

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi pada Aplikasi Dana di Kabupaten Purworejo)**

**Ansita Diah Septiani**

diahansita15@gmail.com

**Endah Pri Ariningsih**

endah@umpwr.ac.id

**Mahendra Galih Prasaja**

mahendra.galih@umpwr.ac.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Purworejo

**ABSTRAK**

Teknologi dan komunikasi berkembang sangat pesat dan canggih, salah satu teknologi informasi yang banyak digunakan saat ini adalah sistem pembayaran. *E-wallet* digital merupakan salah satu aplikasi multiguna yang mencakup elemen transaksi seluler sehingga memungkinkan penggunaannya melakukan pembayaran melalui perangkat elektronik seperti ponsel atau komputer. Banyaknya pilihan *e-wallet* tentunya menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memilih layanan yang dibutuhkan dan diinginkan. Oleh sebab itu, aplikasi Dana harus memiliki strategi yang tepat sehingga masyarakat dapat memilih keinginan untuk mengadopsi aplikasi yang ditawarkan atau dengan kata lain memiliki *behavioral intention to use*.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui aplikasi Dana. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Untuk mengetahui keakuratan pengukuran serta kestabilan parameter kuesioner, terlebih dahulu dilakukan pengujian kuesioner dengan menggunakan uji validitas *convergent*, validitas diskriminan dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan *SmartPLS* dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*. *perceived usefulness*, *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Selain itu, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* yang dimediasi oleh *attitude toward using*, dalam hal ini berupa mediasi sebagian (*partial mediation*).

**Kata Kunci:** *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*.

## **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak dengan sangat pesat dan canggih, tentunya berdampak pada kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mampu mengubah manusia dan tatanan ekonomi dunia. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan saat ini adalah sistem pembayaran. Salah satu teknologi pembayaran yang berkembang saat ini adalah sistem dompet elektrik

atau dompet digital. Dompet elektronik didefinisikan sebagai aplikasi multiguna yang mencakup elemen transaksi seluler sehingga memungkinkan pengguna melakukan pembayaran melalui perangkat *e-wallet* (Ardianto & Azizah, 2021).

Banyaknya pilihan *e-wallet* menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memilih layanan yang dibutuhkan. Pengguna umumnya mempertimbangkan faktor kegunaan dan kemudahan saat menggunakan teknologi itu sendiri. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat penerimaan terhadap pengguna aplikasi Dana, peneliti menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai metode yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan individu akan suatu teknologi tertentu (Ardianto & Azizah, 2021). TRA diadopsi oleh *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu suatu model yang diperkenalkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan aspek berperilaku pengguna sistem informasi. TAM mempunyai lima variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan), *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan), *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), *Behavioral Intention to Use* (minat perilaku menggunakan) dan *Actual Use* (penggunaan aktual).

Dana merupakan dompet digital Indonesia yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi nontunai dan nonkartu secara digital, baik *online* maupun *offline* dapat berjalan dengan cepat, praktis dan tetap terjamin keamanannya. Talenta-talenta terbaik Indonesia terus mengembangkan Dana sebagai dompet digital berplatform terbuka yang siap dimanfaatkan untuk mendukung setiap aktivitas ekonomi dan gaya hidup digital semua kalangan masyarakat Indonesia. Dana berupaya membangun *behavioral intention to use* pelanggan melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease to use*. Dana adalah bukti bahwa Indonesia mampu membangun serta mengembangkan teknologi dan infrastruktur ekonomi digital yang selalu siap diandalkan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel *intervening* pada objek Aplikasi Dana yang berjudul "Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Aplikasi Dana di Kabupaten Purworejo).

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* pada aplikasi Dana?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* pada aplikasi Dana?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* pada aplikasi Dana?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* pada aplikasi Dana?
5. Apakah *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* pada aplikasi Dana?

6. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* Aplikasi Dana melalui *attitude toward using*?
7. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* Aplikasi Dana melalui *attitude toward using*?

