersebut. Temuan ini sejalan dengan konsep dasar TAM yang menekankan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor kunci pembentuk sikap terhadap teknologi (Xie et al., 2021; Richter et al., 2023).

Hipotesis kelima menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis diterima dengan nilai T-Stat sebesar 2,072 dan P-Value sebesar 0,039. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin kuat niat pengguna untuk menggunakan *e-money*. Hasil ini mendukung teori dasar TAM yang menyatakan bahwa intensi penggunaan dipengaruhi oleh keyakinan bahwa teknologi memberikan manfaat nyata. Temuan ini juga sejalan dengan Venkatesh dan Davis (2000) serta penelitian lain pada konteks penerimaan teknologi pendidikan (Almulla, 2021).

Hipotesis keenam menyatakan bahwa *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis diterima dengan T-Stat sebesar 2,462 dan P-Value sebesar 0,014. Temuan ini mengindikasikan bahwa sikap pengguna terhadap penggunaan

e-money berperan dalam mendorong niat perilaku untuk menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, sikap yang semakin positif akan mendorong intensi penggunaan yang semakin kuat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa sikap merupakan determinan penting dari niat pengguna (Prakoso, 2022).

Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa *Behavioral Intention to Use* (BIU) berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use* (AU). Hasil pengujian menunjukkan hipotesis diterima dengan nilai T-Stat sebesar 10,735 dan P-Value sebesar 0,000. Hal ini menegaskan bahwa niat perilaku merupakan prediktor utama terhadap penggunaan aktual. Dengan kata lain, semakin kuat niat pengguna untuk menggunakan *e-money*, semakin besar kemungkinan pengguna benar-benar menggunakannya dalam praktik. Temuan ini konsisten dengan TAM serta didukung oleh berbagai studi adopsi teknologi pada beragam konteks (Hasyim et al., 2023; Lestari et al., 2023).

Hasil penelitian ini memberikan Gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan serta penggunaan *e money* pada generasi muda di Kota Denpasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan perilaku penggunaan actual masih bersifat moderat. Hal ini mengindikasikan bahwa pada generasi muda Denpasar, penggunaan *e money* tidak sepenuhnya ditentukan oleh faktor kognitif sebagaimana dijelaskan dalam TAM, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor kontekstual lainnya. Seluruh temuan dalam penelitian ini secara khusus merefleksikan perilaku penggunaan *e money* pada generasi muda di Kota Denpasar dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi pada kelompok usia atau wilayah lain dengan karakteristik beda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian komprehensif Technology Acceptance Model (TAM) hingga tahap penggunaan aktual *e-money* pada generasi muda di wilayah urban berbasis pariwisata. Studi ini menegaskan peran sentral *perceived ease of use* dalam membentuk *perceived usefulness* serta mengonfirmasi *behavioral intention* sebagai prediktor kuat *actual use*, dengan implikasi langsung terhadap efektivitas sistem informasi akuntansi dan transaksi digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerimaan *e-money* pada generasi muda di Kota Denpasar secara konseptual dapat dijelaskan dengan baik melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terbukti berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan *e-money*, yang selanjutnya mendorong niat perilaku dan penggunaan aktual. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun generasi muda merupakan kelompok digital native, penerimaan teknologi pembayaran digital tetap sangat dipengaruhi oleh evaluasi rasional terhadap kemudahan dan manfaat yang dirasakan. Dengan demikian, adopsi *e-money* tidak semata-mata ditentukan oleh faktor kebiasaan teknologi, tetapi oleh sejauh mana sistem tersebut mampu mendukung efisiensi, kenyamanan, dan efektivitas aktivitas transaksi keuangan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain penggunaan data berbasis persepsi responden yang dikumpulkan secara *cross-sectional*, sehingga belum mampu menangkap dinamika perubahan perilaku penggunaan

e-money dalam jangka panjang. Selain itu, nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model TAM yang berpotensi memengaruhi niat dan penggunaan aktual e-money, seperti persepsi risiko, kepercayaan, promosi, maupun faktor regulasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan memasukkan variabel eksternal tambahan, menggunakan desain longitudinal, serta memperluas konteks penelitian pada kelompok usia atau wilayah yang berbeda guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap adopsi sistem pembayaran digital di Indonesia.

