

BAB II

TINJAUAN KONSEPTUAL & PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. E-Wallet

Dompet elektronik atau *e-wallet* atau *mobile wallet* adalah aplikasi yang dikembangkan oleh bank resmi untuk melakukan transaksi tanpa uang tunai (Singh et al., 2020). Dompet ini dapat menggantikan alat pembayaran tradisional dengan aplikasi seluler yang dilengkapi dengan informasi kartu bank atau memungkinkan pengguna menghemat uang dan bertransaksi langsung dari aplikasi (Sharma et al., 2018). Jalur utama menuju adopsi *cashless* atau tanpa uang tunai adalah dengan melihat niat konsumen untuk menggunakannya (Singh et al., 2020). Studi-studi tersebut menekankan pada satu lokasi demografis dan *target on general users*.

2.2. Generasi Y dan Z

Pada tahun 2020, pengguna berusia 30 tahun ini tergolong sebagai generasi Y dan Z atau generasi millennial karena mereka lahir antara periode 1981 hingga 1996 dan generasi Z mereka yang lahir pada periode 1997 hingga 2012 (katadata.co.id). Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah penduduk Y dan Z Indonesia generasi mendominasi jumlah penduduk. Generasi Y dan Z memiliki pengaruh yang paling menonjol dalam bisnis Indonesia (setidaknya untuk sepuluh tahun ke depan), karena sebagian besar generasi Y dan Z berada dalam usia produktif (Santoso, 2017). Sebagian besar generasi Y lahir dari orang tua dengan latar belakang keuangan yang solid dan dipersiapkan dalam lingkungan yang kaya secara kontekstual. Bagi generasi Y dan Z, *smartphone* telah menjadi bagian penting dari kehidupan mereka. *Smartphone* tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi (telepon dan *chatting*) tetapi juga digunakan untuk mengakses berbagai informasi dan transaksi *online*. Sebuah studi di negara berkembang oleh Cheng et al. (2018) menunjukkan bahwa 98% responden generasi Y dan Z pernah menggunakan *smartphone*, namun hanya 50% responden yang pernah menggunakan *e-wallet*, karena sebagian besar responden masih lebih menyukai pembayaran tunai daripada *e-wallet*.

2.3. Subjective Norms

Subjective norms adalah tekanan sosial yang dirasakan yang berasal dari referensi penting tertentu, seperti kerabat, teman, dan orang lain yang terkait dengan individu, untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Perilaku orang-orang ini dapat memengaruhi bagaimana individu memandang teknologi tertentu dan bahkan bagaimana mereka berperilaku sendiri. Individu cenderung berperilaku seperti yang diharapkan oleh referensi ini (Liébana-Cabanillas et al., 2017; Liébana-cabanillas et al., 2017). *Subjective norms* seperti yang ditunjukkan Davis (1989), adalah konstruk yang berhubungan dengan pengaruh sosial. Hal ini juga didukung oleh de Luna dkk. (2018) dan Cheung & Lee (2010). Pengaruh sosial meliputi tiga aspek: kepatuhan (*subjective norms*), internalisasi (*group norms*) dan identifikasi (*social identity*) (Cheung & Lee, 2010). Pengaruh sosial merupakan konstruk signifikan yang mempengaruhi adopsi teknologi. Lu dkk. (2011) menyarankan bahwa pengaruh sosial berpotensi menjadi penentu penting adopsi teknologi seluler. Schierz dkk. (2010) mendefinisikan konsep *subjective norms* dalam konteks pembayaran seluler sebagai sejauh mana lingkungan sosial individu memandang pembayaran seluler sebagai hal yang diinginkan.

