

## PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI MANFAAT DAN KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT (STUDI PADA PENGGUNA E-WALLET DI KOTA TANGERANG)

Septiana Ambarwati<sup>1</sup>, Anna Sofia Atichasari<sup>2</sup>, Verawati Fajrin<sup>3</sup>  
[septianaambar19@gmail.com](mailto:septianaambar19@gmail.com)<sup>1</sup>, [asatichasari@unis.ac.id](mailto:asatichasari@unis.ac.id)<sup>2</sup>, [vfajrin50@gmail.com](mailto:vfajrin50@gmail.com)<sup>3</sup>  
Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

### ABSTRAK

Studi ini mengkaji pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat mengadopsi pembayaran digital, dengan kecakapan digital sebagai variabel moderasi. Data dikumpulkan dari 115 responden pengguna layanan dompet elektronik di Tangerang, termasuk GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay, dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan SEM-PLS. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepuasan pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi, sedangkan persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Selain itu, kecakapan digital tidak secara langsung memengaruhi niat maupun memoderasi hubungan antara variabel independen dan adopsi pembayaran digital. Hasil ini berkontribusi pada Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks keuangan digital dan menyoroti pentingnya bagi penyedia dompet elektronik untuk meningkatkan persepsi kegunaan dan meningkatkan pengalaman pengguna.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, Kepuasan Pengguna, Pembayaran Digital, Kecakapan Digital, Niat Penggunaan.

### ABSTRACT

*This study examines the influence of financial literacy, perceived usefulness, and user satisfaction on the intention to adopt digital payments, with digital savvy serving as a moderating variable. Data were collected from 115 respondents using e-wallet services in Tangerang, including GoPay, OVO, Dana, and ShopeePay, and analyzed using a quantitative approach with SEM-PLS. The findings reveal that financial literacy and user satisfaction do not significantly affect adoption intention, whereas perceived usefulness has a positive and significant impact. Additionally, digital savvy neither directly influences intention nor moderates the relationship between the independent variables and digital payment adoption. These results contribute to the Technology Acceptance Model (TAM) in the context of digital finance and highlight the importance for e-wallet providers to enhance perceived usefulness and improve user experience.*

**Keywords :** Financial Literacy, Perceived Usefulness, User Satisfaction, Digital Payment, Digital Savvy, Usage Intention.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sistem keuangan, termasuk di Indonesia. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah kehadiran **pembayaran digital berbasis e-wallet** yang kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam bertransaksi. Popularitas platform seperti GoPay, OVO, Dana dan ShopeePay mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat dari penggunaan uang tunai ke metode pembayaran digital yang lebih praktis, aman dan efisien. Menurut data GoodStats (2025), sepanjang tahun 2024 GoPay menduduki posisi teratas sebagai e-wallet dengan jumlah pengguna terbanyak, diikuti oleh OVO, ShopeePay dan Dana dengan perbedaan yang relatif tipis. Kondisi ini menandakan penerimaan yang tinggi terhadap layanan e-wallet sekaligus menunjukkan bahwa loyalitas pengguna dipengaruhi bukan hanya oleh aksesibilitas melainkan juga oleh kualitas layanan, inovasi fitur hingga strategi promosi yang ditawarkan.

Meskipun tren adopsi e-wallet meningkat, **literasi keuangan masyarakat masih menjadi tantangan penting**. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK memperlihatkan ketidakstabilan tingkat literasi keuangan dalam lima tahun terakhir. Setelah meningkat dari 38,03% pada 2019 menjadi 66,5% pada 2020, angkanya kembali turun hingga 49,68% pada 2022, kemudian naik lagi ke 65,43% pada 2024. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa kemajuan layanan keuangan digital tidak selalu selaras dengan peningkatan pemahaman keuangan masyarakat. Dampaknya terlihat pada kecenderungan konsumtif, rendahnya kesadaran terhadap risiko transaksi online, serta kurang optimalnya pemanfaatan fitur digital payment. Temuan yang sejalan juga ditemukan di Kota Tangerang. Hasil survei peneliti (2025) memperlihatkan bahwa literasi keuangan masyarakat baru mencapai **52%**, sedangkan persepsi manfaat digital payment hanya **58%**. Sebaliknya, tingkat **digital savvy** masyarakat relatif tinggi, yakni **73%** yang menandakan kemampuan teknologinya sudah baik, namun belum diimbangi dengan pemahaman finansial maupun keyakinan atas manfaat penggunaan e-wallet. Kesenjangan ini menunjukkan pentingnya dilakukan penelitian lanjutan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat perkotaan dalam menggunakan pembayaran digital.