## C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### 1. Kajian Teori

#### a. *Behavioral Intention to Use*

*Behavioral Intention to use* merupakan niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut (Fatmawati, 2015:10). *Behavioral Intention to use* dapat didefinisikan sebagai derajat dimana seseorang telah merumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku masa depan yang ditetapkan (Fishbein dan Ajzen dalam Hanzace dan Rezaeyeh, 2013: 820).

#### b. *Perceived Usefulness*

*Perceived usefulness* merupakan pernyataan mengenai persepsi pengguna terhadap kegunaan sistem. Apakah suatu sistem mempercepat pekerjaan, meningkatkan produktivitas kerja, meningkatkan kinerja, meningkatkan efektivitas tugas, mendapatkan informasi yang dibutuhkan pengguna, adanya kebermanfaatannya secara keseluruhan, mempermudah pekerjaan dan sebagainya (Fatmawati, 2015:10). *Perceived usefulness* adalah persepsi individu bahwa penggunaan sistem baru akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam kinerja mereka (Cheema et al., 2007:132).

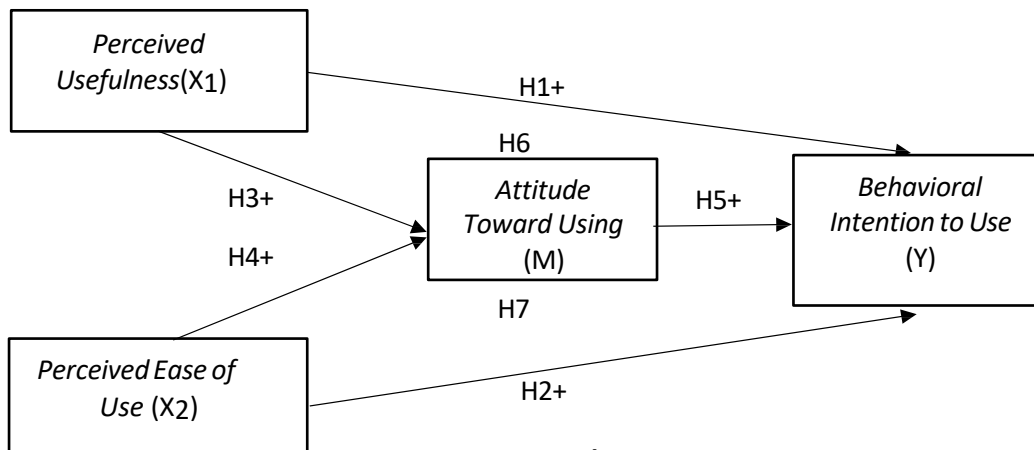
#### c. *Perceived Ease of Use*

*Perceived ease of use* merupakan pernyataan mengenai persepsi pengguna akan kemudahan ataupun kesulitan dari penggunaan sistem. Apakah suatu sistem mudah untuk dipelajari, mudah mencapai tujuan, jelas operasionalnya, mudah dipahami, sistem informasi yang *fleksibel*, bebas dari kesulitan, mudah diakses dan sebagainya (Fatmawati, 2015:10). *Perceived ease of use* adalah persepsi individu bahwa hal itu tidak memerlukan biaya atau usaha dalam mengadopsi sistem atau teknologi baru (Cheema et al., 2007:132).

#### d. *Attitude Toward Using*

*Attitude toward using* adalah sistem sebagai tingkat evaluatif mempengaruhi penggunaan bahwa sebuah *asosiasi* individu dengan menggunakan sistem target di pekerjaannya Davis et al. (1989). *Attitude toward using* adalah sikap penggunaan teknologi dalam teori TAM yang dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang sebagai dampak apabila menggunakan suatu sistem teknologi dalam memenuhi kebutuhan pekerjaannya (Setyawati, 2020).