2.4. Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) dijelaskan oleh Davis (1989), merupakan model yang paling populer dan berpengaruh untuk menggambarkan penerimaan tunggal dari penggunaan sistem teknologi informasi. TAM digunakan untuk mengukur adopsi teknologi informasi, dan diketahui sangat kuat secara teoritis dan sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi alasan penerimaan teknologi baru pengguna (Nunes et al., 2018). Para peneliti sebelumnya telah bersikeras bahwa TAM adalah model yang sah yang mencerminkan kerangka teoritis penting untuk mengklarifikasi dan memprediksi perilaku penerimaan teknologi (Abdullah et al., 2016). TAM menggunakan dua keyakinan mendasar dalam menentukan sikap terhadap teknologi dan penerimaan aktual, keduanya adalah *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease to use* (PEU). PU menilai bahwa teknologi akan digunakan bila dapat meningkatkan kinerja. Dalam artikelnya, Davis (1989) mendefinisikan

PU sebagai keyakinan yang mendorong pengambilan keputusan. PU pada dasarnya mengacu pada tindakan pekerjaan yang lebih efisien dan efektif serta mengurangi waktu untuk menyelesaikan pekerjaan. Banyaknya pengguna yang terlibat dalam penggunaan teknologi ditentukan dari sejauh mana teknologi dapat memaksimalkan kinerja pengguna (Lock, 2015). Selain itu, PEU menilai bahwa teknologi akan diadopsi jika tidak terlalu ribet dalam menggunakannya (Hubert et al., 2019). Davis (1989) mendefinisikan PEU sebagai keyakinan seseorang akan kenyamanan menggunakan suatu sistem.

2.5. *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness adalah tahap di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Dengan adanya manfaat yang dapat meningkatkan produktivitas seseorang dan manfaat yang ditawarkan dalam menggunakan produk dan jasa dapat membuat seseorang tertarik untuk mencoba dan manfaat dapat membuat pengguna untuk selalu menggunakan produk dan jasa tersebut. Semakin besar manfaat yang diberikan dapat mempengaruhi perilaku seseorang. berbelanja produk dan menggunakan layanan melalui telepon seluler lebih besar (Lwoga & Lwoga, 2017).

2.6. *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diterapkan mudah dan tidak membebani mereka. *Perceived ease of use* menjelaskan sejauh mana calon pengguna mengharapkan teknologi baru bebas dari usaha lebih untuk menggunakannya. Ini juga didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna mengharapkan sistem menjadi *friendly*. Dengan adanya rasa mudah digunakan bagi pengguna tentunya merupakan hal yang baik yang membuat masyarakat tertarik untuk mencoba dan merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi baru sehingga dapat membuat pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut. *Perceived Ease to Use* tergantung pada kemampuan konsumen itu sendiri, untuk menerapkan sistem inovasi baru dan dapat mengevaluasi manfaatnya dengan mudah (Davis, 1989).

2.7. *Intention to Use*

Menurut Fishbein dan Ajzen (2011), *intention to use* adalah sejauh mana seseorang berniat untuk menggunakan suatu produk. Beberapa faktor yang digunakan untuk menggambarkan niat menggunakan dompet digital, seperti *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived of risk, social influence, price, trust* (Lim et al., 2019).



2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
1.	<i>The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia</i> (Aji, Berakon, & Riza, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Intention to Use</i> (INT), - <i>Subjective Norm</i> (SN), - <i>Perceived ease of use</i> (PEU), - <i>Perceived usefulness</i> PU), - <i>Knowledge about Riba</i> (KR) sebagai variabel Moderasi 	Sampel sebanyak 253 dikumpulkan menggunakan kuesioner <i>online</i> . Data diperiksa dengan menggunakan model persamaan struktural (SEM). Teknik moderasi interaksi digunakan untuk menyelidiki peran moderasi <i>Knowledge about Riba</i> pada niat menggunakan uang elektronik.	SN → PU : (+) signifikan SN → PEU : (+) signifikan PEU → INT : (+) signifikan PU → INT : (+) signifikan PU → PEU → INT : tidak berpengaruh
2	<i>COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia</i> (Aji, Berakon, & Husin, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Covid-19 Risk</i> - <i>Government Support</i> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Intention Use E-Wallet</i> - <i>Country Group Indonesia vs Malaysia</i> sebagai variabel kontrol 	259 responden dari Indonesia dan 207 dari Malaysia. Model diuji dengan menggunakan pendekatan PLS-Structural Equation Modeling (SEM).	<i>Perceived Covid-19 Risk</i> → <i>Government support</i> : (+) signifikan <i>Perceived Covid-19 Risk</i> → <i>Perceived Usefulness</i> : (+) signifikan <i>Government support</i> → <i>Perceived Usefulness</i> : (+) signifikan <i>Perceived Covid-19 Risk</i> → <i>Intention to use</i> : (+) signifikan <i>Government support</i> → <i>Intention to use</i> : tidak berpengaruh <i>Perceived Usefulness</i> → <i>intention to use</i> : (+) signifikan

