

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN UNTUK MENGADOPSI *E-WALLET* DI INDONESIA

Reyner Ricardo Tandiono
Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya
Indarini

ABSTRAK

Internet sebagai bentuk inovasi teknologi yang perkembangannya sangat pesat, mendukung berbagai inovasi teknologi terutama pada sektor keuangan. *Cashless payment* sebagai salah satu bentuk inovasi teknologi yang mengandalkan internet dalam penggunaannya. Indonesia telah menerapkan metode pembayaran *cashless* yaitu salah satunya *e-wallet* yang termasuk salah satu metode pembayaran *cashless* yang paling populer. Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk mengadopsi *e-wallet* di Indonesia. Pengolahan data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada *software* Amos 22. Data primer digunakan dalam penelitian ini yang diperoleh melalui kuesioner online yang disebarakan kepada masyarakat Indonesia yang menggunakan layanan *e-wallet* dan diperoleh sebanyak 165 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *performance expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *perceived technology security*, dan *hedonic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *consumer adoption of e-wallet* di Indonesia. Sedangkan *innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *consumer adoption of e-wallet* di Indonesia.

Kata kunci: *adoption*, *cashless payment*, UTAUT2, *e-wallet*, Indonesia

FACTORS THAT INFLUENCING CONSUMER TO ADOPT

E-WALLET IN INDONESIA

Reyner Ricardo Tandiono
Marketing Management

Dudi Anandya
Indarini

ABSTRACT

As a part of technological innovation which have a rapid, internet will surely support other innovation technologies especially in the financial sector. Cashless payment is a form of technological innovation which depend on internet upon its usage. Indonesia has applied the adoption of cashless payment method by using e-wallet, which is one of the most popular cashless payment method. This research was conducted to examine the factors that influence consumer to adopt e-wallet in Indonesia. Structural Equation Modeling (SEM) used on Amos 22 software. The primary data used in this study were obtained through online questionnaires which were distributed to Indonesian people who use digital wallet services and obtained as many as 165 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling method. The results of this study state that performance expectancy, facilitating condition, social influence, perceived technology security and hedonic motivation have a significant positive effect on the consumer adoption of e-wallet services in Indonesia. Meanwhile, innovation has no effect on the consumer adoption of e-wallet services in Indonesia.

Keywords: *adoption, cashless payment, UTAUT2, e-wallet, Indonesia*