Dalam menganalisis fenomena ini, penelitian memanfaatkan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai dasar teoritis yang menekankan bahwa penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks e-wallet, persepsi manfaat mencakup keyakinan bahwa teknologi dapat memberikan kemudahan dan nilai tambah dalam bertransaksi, sedangkan persepsi kemudahan berkaitan dengan kemampuan **digital savvy** individu untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Selain itu, **kepuasan pengguna** juga menjadi faktor penting yang dapat membentuk sikap positif serta mendorong loyalitas dan niat penggunaan secara berkelanjutan. Dengan demikian, interaksi antara literasi keuangan, persepsi manfaat, kepuasan pengguna dan tingkat digital savvy menjadi dasar untuk menjelaskan dinamika minat masyarakat dalam menggunakan digital payment.

Walaupun banyak penelitian terdahulu telah meneliti faktor-faktor tersebut, hasil yang ditemukan masih belum konsisten. Beberapa studi menunjukkan adanya pengaruh positif literasi keuangan, persepsi manfaat dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan, namun ada pula yang menemukan hasil sebaliknya. **Research gap** inilah yang melatarbelakangi penelitian ini. Kontribusi penelitian terletak pada pengujian **digital savvy sebagai variabel moderasi** untuk melihat apakah tingkat kecakapan teknologi dapat memperkuat atau justru melemahkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat penggunaan. Selain itu, fokus penelitian diarahkan pada **Kota Tangerang**, wilayah dengan karakteristik unik berupa tingkat digitalisasi tinggi tetapi literasi keuangan yang masih relatif rendah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur mengenai pengembangan model TAM, tetapi juga memberi implikasi praktis bagi pemerintah dan penyedia e-wallet dalam menyusun strategi peningkatan literasi keuangan, memperkuat manfaat layanan, serta meningkatkan pengalaman pengguna agar adopsi digital payment dapat terus berkembang secara berkelanjutan.

## KAJIAN TEORI

### Teori TAM

*Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986, merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model ini digunakan sebagai kerangka untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi (Adillah Maharani et al., 2024).

Menurut Davis (dalam Naufal, 2023) TAM menegaskan bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana ia menilai manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari teknologi tersebut.

TAM mencakup empat komponen utama, yaitu: (1) Persepsi Manfaat, yaitu keyakinan bahwa teknologi dapat memberikan keuntungan dalam aktivitas, yang terkait dengan literasi keuangan pada penggunaan digital payment; (2) Persepsi Kemudahan Penggunaan, yakni penilaian bahwa teknologi mudah dioperasikan, berhubungan dengan tingkat digital savvy individu; (3) Sikap Terhadap Penggunaan, yaitu respon emosional positif atau negatif ketika menggunakan teknologi, berkaitan dengan kepuasan pengguna; dan (4) Minat Perilaku Penggunaan, yaitu dorongan untuk memanfaatkan teknologi secara berkesinambungan yang dipengaruhi oleh manfaat, kemudahan, serta kepuasan yang dirasakan (Permatasari & Yunita, 2023).

### **Dompot Digital (E-Wallet)**

*E-Wallet* merupakan aplikasi digital yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi keuangan dan menyimpan informasi secara daring (Rahma Yanti & Isnaeni, 2022). *E-wallet* memberikan berbagai keuntungan bagi para penggunanya. Salah satunya adalah kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi. Melalui aplikasi *e-wallet*, pengguna dapat dengan cepat membayar tagihan, mengirim uang dan melakukan berbagai transaksi lainnya. Pengguna dapat mengisi saldo *e-wallet* melalui transfer bank, kartu kredit atau mitra resmi *e-wallet* sehingga mereka bisa mengakses dana tanpa harus membawa uang tunai secara langsung.

### **Minat Penggunaan**

Zarasky & Septiani (2022) menjelaskan bahwa minat timbul sebagai reaksi awal ketika seseorang melihat sebuah produk, lalu berkembang menjadi rasa ingin mencoba, dan akhirnya mendorong keinginan untuk memiliki atau membelinya.