No	Judul, Penulis (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
3	<p><i>Mediating Role of Attitude, Subjective Norm And Perceived Behavioural Control In The Relationships Between Their Respective Salient Beliefs And Behavioural Intention To Adopt E-Learning Among Instructors In Jordanian Universities</i></p> <p>(Altawallbeh et al., 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Normative belief Control</i> - <i>Internet Self-Efficacy Perceived</i> - <i>Perceived Accessibility</i> - <i>University Support</i> - <i>Attitude toward adopting e-learning</i> - <i>Subjective norm regarding adopting e-learning</i> - <i>Perceived behavioural control over adopting e-learning</i> - <i>Behavioural intention to adopt e-learning</i> 	<p>Sampel penelitian ini terdiri dari instruktur dari tiga Universitas negeri dan tiga universitas swasta di Yordania yang telah memperkenalkan e-learning, Sebanyak 360 instruktur dari enam universitas menanggapi survei, 245 di antaranya dapat digunakan. Analisis data menggunakan Regresi Linear berganda</p>	<p><i>Subjective norm</i> → <i>intention to adopt e-learning</i> : (+) signifikan</p>
4	<p><i>Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services Comprendiendo</i></p> <p>(Ariffin et al., 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived ease to use</i> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Attitude</i> - <i>Subjective Norm</i> - <i>Disconfirmation</i> - <i>Perceived Behavioral Control</i> - <i>User Satisfaction</i> - <i>Perceived value</i> - <i>Intention to continues use</i> 	<p>257 pengguna e-wallet berpartisipasi dalam survei online dan hipotesis diuji dengan SPSS/PLS-SEM.</p>	<p>Konstruksi TAM pada teori perilaku yang direncanakan dan kepuasan pengguna mempengaruhi <i>intention to use</i>. Namun, <i>perceived value</i> tidak memperkuat hubungan antara <i>user satisfaction</i> dan <i>e-wallet usage intention</i>.</p>

No	Judul, Penulis (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
5	<p><i>The Influence of Subjective Norm on Intention to Use of Learning Management System Among Malaysian Higher Education Students</i> (Baleghi-Zadeh et al., 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Subjective Norms</i> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Perceived ease of use</i> - <i>Behavior Intention to Use</i> 	<p>Analisis data menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM). Partisipan dalam penelitian ini adalah 216 mahasiswa S1 FKIP semester II tahun ajaran 2012-2013 yang dipilih melalui cluster sampling.</p>	<p>Hasil penelitian mengungkapkan bahwa model yang diusulkan menyumbang 31,1% varians <i>intention to use</i>.</p>
6	<p><i>An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam</i> (Do & Do, 2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Compatibility</i> - <i>Intention to Use</i> - <i>Perceived Convenience</i> - <i>Perceived Ease to Use</i> - <i>Perceived Trust</i> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Reputation</i> - <i>Social Influence</i> 	<p>Metode kuantitatif telah diadopsi untuk mengumpulkan data dari 170 pengguna Generasi Z. SmartPLS 3.0 diterapkan untuk menguji hipotesis yang dibangun.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung antara <i>Compatibility</i>, <i>Perceived Ease of Use</i>, <i>Perceived Trust</i> dan <i>Social Influence</i> terhadap niat untuk mengadopsi dompet Elektronik, atau kedua faktor tersebut dimediasi oleh <i>Perceived Convenience</i>, <i>Perceived Usefulness</i>, dan <i>Reputation</i>. Selain itu, temuan penelitian menyoroti peran <i>Perceived Usefulness</i> sebagai penentu niat Generasi Z untuk menggunakan E-Wallet.</p>