## 2. Kerangka Pikir



**Gambar 1**  
Kerangka Pemikiran

## D. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Individu cenderung akan menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi ketika individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan Davis (1989:320). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Suki dan Suki (2011), Bangkara dan Mimba (2016), Trihutama (2018), dan Sumardi *et al.*, (2021) membuktikan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use***

### 2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Individu akan menggunakan suatu teknologi apabila individu beranggapan bahwa teknologi tersebut bebas dari usaha dan mudah Davis (1989:320). Sebaliknya ketika individu beranggapan bahwa teknologi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Suki dan Suki (2011), Bangkara dan Mimba (2016), Trihutama (2018), Muliadi *et al.*, (2021), dan Sumardi *et al.*, (2021) membuktikan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use***

### 3. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*

*Perceived usefulness* memainkan peranan yang penting dalam memprediksi sikap pengguna (*attitude toward using*) terhadap suatu teknologi Davis (1998). Kepercayaan terhadap manfaat atau keuntungan yang akan dirasakan oleh seseorang cenderung mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Hasil

penelitian yang dilakukan Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), dan Gusni *et al.*, (2020) membuktikan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H3: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using***

**4. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using***

Semakin pengguna merasakan kemudahan (*ease of use*) ketika menggunakan dan mengoperasikan suatu aplikasi, maka akan mempengaruhi *attitude towards* individu tersebut untuk menggunakannya Elkaseh *et al.*, (2001). Hasil penelitian yang dilakukan Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), dan Gusni *et al.*, (2020) membuktikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H4: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using***

**5. Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use***

*Attitude toward using* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* karena dengan adanya alat bantu *software* yang memudahkan dan menyenangkan maka pengguna tidak merasa kesusahan dalam mengaksesnya. Hal ini berarti semakin pengguna merasakan kemudahan maka akan semakin tinggi niat penggunaan (*behavioral to use*) pada aplikasi tersebut Bangkara *et al.*, (2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), Gusni *et al.*, (2020), dan Suki dan Suki (2011) membuktikan bahwa variabel *attitude toward using* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* secara positif. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H5: *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use***

**6. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using***

Manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan menggunakan (*usefulness*) menjadi pendorong yang mempengaruhi sikap penggunaan terhadap penggunaan teknologi, yang akhirnya menentukan niat mereka untuk menggunakan atau mengadopsinya (*behavioral intention to use*) Hussain *et al.*, (2016). Hasil penelitian yang dilakukan Udayana *et al.*, (2022), Bangkara dan Mimba (2016) membuktikan bahwa variabel *attitude toward using* memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H6: *Attitude Toward Using* memediasi *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use***

**7. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using***

*Perceived ease of use* atau kemudahan yang dirasakan pengguna pada suatu teknologi akan meningkatkan sikap untuk menggunakan dan akan berdampak pula pada niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) teknologi tersebut secara berkelanjutan Bangkara *et al.*, (2016). Hasil penelitian yang dilakukan Udayana *et al.*, (2022), Bangkara dan Mimba (2016) membuktikan bahwa variabel *attitude*

toward using memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Sehingga dapat diusulkan hipotesis:

**H7: Attitude Toward Using memediasi Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use**

## E. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Purworejo yang mengetahui Aplikasi Dana. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *online* berupa *Google Form* dan pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*.

## F. Definisi Operasional Variabel

### a. Behavioral Intention to Use

*Behavioral intention to use* adalah derajat dimana seseorang telah merumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku masa depan yang ditetapkan (Fishbein dan Ajzen dalam Hanzaee dan Rezaeyeh, 2013:820). Indikator untuk mengukur *behavioral intention to use* menurut Jogiyanto, 2007:77, yaitu: keinginan untuk menggunakan sistem, selalu mencoba menggunakan sistem di masa depan, tetap menggunakan sistem di masa depan.

### b. Perceived Usefulness

*Perceived usefulness* merupakan suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan (Davis, 1989:320). Pengukuran *perceived usefulness* mengacu pada pendapat Davis dan Venkatesh (2000:201), yaitu: aplikasi meningkatkan kinerja, aplikasi meningkatkan produktivitas, aplikasi meningkatkan efektivitas pekerjaan, aplikasi berguna dalam pekerjaan.

### c. Perceived Ease of Use

*Perceived Ease of Use* adalah suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat bebas dari usaha atau mudah (Davis, 1989:320). Pengukuran *Perceived ease of use* mengacu pada pendapat Davis dan Venkatesh (2000:201), yaitu: aplikasi jelas dan dapat dimengerti, aplikasi tidak membutuhkan banyak usaha, aplikasi mudah digunakan, aplikasi melakukan apa yang diinginkan.