REFERENSI

- Aburbeian, A. H. M., Owda, A. Y., & Owda, M. (2022). A Technology Acceptance Model Survey of the Metaverse Prospects. *AI (Switzerland)*, 3(2), 285–302. <https://doi.org/10.3390/ai3020018>
- Almulla, M. (2021). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) AND E-LEARNING SYSTEM USE FOR EDUCATION SUSTAINABILITY. In *Academy of Strategic Management Journal* (Vol. 20, Issue 4).
- Alsulhe, T. A., Aljaloud, S. O., Chalhaf, N., Guelmami, N., Alhazza, D. W., Azaiez, F., & Bragazzi, N. L. (2020). Moderation effect of physical activity on the relationship between fear of COVID-19 and general distress: A pilot case study in Arabic countries. *Frontiers in Psychology*, 11(September), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.570085>
- Bank Indonesia. (2024). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx#floating-2>
- Bessadok, A., & Bardesi, H. (2023). Exploring Human Values and Students' Aspiration in E-Learning Adoption: A Structural Equation Modeling Analysis. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 19, p. 14041). <https://doi.org/10.3390/su151914041>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Fecira, D., & Abdullah, T. M. K. (2020). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(04), 35–50.
- Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>
- Hadroh, P., Maheis, M., & Farida, I. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Flip di Jawa Tengah. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 408–421. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling* (pp. 1–29). https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). Partial Least Squares

- Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. SAGE Publications Inc. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM)*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hasyim, Pulungan, F. A., Sitorus, H. N. S., & Muliana, R. S. (2023). Increasing the Use of Electronic Money Transactions (E-Money) in Indonesian Society. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 1(2), 59–70. <https://doi.org/10.55927/crypto.v1i2.4267>
- Hilal, A., & Varela-Neira, C. (2022). Understanding Consumer Adoption of Mobile Banking: Extending the UTAUT2 Model with Proactive Personality. *Sustainability (Switzerland)*, 14(22). <https://doi.org/10.3390/su142214708>
- Ilyas, M., ud din, A., Haleem, M., & Ahmad, I. (2023). Digital entrepreneurial acceptance: an examination of technology acceptance model and do-it-yourself behavior. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00268-1>
- Izzah, N. R., & Istiqomah, D. F. (2023). Technology Acceptance Model: Determinans Actual System Use Of E-Bupot Unification Applications. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 6(1), 44–62. <https://doi.org/10.22219/jaa.v6i1.25745>
- Lestari, S., Mardiana, S., Sapanji, R. A. E. V. T., Samihardjo, R., & Murnawan. (2023). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA USAHA KECIL MENENGAH PANTAI PANGANDARAN. *JSil (Jurnal Sistem Informasi)*, 10(1), 50–59. <https://doi.org/10.30656/jsii.v10i1.5608>
- Man, S. S., Guo, Y., Chan, A. H. S., & Zhuang, H. (2022). Acceptance of Online Mapping Technology among Older Adults: Technology Acceptance Model with Facilitating Condition, Compatibility, and Self-Satisfaction. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/ijgi11110558>
- Perju-Mitran, A., Zirra, D., Căruțașu, G., Pîrjan, A., & Stănică, J. L. (2020). Applying the technology acceptance model to assess the intention to use an aftermarket ecall based on 112 device for passenger vehicles to ensure sustainable rescue operations on European roads. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su12229488>
- Prakoso, L. (2022). ANALYSIS OF ELECTRONIC MONEY USAGE BEHAVIOR ON THE MILENNIAL GENERATION IN INDONESIA. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 3(1), 52–62. <https://doi.org/10.9744/ijfis.3.1.52-62>
- Richter, N. F., Hauff, S., Kolev, A. E., & Schubring, S. (2023). Dataset on an extended technology acceptance model: A combined application of PLS-SEM and NCA. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109190>
- Rizky Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (december 2022). CV SERIBU BINTANG. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Said, C. S., Jelani, A. B., Abd Rashid, N., Kamarulzaman, M. A., Abdul Rahman, M. H., Ismail, N., Mohd Noor, A. F., & Amin, J. M. (2022). Exploring University Students' Acceptance in Online Learning Using Technology Acceptance Model (TAM). *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 11(4). <https://doi.org/10.6007/ijarped/v11-i4/15066>