No	Judul, Penulis (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
7	<p><i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet</i></p> <p>(Effendy et al., 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Perceived ease to use</i> - <i>Social influence</i> - <i>Intention to use</i> 	<p>Sampel yang digunakan adalah 137 responden dari total populasi 160 siswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>non-probability sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i>. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah IBM SPSS 23.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease to use</i> terhadap <i>intention to use</i>. Namun ternyata <i>social influence</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap <i>intention to use</i>.</p>
8	<p><i>The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal</i></p> <p>(Foster et al., 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Product knowledge</i> - <i>Usage decisions</i> - <i>Perception of benefit</i> - <i>Risk perception</i> 	<p>Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia yang menggunakan <i>Go-Pay</i> untuk melakukan transaksi di Warunk Upnormal Cabang Dipatiukur Jawa Barat Indonesia. Teknik pengambilan sampel <i>non-probability sampling</i>. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 siswa Indonesia. Selanjutnya metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan <i>structural equation modeling (SEM)</i>.</p>	<p>pengetahuan produk akhir dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel <i>perception of benefit</i> tidak berpengaruh terhadap <i>usage decisions</i>.</p>

No	Judul, Penulis (th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
9	<p><i>Predicting mobile network operators' users m-payment intention.</i></p> <p>(Leong et al., 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived security</i> - <i>Perceived compatibility</i> - <i>User mobility</i> - <i>Personal innovativeness</i> - <i>Intention to use</i> - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Perceived ease of use</i> 	<p>Sampel merupakan pengguna pembayaran <i>online</i> sebanyak 194 responden. Metode analisis menggunakan <i>Partial least square structural equation modeling</i> (PLS-SEM)</p>	<p><i>Perceived Usefulness</i> dan <i>perceived ease to use</i> memediasi hubungan antara kompatibilitas yang dirasakan (PC) dan niat untuk menggunakan pembayaran seluler untuk layanan operator jaringan seluler</p>
10	<p><i>Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets</i></p> <p>(Yang et al., 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Social Influence</i> - <i>Facilitating Conditions</i> - <i>Lifestyle Compatibility</i> - <i>Perceived Trust</i> - <i>Intention to Use an e-Wallet</i> 	<p>Metode penelitian kuantitatif <i>cross-sectional</i> dengan jumlah 501 responden menggunakan <i>Google Form</i>. Metode penelitian menggunakan <i>partial least square structural equation modeling</i> (PLS-SEM)</p>	<p><i>perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, lifestyle compatibility, and perceived trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use an e-wallet on</i>. Pada penelitian ini menunjukkan dampak mediasi dari <i>intention to use e-wallet</i> pada korelasi antara prediktor dan <i>adopsi e-wallet</i>. Usia dan jenis kelamin responden memoderasi pengaruh kompatibilitas gaya hidup terhadap <i>intention to use e-wallet</i>.</p>

Hasil penelitian-penelitian terdahulu terkait pengaruh *subjective norms* terhadap *intention to use* serta *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* sebagai variabel mediasi terangkum dalam tabel 2.2.