### **Digital Payment**

Pembayaran digital merupakan sebuah *platform* elektronik, layanan atau aplikasi yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi secara daring dengan pihak lain (Sukayana & Sinarwat, 2022).

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, kemampuan dan keyakinan yang memengaruhi cara seseorang mengatur keuangannya untuk mencapai kesejahteraan pribadi. Individu yang memiliki literasi keuangan cukup umumnya dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta mengelola keuangan secara lebih hati-hati dan efektif (Widyasanti & Suarmanayasa, 2023).

### **Persepsi Manfaat**

Persepsi manfaat mencerminkan kepercayaan pengguna terhadap proses pengambilan keputusan. Ketika seseorang yakin bahwa suatu produk atau layanan memberikan manfaat, mereka cenderung untuk menggunakannya. Namun, jika keyakinan tersebut tidak ada, maka kemungkinan besar mereka akan memilih untuk tidak menggunakannya (Widyasanti & Suarmanayasa, 2023).

### **Kepuasan Pengguna**

Kepuasan muncul ketika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan pengguna, sebaliknya jika hasilnya tidak sesuai maka timbul kekecewaan. Pengalaman tersebut akan mempengaruhi keputusan untuk terus menggunakan atau berhenti memakai produk tersebut (Amalia & Hastriana, 2022).

### **Digital Savvy**

*Digital savvy* menggambarkan seseorang yang memiliki kecakapan tinggi dalam memahami dan mengoperasikan teknologi. Individu yang tergolong *digital savvy* mampu

mengikuti perkembangan teknologi dengan cepat, menguasai berbagai perangkat dan aplikasi digital serta memanfaatkannya untuk mendukung aktivitas sehari-hari.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **H<sub>1</sub>: Pengaruh Secara Parsial antara Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment***

Literasi keuangan merupakan kemampuan penting dalam mengelola keuangan yang memengaruhi penilaian individu terhadap layanan *digital payment* baik dari segi manfaat, biaya, fitur maupun keamanan. Dalam teori TAM, literasi keuangan mendukung peningkatan *perceived usefulness* karena pemahaman finansial membuat individu lebih mampu melihat efisiensi transaksi, ketepatan pencatatan serta kemudahan penggunaan. Kondisi ini mendorong terbentuknya niat untuk memanfaatkan *digital payment*. Meski demikian, hasil penelitian masih beragam dimana Palimbong et al (2023) menemukan adanya pengaruh positif, sementara Kurahman et al (2023) menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan.

#### **H<sub>2</sub>: Pengaruh Secara Parsial antara Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment***

Persepsi manfaat dipandang sebagai aspek penting dalam penerimaan teknologi yang merefleksikan keyakinan pengguna bahwa sistem mampu meningkatkan efektivitas serta efisiensi aktivitas. Pada penggunaan *digital payment*, manfaat ini terlihat dari kemudahan transaksi, efisiensi waktu dan kenyamanan yang lebih baik dibanding metode konvensional. Menurut teori TAM, semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh individu, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan teknologi sedangkan adanya keraguan dapat menurunkan minat tersebut. Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan variasi Ramadhan & Safari (2022) melaporkan pengaruh positif persepsi manfaat terhadap minat penggunaan, sementara Rosma (2021) menemukan hasil yang berlawanan.

#### **H<sub>3</sub>: Pengaruh antara Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment***

Kepuasan pengguna dapat dipahami sebagai respon emosional terhadap pengalaman menggunakan sistem informasi yang dipengaruhi oleh sejauh mana sistem mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi (Atichasari et al., 2023). Dalam teori TAM, kepuasan tidak hanya merefleksikan kualitas layanan tetapi juga memperkuat sikap positif dalam penggunaan teknologi. Pada konteks *digital payment*, kepuasan terhadap aspek kecepatan, keamanan dan kelengkapan fitur mendorong niat untuk terus menggunakannya. Meski demikian, temuan penelitian masih bervariasi dimana Maharani et al (2023) menemukan pengaruh signifikan kepuasan terhadap minat, sedangkan Wicky (2023) menyatakan tidak terdapat pengaruh langsung sehingga menyisakan research gap yang perlu diteliti lebih lanjut.