### d. Attitude Toward Using

Sikap penggunaan teknologi didefinisikan Davis sebagai suatu perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan suatu tindakan terhadap suatu sistem Davis (1993). Indikator *Attitude Toward Using* menurut Schiffman and Kanuk (2008) dalam (Pratama & Bastiaan, 2007), yaitu: komponen kognitif, komponen afektif, komponen konasi.

## G. Pengujian Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

#### 1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas *convergent* dapat dilihat dari ukuran *loading factor*, dikatakan valid apabila memiliki nilai 0,70 serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5 (Ghozalli, 2015 : 74).

Berdasarkan hasil pengujian *convergent validity*, diperoleh nilai masing-masing indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan masing-masing indikator variabel penelitian (*perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, dan behavioral intention to use*) memiliki nilai AVE > 0,5. Maka dapat dikatakan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini *valid* dalam mengukur setiap variabel laten.

#### 2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Untuk menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus > 0,70 (Ghozali, 2015:74). Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi atau konstruk dalam model.

Berdasarkan hasil pengujian *discriminant validity*, diperoleh nilai masing-masing indikator penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Selain itu dilihat dari *fornell-larcker* bahwa akar kuadrat AVE untuk tiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model, sehingga menunjukkan validitas diskriminan yang baik.

### b. Uji Reliabilitas

Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program *SmartPLS* 4.1.0.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* harus lebih dari 0,7 (Ghozali, 2021:69).

Berdasarkan pengujian reliabilitas, diperoleh bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk semua variabel penelitian (*perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, dan behavioral intention to use*) memiliki nilai > 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang diujikan dinyatakan *reliabel*.

## H. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Partial Least Square*

(PLS)menggunakan *software SmartPLS* versi 4.1.0.0, berikut adalah hasil analisis penelitian yang dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. R.Squares**

Variabel	R-Squares	Adjusted R-Squares
<b>Attitude Toward Using (M)</b>	0,612	0,607
<b>Behavioral Intention to Use (Y)</b>	0,724	0,718

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan bahwa variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel mediasi kepuasan pelanggan sebesar 61% (sedang), dan variabel minat beli ulang dipengaruhi oleh variabel eksogen dan variabel mediasi sebesar 72% (sedang), selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Tabel 2 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung (Bootstrapping)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T-Statistics ( O/STDEV )	P Values	Kesimpulan
<b>X1 → Y</b>	0,154	0,157	2,611	0,009	Diterima
<b>X2 → Y</b>	0,503	0,502	5,755	0,000	Diterima
<b>X1 → M</b>	0,245	0,255	2,789	0,005	Diterima
<b>X2 → M</b>	0,585	0,573	6,229	0,000	Diterima
<b>M → Y</b>	0,268	0,265	3,419	0,001	Diterima

Sumber: Data primer diolah 2023

### 1. Hipotesis 1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use*

Berdasarkan tabel 2, hasil uji signifikansi *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) menghasilkan t-statistic sebesar 2,611 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,009 (*p-values* < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) diterima.

Diterimanya hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai Aplikasi Dana sebagai *perceived usefulness* dapat mempercepat pekerjaan misalnya pengguna tak perlu repot-repot bolak-balik ke ATM untuk mengambil uang tunai hanya dengan menggunakan aplikasi Dana yang ada di Smartphone, penggunaan aplikasi Dana dapat meningkatkan produktivitas kerja mulai dari usaha mikro, kecil dan menengah hingga toko retail ternama, hampir semua orang bisa menggunakan aplikasi ini dengan total 500.000 *retailer* yang menerima layanan pembayaran dompet digital di Indonesia, aplikasi Dana meningkatkan kinerja pekerjaannya. Selain itu, Aplikasi Dana sebagai *perceived usefulness* dinilai memiliki kegunaan yang ditawarkan seperti transfer dengan bebas biaya admin dapat mempengaruhi minat



pengguna untuk menggunakan aplikasi Dana secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Davis (1989:320) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja individu yang bersangkutan. Penelitian ini juga sesuai dengan pendapat dari Davis dan Venkatesh (2000:187) yang menyatakan *behavioral intention to use* dipengaruhi *perceived usefulness*, serta pendapat Sigar (2016:505) yang menyatakan bahwa individu yang mempersepsikan suatu teknologi bermanfaat, seperti proses pembayaran menjadi lebih cepat, meningkatkan kinerja, berguna dalam aktivitas sehari-hari, maka dapat meningkatkan *behavioral intention to use*.

Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Suki dan Suki (2011), Bangkara dan Mimba (2016), Trihutama (2018), dan Sumardi *et al.*, (2021) membuktikan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*.

## **2. Hipotesis 2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use***

Berdasarkan tabel 2, hasil uji signifikansi *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) menghasilkan *t-statistic* sebesar 5,755 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,000 (*p-values* < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yaitu *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) diterima.

Diterimanya hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa *perceived ease of use* Aplikasi Dana jelas dan dapat dimengerti aplikasi Dana mempunyai *tools*/fitur sama dengan aplikasi *e-wallet* pada umumnya sehingga lebih cepat dimengerti oleh penggunaannya, aplikasi Dana tidak membutuhkan banyak usaha dalam penggunaannya dengan kompleksitas teknologi benar-benar menjadikan pengguna dompet digital Dana efisien dan nyaman. Hanya bawa Smartphone pengguna dapat bertransaksi di berbagai pengecer yang menawarkan layanan dompet digital, aplikasi Dana mudah digunakan dengan tampilan awal dan fitur yang tersedia pada Dana tidak asing saat mencoba pertama kali, dapat dijelaskan bahwa kemudahan dalam menggunakan Dana mempengaruhi minat secara signifikan dalam menggunakan aplikasi Dana, aplikasi Dana juga mudah untuk memenuhi apa yang diinginkan penggunaannya dengan menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Davis (1989:320) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat bebas dari usaha atau mudah. Apabila individu beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya ketika individu beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Davis dan Venkatesh (2000:187) yang menyatakan *behavioral intention to use* dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan pendapat Sigar (2016:505) yang menyatakan bahwa individu yang mempersepsikan suatu teknologi

mudah digunakan, akses mudah ditemukan, maka semakin besar behavioral intention to use.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Suki dan Suki (2011), Bangkara dan Mimba (2016), Trihutama (2018), Muliadi *et al.*, (2021), dan Sumardi *et al.*, (2021) membuktikan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*.

### **3. Hipotesis 3: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using***

Berdasarkan tabel 2, hasil uji signifikansi *perceived usefulness* (X1) terhadap *attitude toward using* (M) sebesar 2,789 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,005 (*p-values* <0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yaitu *perceived usefulness* (X1) berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* (M) dapat diterima.

Diterimanya hipotesis ke-tiga (H3) dalam penelitian ini dikarenakan responden menilai *attitude toward using* aplikasi Dana dapat memberikan kepercayaan terhadap manfaat atau keuntungan yang akan dirasakan oleh seseorang sehingga cenderung mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi Dana. Dengan adanya berbagai kegunaan yang dirasakan oleh pengguna contohnya seperti dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun hanya dengan menggunakan Smartphone sehingga pengguna dana tak perlu repot-repot bolak-balik ke ATM untuk mengambil uang tunai. Semakin banyak manfaat atau keuntungan yang ditawarkan maka akan semakin banyak masyarakat percaya bahwa dengan aplikasi Dana bisa digunakan untuk membantu pekerjaan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Hartono (2008:114) bahwa *perceived usefulness* merupakan sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung pendapat Davis (1998) yang menyatakan *perceived usefulness* memainkan peranan yang penting dalam memprediksi sikap pengguna (*attitude toward using*) terhadap suatu teknologi dan pendapat Gao & Bai (2014) *perceived usefulness* dapat menjadi penentu dalam memprediksi *attitude toward using* layanan internet.

Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian dari Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), dan Gusni *et al.*, (2020) membuktikan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

### **4. Hipotesis 4: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using***

Berdasarkan tabel 2, hasil uji signifikansi *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Attitude Toward Using* (M) menghasilkan *t-statistic* sebesar 6,229 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,000. (*p-values* < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yaitu *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (M) diterima.

Diterimanya hipotesis ke-empat (H4) dalam penelitian ini dikarenakan responden menilai *attitude toward using* aplikasi Dana dapat membuat seseorang merasa percaya aplikasi Dana ini mudah digunakan sehingga cenderung mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi Dana. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi Dana, fleksibel dan mudah dipelajari. Kepercayaan juga sangat berperan aktif didalam diri pengguna untuk memutuskan menggunakan *e-wallet* Dana. Seseorang percaya bahwa menggunakan layanan *e-wallet* Dana sesuai dengan yang mereka butuhkan. Perusahaan Dana harus mampu membuat pengguna percaya terhadap keandalan pihak Dana yang menjamin suatu keyakinan yang meyakinkan pengguna dalam segala transaksinya. Dengan kemudahan ini akan dapat mempengaruhi pengguna sehingga mereka merasa nyaman dan menikmati saat menggunakan aplikasi Dana secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Elkaseh *et al.*, (2016) yang mengatakan semakin pengguna merasakan kemudahan (*ease of use*) ketika menggunakan dan mengoperasikan suatu aplikasi, maka akan mempengaruhi *attitude towards* individu tersebut untuk menggunakannya dan pendapat Childers *et al.*, (2001) yaitu teknologi yang mudah digunakan (*ease of use*) akan mempengaruhi *attitude* penggunaan teknologi tersebut pada diri konsumen. *Perceived Ease of Use* mengacu pada persepsi tentang proses yang mengarah pada hasil akhir atau sikap terhadap penggunaan suatu teknologi (Dellaert *et al.*, 2004).

Hasil penelitian juga memperkuat penelitian dari Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), dan Gusni *et al.*, (2020) membuktikan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

##### **5. Hipotesis 5: *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use***

Berdasarkan tabel 2, hasil uji signifikansi *Attitude Toward Using* (M) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) menghasilkan *t-statistic* sebesar 3,419 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,001 (*p-values* < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yaitu *Attitude Toward Using* (M) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) diterima.

Diterimanya hipotesis ke-lima (H5) dalam penelitian ini dikarenakan responden menilai bahwa jika *attitude towards using* semakin pengguna merasakan kemudahan maka akan semakin tinggi niat penggunaan (*behavioral intention to use*) pada aplikasi Dana. pengguna berniat untuk terus menggunakan aplikasi Dana dimasa yang akan datang, dapat diartikan bahwa pengguna Dana di Kota Purworejo mempunyai keinginan untuk terus menggunakan aplikasi Dana dikarenakan Dana memberikan kemudahan dan kegunaan yang sudah dirasakan pengguna dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Minat penggunaan terhadap penggunaan sesungguhnya yaitu dijelaskan bahwa pengguna merasakan kepuasan terhadap aplikasi Dana dan membuat pengguna ingin terus menggunakan aplikasi Dana.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Bangkara *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* karena dengan adanya alat bantu *software* yang memudahkan dan menyenangkan maka pengguna tidak merasa kesusahan dalam mengaksesnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Udayana *et al.*, (2022), Sigar (2016), Bangkara dan Mimba (2016), Wijaya *et al.*, (2021), Gusni *et al.*, (2020), dan Suki dan Suki (2011) membuktikan bahwa *attitude toward using* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*.

**Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung (Bootstrapping)**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>T-Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>	<b>Kesimpulan</b>
<b>X1-M-Y</b>	0,066	0,067	2,235	0,025	Diterima
<b>X2-M-Y</b>	0,157	0,152	2,973	0,003	Diterima

Sumber: Data primer diolah 2023

#### **6. Hipotesis 6: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using***

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat hasil uji signifikansi *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Behavioral Intention to Use* secara tidak langsung melalui *Attitude Toward Using* (M) signifikan dimana nilai *t-statistic* yang dihasilkan sebesar 2,235 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,025 (*p-values* <0,05), sehingga *Attitude Toward Using* (M) dikatakan sebagai variabel mediasi komplementer (*complementer mediation*). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam (H6) yang diajukan dalam penelitian yaitu *Attitude Toward Using* memediasi *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* secara positif diterima.