Tabel 2.2
Rangkuman hasil kajian empiris

Pengaruh	Author / tahun	Hasil
<i>subjective norm</i> terhadap <i>perceived usefulness</i>	(Aji, Berakon, & Riza, 2020) (Ariffin et al., 2021) (Baleghi-Zadeh et al., 2014)	(+) <i>significant</i>
<i>subjective norm</i> terhadap <i>perceived ease to use</i>	(Ariffin et al., 2021) (Baleghi-Zadeh et al., 2014)	(+) <i>significant</i>
<i>perceived usefulness</i> terhadap <i>intention to use</i>	(Aji, Berakon, & Riza, 2020) (Aji, Berakon, & Husin, 2020) (Ariffin et al., 2021) (Baleghi-Zadeh et al., 2014) (Do & Do, 2020) (Effendy et al., 2021) (Leong et al., 2021) (Yang et al., 2021)	(+) <i>significant</i>
	(Foster et al., 2022)	<i>Not significant</i>
<i>perceived ease to use</i> terhadap <i>intention to use</i>	(Aji, Berakon, & Riza, 2020) (Ariffin et al., 2021) (Baleghi-Zadeh et al., 2014) (Effendy et al., 2021) (Leong et al., 2021) (Yang et al., 2021)	(+) <i>significant</i>
<i>subjective norm</i> terhadap <i>intention to use</i>	(Altawallbeh et al., 2015) (Yang et al., 2021)	(+) <i>significant</i>
	(Effendy et al., 2021)	<i>Not significant</i>

2.9. Pengembangan Hipotesis

2.9.1. Hubungan antara *subjective norm*, *perceived usefulness*, *perceived ease to use*

Davis (1989) mengembangkan TAM untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Model tersebut sangat dipengaruhi oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM pertama menunjukkan bahwa penggunaan aktual pelanggan dari sistem baru dipengaruhi oleh *intention to use*, *attitude*, *perceived ease to use* (PEU) dan *perceived usefulness* (PU) dari sistem informasi atau teknologi baru, dan variabel eksternal yang tidak teramati. Malhotra dan Galletta

(1999) berpendapat bahwa faktor sosial harus diperhitungkan dalam TAM. Oleh karena itu, Venkatesh dan Davis (2000) kemudian memperluas TAM menjadi TAM2 dengan menambahkan variabel sosial dan variabel instrumental kognitif yang dihasilkan PEU. Setelah itu, banyak peneliti menganggap SN sebagai tambahan untuk TAM. Fishbein (2011) mendefinisikan SN sebagai sejauh mana seseorang dapat mempercayai dan melakukan aktivitas tertentu berdasarkan apa yang dilakukan orang lain yang penting. Keyakinan normatif yang bersifat sosial dimaksudkan untuk melakukan atau tidak tindakan tertentu. Teori identitas sosial dan klasifikasi diri menyatakan bahwa keanggotaan dalam kelompok sosial dapat mengidentifikasi individu (Taylor et al., 2013). Dengan demikian maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *subjective norm* berpengaruh terhadap *perceived usefulness e-wallet*.

H2: *Subjective norm* berpengaruh terhadap *perceived ease to use e-wallet*.

2.9.2. Hubungan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *intention to use e-wallet*

TAM menggunakan dua keyakinan mendasar dalam menentukan sikap terhadap teknologi dan penerimaan aktual, keduanya adalah *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease to use* (PEU). *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan subjektif calon konsumen bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam konteks organisasi (Davis, 1989). Dalam penelitian sebelumnya, banyak peneliti telah mempertimbangkan manfaat yang dirasakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *intention to use* teknologi informasi baru salah satunya adalah *perceived usefulness* (Aji, Berakon, & Md Husin, 2020 melakukan penelitian dengan menggunakan sampel sebanyak 253 dikumpulkan menggunakan kuesioner *online* dan hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet* dan hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji, Berakon, & Riza, 2020; Ariffin et al., 2021; Baleghi-Zadeh et al., 2014; Do & Do, 2020; Effendy et al., 2021; Leong et al., 2021; Yang et al., 2021). Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, *Perceived usefulness* secara positif dan signifikan *intention to use* konsumen.

Perceived ease to use didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa menggunakan sistem tertentu adalah mudah atau hanya mudah dilakukan (Davis, 1989). Untuk alasan ini, ini dianggap sebagai salah satu kualitas yang memiliki dampak terbesar pada penerimaan teknologi baru. Ada beberapa peneliti yang bereksperimen pada persepsi kemudahan penggunaan dan niat pengguna untuk menggunakan teknologi dan sebagian besar temuan menunjukkan *perceived ease to use* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *intention to use* (Aji, Berakon, & Riza, 2020; Ariffin et al., 2021; Baleghi-Zadeh et al., 2014; Effendy et al., 2021; Leong et al., 2021; Yang et al., 2021). Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

H3: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet*.