#### **H<sub>4</sub>: Pengaruh *Digital Savvy* terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment***

*Digital savvy* memiliki peranan penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan serta minat individu dalam menggunakan pembayaran digital. Semakin baik kemampuan digital yang dimiliki seseorang, semakin besar pula peluang mereka merasa puas dan terdorong untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Dalam teori TAM, persepsi kemudahan penggunaan berperan sebagai salah satu faktor utama yang mendorong niat individu untuk menggunakan teknologi. Individu dengan keterampilan digital yang lebih tinggi cenderung merasakan kemudahan saat menggunakan *e-wallet* sehingga minat penggunaannya semakin meningkat. Selain itu, semakin terbiasa seseorang dengan perangkat maupun aplikasi digital, semakin besar kemungkinan mereka menjadikan pembayaran digital sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari (Safira et al., 2023).

#### **H<sub>5</sub>: Pengaruh *Digital Savvy* memoderasi Literasi Keuangan terhadap Minat**

### Penggunaan *Digital Payment*

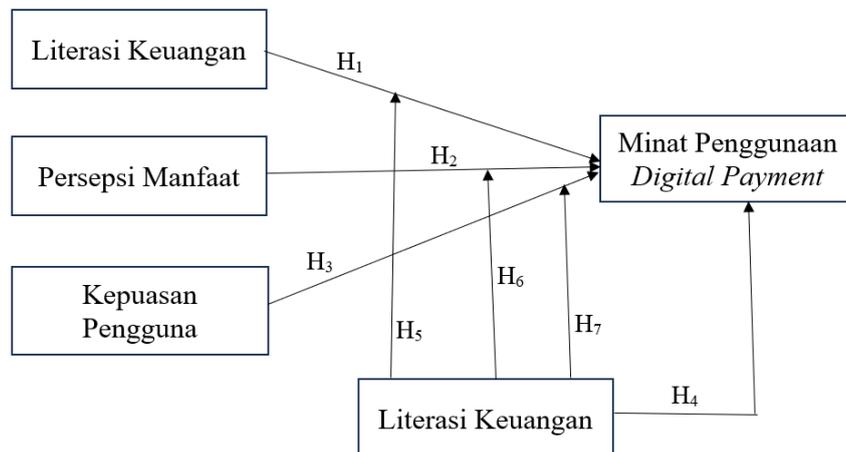
Literasi keuangan menjadi faktor penting yang memengaruhi minat individu dalam menggunakan digital payment, karena memberikan kemampuan dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan finansial secara tepat (Asisa et al., 2022). Meski demikian, pengaruhnya tidak selalu langsung, sehingga dibutuhkan peran digital savvy yang mencerminkan keterampilan memahami dan memaksimalkan teknologi (Aprilia, 2023). Dalam teori TAM, literasi keuangan berkontribusi pada peningkatan *perceived usefulness*, sementara *digital savvy* memperkuat pemanfaatan pengetahuan keuangan melalui teknologi. Sinergi keduanya membuat individu lebih mudah menggunakan *e-wallet* dalam pengelolaan keuangan, sehingga mendorong minat untuk terus memakainya.

#### H6: Pengaruh *Digital Savvy* memoderasi Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment*

*Digital savvy* menggambarkan keterampilan individu dalam menguasai teknologi sehingga mampu memahami manfaat pembayaran digital, seperti praktis dan efisien (Habib Hidayat, 2023). Berdasarkan teori TAM, persepsi manfaat yang tinggi dapat meningkatkan niat penggunaan sementara kemampuan digital memperkuat keterkaitan tersebut. Oleh karena itu, individu dengan tingkat *digital savvy* yang baik cenderung memiliki minat lebih besar untuk menggunakan *e-wallet*.

#### H7: Pengaruh *Digital Savvy* memoderasi Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment*

Kemahiran digital memiliki peran signifikan dalam mendorong kepuasan dan minat terhadap penggunaan digital payment. Pengguna yang memiliki keterampilan teknologi lebih mudah merasakan manfaat berupa efisiensi, kecepatan dan keamanan transaksi yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan serta niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam teori TAM, kepuasan memengaruhi terbentuknya sikap positif terhadap teknologi, dan tingkat kemampuan digital yang tinggi semakin memperkuat pengaruh tersebut (Priyatna et al., 2022).