- Salma, S., Agustine, A. P. P., & Nurika, H. (2023). Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2987–2998. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2664>
- Setiawan, A., Aris Belianti, R., & Wulandari, T. (2023). Analisis Technology Acceptance Model terhadap perilaku pengguna mobile banking di Surakarta. In *Journal of Economics and Business Review* (Vol. 2, Issue 1).
- Setiawan, R., Eliyana, A., Suryani, T., Gabriel Aristo, E., Anwar, A., & Viqar-un-Nisa Post Graduate College Pakistan, G. (2022). A Study Of Behavioral Intention: The Practices For Mobile Payment Technology Users In Indonesia. *Webology*, 19(2), 2364–2381. <http://www.webology.org>
- Setyadharma, A., & Roy Joni Iskandar, M. (2023). Economics Development Analysis Journal Analysis of Factors Affecting Electronic Money Transactions in Indonesia Article Information. *Economics Development Analysis Journal*, 12(1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Shanmugam, K. (2023). USING THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TO PREDICT LECTURERS' ACCEPTANCE OF AUGMENTED REALITY NOTES. *Docens Series in Education*, 4, 44–61. <https://doi.org/10.20319/dv4.4461>
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Song, H. G., & Jo, H. (2023). Understanding the Continuance Intention of Omnichannel: Combining TAM and TPB. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15043039>
- Sulistiyani, S., & Pratama, A. (2023). Pengukuran Pembelajaran E-Learning dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Journal on Education*, 05(02), 4369–4380.
- Sulton Maulana, M., Siahan, M., & Siahaan, M. (2023). *Penerimaan Aplikasi Dating Apps Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)*. 3(1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>
- Sumaryono, D., urusan Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bengkulu, J., & Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Bengkulu, urusan. (2023). Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Tools Penilai Penerimaan Kader Posyandu Remaja Bina Karya Terhadap Sistem Informasi Sms Gateway One Way Remainder Melaksanakan 7 Pesan Germas Berbasis Android. *Media Informasi*, 19. <https://ejurnal2.poltekkestasikmalaya.ac.id/index.php/bmi>
- Sumerta, I. K., Widyagoca, I. G. P. A., Adiandari, A. M., & Herlambang, P. G. D. (2019). Analysis of technology acceptance model (TAM) to use E-money in Bali Province. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1. 5 Special Issue), 206–211. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/3881.52019>
- Suryandari, K. K., & Setyari, N. P. W. (2020). Determinants of interest in using electronic money in Indonesia: evidence from Denpasar, Bali. *Journal of*

- Socioeconomics and Development*, 3(2), 126.
<https://doi.org/10.31328/jsed.v3i2.1588>
- Tao, D., Chen, Z., Qin, M., & Cheng, M. (2023). Modeling Consumer Acceptance and Usage Behaviors of m-Health: An Integrated Model of Self-Determination Theory, Task-Technology Fit, and the Technology Acceptance Model. *Healthcare (Switzerland)*, 11(11).
<https://doi.org/10.3390/healthcare11111550>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425-478.
<https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & XinXu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36, 157-178.
- Wahyudi, J. (2023). The acceptance of a smartphone application for disaster: Technology acceptance model approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1180(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1180/1/012002>
- Wardani, N. S., & Pituningsih, E. (2025). Pengaruh Inovasi Teknologi, Literasi Keuangan, dan Resiko Keuangan Terhadap Adopsi Nasabah Pada Seabank. *Jurnal Akuntansi*, 35(6), 1739-1751.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV SERIBU BINTANG. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Widiar, G., Yuniarinto, A., & Yulianti, I. (2023). Perceived Ease of Use's Effects on Behavioral Intention Mediated by Perceived Usefulness and Trust. *Interdisciplinary Social Studies*, 2(4), 1829-1844.
<https://doi.org/10.55324/iss.v2i4.397>
- Wikarsa, L., Angdresey, A., Katolik De La Salle Manado, U., Kombos Manado, K. I., & Wenang Permai, B. (2021). Using Technology Acceptance Model to Evaluate the Utilization of Kolintang Instruments Application Menggunakan Model Penerimaan Teknologi untuk Evaluasi Pemanfaatan Aplikasi Instrumen Kolintang. *Jurnal Pekommas_Vol._6_No._1*, 33-41.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060104>
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk. In *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* (Vol. 16, Issue 5, pp. 1893-1911). <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>
- Zhang, Q., Khan, S., Cao, M., & Khan, S. U. (2023). Factors Determining Consumer Acceptance of NFC Mobile Payment: An Extended Mobile Technology Acceptance Model. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4), 1-18.
<https://doi.org/10.3390/su15043664>
- Zhang, X., & Chang, M. (2023). Applying the Extended Technology Acceptance Model to Explore Taiwan's Generation Z's Behavioral Intentions toward Using Electric Motorcycles. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4).
<https://doi.org/10.3390/su15043787>