H4: *Perceived ease to use* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet*.

2.9.3. Hubungan antara *subjective norm* terhadap *intention to use e-wallet*

Di TRA, SN adalah anteseden langsung dari niat perilaku (Fishbein & Ajzen, 2011). Setelah menyadari kemungkinan besar tekanan sosial pada niat perilaku, Venkatesh dan Davis (2000) mengembangkan TAM2. Di TAM2, SN diatur untuk menjadi prediktor langsung dan tidak langsung dari niat perilaku. Teori tersebut dibuktikan secara empiris dengan beberapa penelitian. Samodra dan Mariani (2013) menemukan bahwa kemauan menggunakan media sosial oleh generasi Z Indonesia dipengaruhi secara signifikan oleh SN. SN ditemukan secara signifikan mempengaruhi niat perilaku dalam konteks teknologi augmented Cheung et al. (2002). Penelitian sebelumnya juga melaporkan temuan yang tidak signifikan SN terhadap *intention to use* (Effendy et al., 2021). Namun Altawallbeh et al (2015) Sampel penelitian ini terdiri dari instruktur dari tiga Universitas negeri dan tiga universitas swasta di Yordania yang telah memperkenalkan e-learning dan Yang et al (2021) melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif *cross-sectional* dengan jumlah 501 responden menggunakan *Google Form* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun hasilnya tidak konsisten, namun, sebagian besar penelitian melaporkan *subjective norm* berpengaruh terhadap

intention to use. Dengan demikian maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

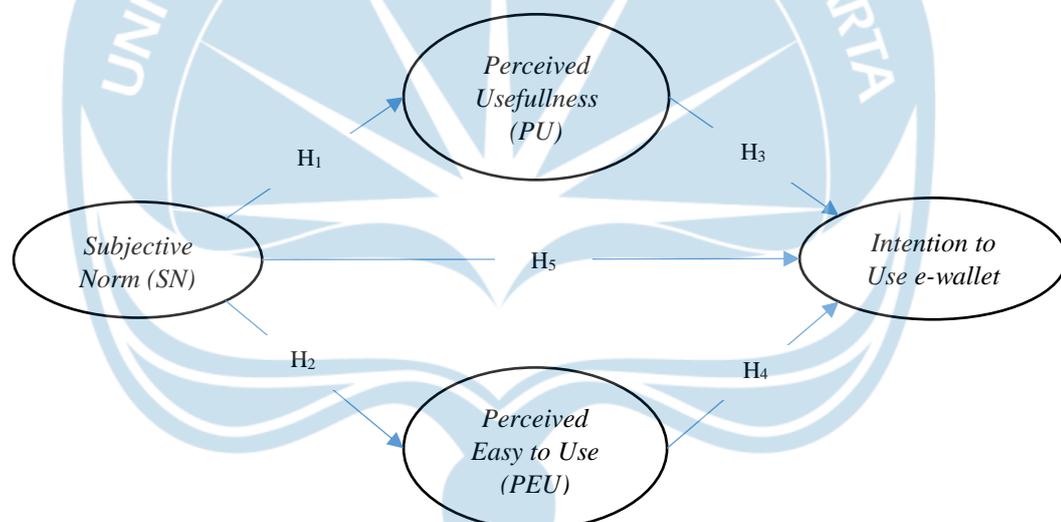
H5: *Subjective norm* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet*.

H6: *subjective norm* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet* melalui *perceived usefulness*.

H7 : *subjective norm* berpengaruh terhadap *intention to use e-wallet* melalui *perceived ease to use*.

2.10. Model Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan uraian pengembangan hipotesis diatas, peneliti menggambarkan kerangka model penelitian seperti berikut:



Catatan: Pengaruh mediasi H6 dan H7 tidak digambarkan pada model penelitian ini

Gambar 2.1. Kerangka Model Penelitian

Sumber : (Aji, Berakon, & Husin, 2020; Ariffin et al., 2021)