Gambar 1 Kerangka Pemikiran  
Sumber: (Hamid & Anwar, 2020)

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Desain Penelitian

Metode penelitian dapat didefinisikan sebagai serangkaian prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal yang

bertujuan untuk mengkaji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen (Rasyid F, 2022). Data dikumpulkan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden (Sugiyono, 2020) kemudian hasilnya dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh warga Kota Tangerang berusia 15–54 tahun, dengan total 1.199.184 jiwa (<https://tangerangkota.bps.go.id/>). Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling non-probabilitas, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020). Kriteria yang ditetapkan antara lain:

1. Berdomisili di Kota Tangerang
2. Pernah menggunakan digital payment minimal tiga kali dalam setahun terakhir
3. Berada pada rentang usia produktif

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh kebutuhan sebanyak 100 responden. Namun, pada tahap pengumpulan data, berhasil diperoleh 115 kuesioner yang valid dan memenuhi syarat dan seluruhnya dianalisis untuk meningkatkan representativitas hasil penelitian.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung di Kota Tangerang karena daerah tersebut dianggap sesuai dengan fokus kajian yang diteliti. Pelaksanaan penelitian berlangsung pada periode Juni hingga Agustus 2025.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui dua metode utama, yaitu:

- 1) Studi pustaka untuk memperoleh dasar teori dari literatur yang relevan
- 2) Kuesioner berisi pertanyaan tertutup yang dibagikan kepada responden melalui Google Form.

### **Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dinilai menggunakan skala Likert lima poin. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi responden, dengan opsi jawaban berkisar dari sangat tidak setuju (skor 1) hingga sangat setuju (skor 5) (Sugiyono, 2020).

### **Teknik Analisis Data**

Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

- 1) Memeriksa validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.
- 2) Mengevaluasi model pengukuran (outer model)
- 3) Menguji model struktural (inner model)
- 4) Melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Hasil pemaparan secara deskriptif terhadap 115 responden memperlihatkan bahwa seluruh variabel penelitian cenderung memiliki nilai positif. Variabel minat penggunaan *digital payment* memperoleh rata-rata 4,148 dengan standar deviasi 0,839 sementara literasi keuangan menunjukkan rata-rata 3,743 dengan standar deviasi 1,025. Selanjutnya, persepsi manfaat menempati posisi tertinggi dengan nilai rata-rata 4,286 (SD 0,766), disusul oleh kepuasan pengguna sebesar 4,099 (SD 0,857) serta *digital savvy* dengan rata-rata 4,070 (SD 0,882). Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang kuat dalam penggunaan digital payment, didukung persepsi manfaat yang positif, tingkat kepuasan yang relatif baik, serta kemampuan digital yang memadai, meskipun

literasi keuangan masih memperlihatkan keragaman jawaban yang cukup tinggi.

## Hasil Analisis

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Sebelum Membuang Item yang Tidak Valid		Setelah Membuang Item yang Tidak Valid	
		Loading Factor	Keterangan	Loading Factor	Keterangan
Minat Penggunaan <i>Digital Payment</i>	Y.1	0.781	Valid	0.816	Valid
	Y.2	0.815	Valid	0.879	Valid
	Y.3	0.791	Valid	0.836	Valid
	Y.4	0.784	Valid	0.868	Valid
	Y.5	0.752	Valid	0.721	Valid
	Y.6	0.542	Tidak Valid		
	Y.7	0.354	Tidak Valid		
	Y.8	0.430	Tidak Valid		
	Y.9	0.593	Tidak Valid		
Literasi Keuangan	X1.1	0.625	Tidak Valid		
	X1.2	0.613	Tidak Valid		
	X1.3	0.605	Tidak Valid		
	X1.4	0.389	Tidak Valid		
	X1.5	0.710	Valid	0.744	Valid
	X1.6	0.681	Tidak Valid		
	X1.7	0.769	Valid	0.821	Valid
	X1.8	0.755	Valid	0.858	Valid
Persepsi Manfaat	X2.1	0.855	Valid	0.873	Valid
	X2.2	0.822	Valid	0.845	Valid
	X2.3	0.756	Valid	0.742	Valid
	X2.4	0.828	Valid	0.816	Valid
	X2.5	0.556	Tidak Valid		
	X2.6	0.815	Valid	0.837	Valid
Kepuasan Pengguna	X3.1	0.827	Valid	0.829	Valid
	X3.2	0.818	Valid	0.822	Valid
	X3.3	0.794	Valid	0.791	Valid
	X3.4	0.796	Valid	0.801	Valid
	X3.5	0.356	Tidak Valid		
	X3.6	0.845	Valid	0.844	Valid
	X3.7	0.804	Valid	0.809	Valid
<i>Digital Savvy</i>	Z.1	0.750	Valid	0.748	Valid
	Z.2	0.775	Valid	0.780	Valid
	Z.3	0.846	Valid	0.845	Valid
	Z.4	0.747	Valid	0.747	Valid
	Z.5	0.765	Valid	0.762	Valid
	Z.6	0.891	Valid	0.893	Valid
	Z.7	0.876	Valid	0.873	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa setelah dilakukan modifikasi pada 11 indikator yang tidak memenuhi kriteria validitas, tersisa 26 indikator dengan nilai *loading factor* >0,70. Kondisi ini menegaskan bahwa indikator-indikator tersebut telah mampu menggambarkan konstruk secara tepat, sehingga dinyatakan valid secara konvergen dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Diskriminan (AVE)