Diterimanya hipotesis ke-enam (H6) menyatakan bahwa *attitude toward using* secara parsial memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti konsumen yang akan menggunakan aplikasi Dana cenderung memperhatikan *attitude toward using*. Apabila aplikasi Dana sesuai harapan seseorang, maka seseorang akan melakukan penggunaan aplikasi Dana dengan senang hati. Dengan adanya penilaian aplikasi Dana sebagai *perceived usefulness* yang sesuai dengan harapan responden maka akan membuat responden memutuskan untuk menggunakan aplikasi Dana dan tidak terpengaruh untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* yang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat (Hussain *et al.*, 2016) bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan menggunakan (*usefulness*) menjadi pendorong yang mempengaruhi sikap penggunaan terhadap penggunaan teknologi, yang akhirnya menentukan niat mereka untuk menggunakan atau mengadopsinya (*behavioral intention to use*).

Hasil penelitian juga mendukung penelitian Udayana *et al.*, (2022), Bangkara

dan Mimba (2016) membuktikan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward using* sebagai variabel *intervening*.

#### **7. Hipotesis 7: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using***

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa hasil uji signifikansi *perceived ease of use*(X2) terhadap *behavioral intention to use* (Y) secara tidak langsung melalui *attitude toward using* (M) signifikan dimana nilai *T-statistic* yang dihasilkan sebesar 2,973 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,003 (*p-values* <0,05), sehingga *attitude toward using* (M) dikatakan sebagai variabel mediasi komplementer (*complementer mediation*). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *attitude toward using* memediasi *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* secara positif diterima.

Diterimanya hipotesis ke-tujuh (H7) menyatakan bahwa *attitude toward using* secara parsial memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Hal ini berarti semakin seseorang itu percaya bahwa aplikasi Dana dapat memberikan kemudahan *attitude toward using* dan seseorang akhirnya akan tertarik untuk menggunakan aplikasi Dana. Dengan adanya berbagai macam kemudahan yang diberikan aplikasi Dana seperti dapat menghemat waktu dan tidak membutuhkan banyak usaha sehingga seseorang percaya terhadap aplikasi Dana. Dengan demikian seseorang akan memiliki niat untuk menggunakan aplikasi Dana.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Bangkara *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* atau kemudahan yang dirasakan pengguna pada suatu teknologi akan meningkatkan sikap untuk menggunakan dan akan berdampak pula pada niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Hasil penelitian juga mendukung penelitian Udayana *et al.*, (2022), Bangkara dan Mimba (2016) membuktikan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use* melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel *intervening*.

## **I. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* yang dimediasi oleh *attitude toward using* pada aplikasi Dana di Kabupaten Purworejo, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* pada Aplikasi Dana. (2) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* pada Aplikasi Dana. (3) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* pada Aplikasi Dana. (4) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* pada Aplikasi Dana. (5) *Behavioral Intention to Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* Aplikasi Dana. (6) *Attitude Toward*

*Using* memediasi secara *complementer* pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *behavioral intention to use* pada Aplikasi Dana. (7) *Attitude Toward Using* memediasi secara *complementer* pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* pada Aplikasi Dana.

## J. IMPLIKASI PENELITIAN

### 1. Implikasi Teoritis

Menjadi tambahan bukti bagi teori yang melandasi hubungan yang telah digambarkan dalam model penelitian. Karena penelitian ini telah dapat membuktikan pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *attitude toward using* sebagai variabel mediasi.

### 2. Implikasi Praktis

Dilihat dari sisi *perceived usefulness*, hal yang perlu dilakukan oleh aplikasi Dana adalah sebaiknya meningkatkan fitur layanan pada aplikasi Dana agar pengguna tetap tertarik dan loyal menggunakan aplikasi tersebut sehingga dapat digunakan dalam meningkatkan kinerjanya, meningkatkan produktifitas disini pihak Dana perlu memperluas kerjasama dengan beberapa *e-commerce* yang sering digunakan oleh masyarakat untuk mempermudah pengguna melakukan pembayaran melalui Dana, aplikasi Dana juga perlu mempertimbangkan biaya admin ke Bank dan menggantinya menjadi *unlimited transfer* seperti yang kompetitornya lakukan.