<b>Fornell-Lacker Criterion</b>								
	<b>X1*Z</b>	<b>X2*Z</b>	<b>X3*Z</b>	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>
<b>X1*Z</b>	0.448							
<b>X2*Z</b>	0.234	0.687						
<b>X3*Z</b>	0.215	0.815	0.670					
<b>X1</b>	0.191	-0.003	0.020	0.809				
<b>X2</b>	-0.122	-0.507	-0.355	0.289	0.824			
<b>X3</b>	-0.063	-0.330	-0.336	0.380	0.823	0.816		
<b>Y</b>	-0.197	-0.472	-0.336	0.276	0.750	0.643	0.826	
<b>Z</b>	-0.144	-0.300	-0.250	0.333	0.711	0.707	0.568	0.809

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Setiap konstruk dalam model terbukti memenuhi kriteria validitas diskriminan, yang ditandai dengan nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dibandingkan korelasi dengan konstruk lainnya, serta seluruh nilai AVE memiliki angka  $>0,5$ .

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Composite Reliability</b>
Minat Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.914
Literasi Keuangan	0.850
Persepsi Manfaat	0.913
Kepuasan Pengguna	0.923
<i>Digital Savvy</i>	0.929

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Seluruh konstruk memiliki nilai  $>0,70$ , yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4 Hasil Uji R-Square

Variabel Dependen	R-Square
Minat Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0.570

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Model menunjukkan kemampuan prediktif yang cukup memadai dan dinilai layak, karena nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,570, yang relatif mendekati angka 1. Nilai tersebut termasuk dalam kategori moderat.

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis

<b>Hipotesis</b>	<b>T-Statistic</b>	<b>P-Value</b>	<b>Keputusan</b>
X1→Y	1,197	0,232	Tidak Berpengaruh
X2→Y	4,133	0,000	Berpengaruh
X3→Y	0,810	0,418	Tidak Berpengaruh
Z→Y	0,358	0,720	Tidak Berpengaruh
Z*X1→Y	0,755	0,451	Tidak Berpengaruh
Z*X2 →Y	1,356	0,176	Tidak Berpengaruh
Z*X3→Y	0,597	0,551	Tidak berpengaruh

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 5, variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel Y adalah X2.

## Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa tingkat literasi keuangan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap minat penggunaan *digital payment* ( $t$ -statistic  $<1,98$  dan  $p$ -value  $>0,05$ ). Walaupun sebagian besar responden menilai dirinya memiliki literasi keuangan yang baik, kondisi tersebut tidak tampak pada perilaku maupun minat dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya kesenjangan antara persepsi dan praktik nyata ataupun adanya kecenderungan bias dalam jawaban responden. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan semata belum cukup untuk mendorong adopsi *digital payment* tanpa adanya edukasi yang lebih terarah dan aplikatif. Hasil ini mendukung hasil riset Kurahman et al (2023).

Analisis data mengindikasikan persepsi mengenai manfaat terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *digital payment* ( $t$ -statistic  $>1,98$  dan  $p$ -value  $<0,05$ ). Lebih dari 80% responden menilai layanan ini memudahkan transaksi, memberikan keuntungan tambahan serta menjamin keamanan dengan indikator “kemudahan transaksi” memperoleh skor tertinggi. Namun, masih ada sebagian kecil responden yang cenderung tetap menggunakan metode konvensional sehingga penyedia layanan perlu meningkatkan manfaat baik secara fungsional maupun emosional. Hasil ini mendukung penelitian Ramadhan & Safari (2022).

Hasil analisis *path coefficient* menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak berdampak signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital ( $t$ -statistic  $<1,98$  dan  $p$ -value  $>0,05$ ) meskipun sebagian besar responden merasa puas dengan aspek kecepatan, keamanan dan kenyamanan transaksi, hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan yang bersifat sementara belum cukup untuk mendorong minat penggunaan secara langsung kemungkinan dipengaruhi oleh kendala teknis atau faktor eksternal seperti promosi dan tren sosial. Hasil ini konsisten dengan Wicky (2023).

Hasil analisis *path coefficient* menunjukkan bahwa *digital savvy* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *digital payment* ( $t$ -statistic  $<1,98$  dan  $p$ -value  $>0,05$ ) meskipun mayoritas responden memiliki kemampuan digital yang tinggi, hal ini kemungkinan karena keterampilan digital mereka lebih banyak digunakan untuk hiburan atau komunikasi sosial bukan untuk mengelola keuangan digital, sementara kewaspadaan terhadap risiko keamanan siber turut membatasi minat penggunaan. Berdasarkan *Digital Literacy Framework*, keterampilan digital hanya efektif jika diterapkan pada konteks yang relevan yaitu layanan keuangan digital. Selain itu, menurut TAM, sikap individu terhadap teknologi yang terbentuk dari pengalaman, tingkat kepuasan dan persepsi efektivitas sistem akan memengaruhi niat penggunaan; sehingga pengalaman kurang menyenangkan atau ketidakpuasan dapat menurunkan minat, meskipun pengguna tergolong *digital savvy*.

Hasil analisis mengindikasikan bahwa Literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap minat penggunaan *digital payment* ( $t$ -statistic  $<1,98$  dan  $p$ -value  $>0,05$ ) menunjukkan bahwa pengetahuan finansial responden belum tentu mendorong adopsi teknologi keuangan. Selain itu, kemampuan digital (*digital savvy*) juga tidak memperkuat hubungan tersebut ( $t$ -statistic  $<1,98$  dan  $p$ -value  $>0,05$ ) meskipun sebagian besar responden memiliki literasi keuangan yang memadai dan keterampilan digital yang baik, sehingga faktor lain kemungkinan lebih berperan dalam membentuk minat penggunaan layanan pembayaran digital.

Pengujian mengindikasikan bahwa persepsi mengenai manfaat berdampak secara positif dan signifikan terhadap ketertarikan dalam menggunakan pembayaran digital ( $t$ -statistic  $>1,98$  dan  $p$ -value  $<0,05$ ) sejalan dengan kerangka TAM Fred Davis yang menyatakan bahwa persepsi manfaat mendorong penerimaan teknologi. Sementara itu, *digital savvy* tidak berperan sebagai variabel moderasi, meskipun responden memiliki

keterampilan digital tinggi karena persepsi manfaat termasuk kemudahan, kecepatan, keamanan dan keuntungan tambahan sudah cukup untuk meningkatkan minat penggunaan. Oleh karena itu, upaya mendorong adopsi *digital payment* sebaiknya fokus pada penyampaian manfaat nyata layanan bukan hanya peningkatan literasi digital karena faktor fungsional layanan lebih menentukan niat pengguna.

Analisis menemukan bahwa tingkat kepuasan pengguna tidak berdampak secara signifikan terhadap niat mereka untuk menggunakan pembayaran digital (*t-statistic* <1,98 dan *p-value* >0,05) dan hubungan ini tidak diperkuat oleh *digital savvy* sebagai variabel moderasi. Walaupun sebagian besar responden menilai layanan cepat, aman dan nyaman serta memiliki kemampuan digital yang baik, hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan minat penggunaan. Berdasarkan model TAM, kepuasan seharusnya memengaruhi niat perilaku melalui sikap terhadap penggunaan, yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika persepsi terhadap manfaat dan kemudahan tidak tinggi, kepuasan serta kemampuan digital responden tidak secara otomatis meningkatkan niat mereka untuk menggunakan lebih lanjut.