Dilihat dari segi *perceived ease of use* hal yang perlu dilakukan oleh aplikasi Dana adalah dengan mempermudah dan mempersingkat akses misalnya dengan tombol sekali tekan, atau akses sidik jari, sehingga aplikasi dinilai jelas dan dapat dimengerti, tidak membutuhkan banyak usaha, mudah digunakan, serta aplikasi dinilai dapat melakukan apa yang diinginkan penggunanya dengan cara menambahkan layanannya dalam melakukan transaksi pembayaran untuk transportasi umum. Dengan hal ini, Dana perlu memperluas kerjasama dengan beberapa pihak transportasi umum seperti KRL, MRT dan lainnya. Sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran melalui satu dompet digital Dana.

Dilihat dari segi *attitude toward using*, hal yang perlu dilakukan oleh aplikasi Dana adalah dengan terus mengembangkan inovasi dan strategi agar pengguna merasa puas setiap kali menggunakan *e-wallet* Dana dalam setiap transaksinya contohnya memberikan promo-promo yang menarik kepada penggunanya secara bertahap dan rutin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1). 13.

- Ardiyanto, F. dan Kusumadewi, H. 2019. Pengintegrasian Technology Acceptance Model (TAM) dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2). 177-192.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). *Intention to Use E-wallet dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust*. *Jurnal Maksipreneur:Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2). 227.
- Bangkara, R. P., Putu, N., & Harta, S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16. 2408–2434.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3). 319-340.
- Davis, F.D., dan Venkatesh, V. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2). 186-204.
- Elkaseh, A. M., Wong, K. W., & Fung, C. C. (2016). Perceived ease of use and perceived usefulness of social media for e-learning in Libyan higher education: A structural equation modeling analysis. *International Journal of Information and Education Technology*, 6(3). 192.
- Fatmawati, E. 2015. Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Igra*, 09(01). 1-13.
- Fishbein, M., dan Ajzen, I. 1975. Belief. Attitude. Intention and Behavior An Introduction to Theory and Research. Phillipines. *Addison-Wesley Publishing Company, Inc.*
- Fusilier, Marcelline and Durlabhji, Subhash. 2005. An exploration of Student Internet Use in India (the technology acceptance model and the theory of planned behavior). *Journal of Marketing*, 22(4).
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Hussain, A., Mkpojiogu, E. O., & Yusof, M. M. (2016, August). Perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment as drivers for the user acceptance of interactive mobile maps. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1761, No. 1). *AIP Publishing*.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. *Yogyakarta: Erlangga*.
- Muliadi, M. L., & Japarianto, E. (2021). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap

- Behavior Intention melalui Perceived Usefulness sebagai Media Intervening pada Digital Payment OVO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1). 20-27.
- Munir, A.R., dkk. 2013. Acceptance of Mobile Banking Services in Makassar: A Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(6). 52-59.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill- Building Approach. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.*
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1). 39-51.
- Sigar, J. F. (2016). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment to Intention to Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 4(2).
- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2011). Exploring the relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, attitude and subscribers' intention towards using 3G mobile services. *Journal of Information technology management*, 22(1). 1-7.
- Sumardi, D. H., & Andreani, F. (2021). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap usage behavior melalui intention to use pada konsumen online shop sayurbox di Surabaya. *Agora*, 9(1).
- Trihutama, R. P. (2018). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap behavioral intention to use (Studi pada pengguna Go-Pay layanan Go-Jek). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2)
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Aqdella, F. A. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use on Behavioral Intention to Use through the Intervening Attitude toward Using Variables in the Study of ShopeePay E-Wallet Service (Case Study on ShopeePay User in Yogyakarta). *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 8(1).29-40.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2). 186-204.
- Venkatesh, V. 2016. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4). 342–365.
- Wijaya, R. A., DKK. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis*, 91-103.