## KESIMPULAN

Studi ini meneliti pengaruh literasi keuangan, persepsi manfaat, dan kepuasan pengguna terhadap minat dalam menggunakan pembayaran digital, dengan *digital savvy* sebagai variabel moderasi di Kota Tangerang. Hasil analisis PLS mengungkapkan bahwa hanya persepsi manfaat yang memiliki pengaruh signifikan, di mana faktor kemudahan, kecepatan, dan efisiensi meningkatkan minat pengguna. Sementara itu, literasi keuangan, kepuasan, dan tingkat *digital savvy* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Studi ini dibatasi pada pengguna e-wallet di Kota Tangerang dan fokus pada variabel tertentu, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke daerah lain. Saran untuk penelitian selanjutnya meliputi penambahan variabel seperti persepsi risiko, aksesibilitas, pengaruh sosial dan kepercayaan pada penyedia layanan serta penerapan metode campuran untuk pemahaman yang lebih mendalam. Secara praktis, penyedia layanan dianjurkan menambahkan fitur dan edukasi, pemerintah memperluas literasi digital, institusi pendidikan mengintegrasikan literasi keuangan digital dan industri keuangan melakukan segmentasi serta pelatihan bagi pengguna kurang familiar teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adillah Maharani, Rida Prihatni, & Hera Khairunnisa. (2024). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Menganalisis Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Akuntansi Pada UMKM Di Jakarta. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 1–19.
- Amalia Putri, & Hastriana A Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economics*, 1, 6–7.
- Aprilia. (2023). *Digital Savvy adalah: Berikut Pengertian dan Penjelasannya*. Appsensi.
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 1(2).
- Atichasari Sofia Anna, Ristiyana Rida, & Sari Eka Gaziela. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan Pengguna dan Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Penggunaan E-Filing. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 8, 4–4.
- Habib Hidayat. (2023). *Digital Savvy: Pengertian, Contoh Pekerjaan, Manfaat, dan Cara Meningkatkan*. Myrobin.Id.
- Hamid S R, & Anwar M S. (2020). Structural Equating Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis (Abiratno, Nurdianti

- S, & Raksanagara D A, Eds.; 1st ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Kadek Sukayana, & Ni Kadek Sinarwat. (2022). Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali. *Jurnal Explore*, 1–7.
- Kurahman Taufik, Wathan Hubbul, & Marpaung Muslim. (2023). Pengaruh Literasi, Persepsi dan Minat Masyarakat Kabupaten Tapanuli Tengah Terhadap Penggunaan Dompot Digital Sebagai Alat Transaksi Jual Beli Dalam Tinjauan Ekonomi Islam. *Jurnal Koferenasi Nasional Social & Engineering Polmed*, 4, 9.
- Maharani, T., Fatimah, S., Yusuf, A., Singaperbangsa, U., & Abstract, K. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet ShopeePay). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 3. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7633280>
- Nadia Nur Cholifah Rosma. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan GoPay. *Bisnis Dan Ekonomika*.
- Naufal Zaky Ahmad. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Payment Fintech Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang.
- Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. 1(3), 278–297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.222>
- Permatasari, S. V., & Yunita, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spiritual Marketing Terhadap Minat Menggunakan Uang E-Wallet ShopeePay Di Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5. <https://dataindonesia.id/digital/detail/5-dompot-digital-ini-paling->
- Priyatna H E, Pambudi E J, & Dewi Ernawati. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital OVO: Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan. *DIGIBIS: Digital Business Journal*, 1, 3.
- Rahma Yanti, L., & Isnaeni, N. (2022). Najaha Iqtishod Journal of Islamic Economic and Finance Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. 3(3), 157–167.
- Ramadhan, A., & Safari Tamba, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. In 134 *JURNAL ABIWARA* (Vol. 3, Issue 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Rasyid F. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode dan Praktek (1st ed.). Nadi Pustaka offset.
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Afabeta.
- Wicky T. J Laloan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado. *EMBA*.
- Widwasanti I.A.H, & Suarmanayasa I.N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9, 3–3.
- Zarasky, D., & Septiani, N. (2022). Analisis Faktor Kepuasan dan Minat Penggunaan E-Money Flazz BCA di Kota Tangerang. <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/140>