

**DETERMINAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL: PERBEDAAN
ANTARA GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

AI ZULFAH TSAMROTUL PUADAH

NIM: 19108010069

PEMBIMBING:

Dr. ABDUL QOYUM, S.E.I., M.Sc.Fin.

NIP: 19850630 201503 1 007

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1256/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL: PERBEDAAN ANTARA GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AI ZULFAH TSAMROTUL PUADAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19108010069
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



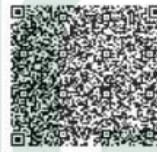
Ketua Sidang
Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin.
SIGNED

Valid ID: 64e6cfecc58d8



Penguji I
Lailatis Syarifah, M.A.
SIGNED

Valid ID: 64e57e614c26b



Penguji II
Drs. Slamet Khilmi, M.SI.
SIGNED

Valid ID: 64e4614c37e17



Yogyakarta, 18 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64e6d87c08c46

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Ai Zulfah Tsamrotul Puadah

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di - Yogyakarta

Assalamualikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ai Zulfah Tsamrotul Puadah

NIM : 19108010069

Judul Skripsi : **Determinan Penggunaan Dompot Digital: Perbedaan antara Generasi Milenial dan Generasi Z**

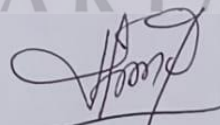
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Wassalamualaikum Wr. Wb.
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 08 Agustus 2023

Pembimbing Skripsi,



Dr. ABDUL QOYUM, S.E.I., M.Sc.Fin.

NIP: 19850630 201503 1 007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ai Zulfah Tsamrotul Puadah
NIM : 19108010069
Tempat/Tgl. Lahir : Majalengka, 24 November 2000
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Determinan Penggunaan Dompot Digital: Perbedaan antara Generasi Milenial dan Generasi Z”** merupakan hasil penyusunan sendiri, bukan karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



nyusun,
Ai Zulfah Tsamrotul Puadah

NIM. 19108010069

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai salah satu civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ai Zulfah Tsamrotul Puadah
NIM : 1910810069
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Penggunaan Dompot Digital: Perbedaan antara Generasi Milenial dan Generasi Z”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 03 Agustus 2023



Ai Zulfah Tsamrotul Puadah

NIM. 19108010069

HALAMAN MOTTO

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila telah selesai dengan suatu pekerjaan, maka teruslah bekerja keras untuk pekerjaan yang lain.

Al-Insyirah



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk ketiga orang tua saya, Ibu Momoh Arimah, Bapak Totoh Abdul Fattah, dan Ibu Ipah Saripah yang telah memberikan banyak dukungan dan doa serta mendukung semua impian saya. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan tempat yang nyaman untuk menuntuk ilmu.



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 053b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	De
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Za	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syiin	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Zā'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
ع	Gain	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Wāwu	w	W
ه	Hā'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Dtiulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta 'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

Semua ta' marbutah ditulis dengan h, baik berada di akhir kata Tunggal ataupun berada ditengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap

dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---َ---	Fathah	Ditulis	a
---ِ---	Kasrah	Ditulis	i
---ُ---	Ḍammah	Ditulis	u

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
نُكِر	Kasrah	Ditulis	<i>zūkira</i>
ينهب	Ḍammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهليّة	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ā</i>
تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>

4. Dammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fathah + wāwu mati	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>'uiddat</i>
لنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamarriyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوَى الْفُرُوض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūḍ</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Determinan Penggunaan Dompot Digital: Perbedaan antara Generasi Milenial dan Generasi Z”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. serta keluarga dan sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Lailatis Syarifah, Lc. M.A. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku pembimbing skripsi yang sangat baik dalam membimbing penulis, serta selalu memberikan arahan, saran, kritik, dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga proses akhir penulisan.
6. Jajaran dosen dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kepada keluarga tercinta penulis, terlebih khusus untuk ketiga orang tua saya, Ibu Momoh Arimah, Bapak Totoh Abdul Fattah, dan Ibu Ipah Saripah,

untuk adik kecil saya Aiz Rojil Guvron serta seluruh keluarga yang selalu mendukung penulis.

8. Kepada saudari Elin Yulianingsih yang sangat baik dan kontributif dalam penyelesaian skripsi.
9. Kepada teman bimbingan penulis, Isnaeni Nurrahmawati yang selalu menemani dan selalu baik kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan satu angkatan Ekonomi Syariah 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
11. Seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam memberikan do'a, dukungan, bantuan, dan penyemangat kepada penulis.

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

Penulis,



Ai Zulfah Tsamrotul Puadah

NIM. 19108010069

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Sejarah Uang	14
2. Jenis Uang	19
3. Uang dalam Islam.....	21
4. Dompot Digital	22
5. TAM	26
6. Teori Generasi	33
7. Pendapatan.....	40
B. Telaah Pustaka	41

C. Pengembangan Hipotesis	55
D. Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Jenis penelitian	58
B. Populasi dan Sampel	58
C. Definisi Operasional Variabel.....	60
D. Metode Pengumpulan Data	60
E. Teknik Analisis Data.....	62
F. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	63
1. Evaluasi outer model reflektif	66
2. Evaluasi inner model	68
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Analisis Statistik Deskriptif	71
C. Perancangan Jalur SEM-PLS	138
D. Analisis Evaluasi Outer Model Reflektif	140
E. Analisis Evaluasi Inner Model.....	148
F. Pengujian Hipotesis.....	150
G. Pembahasan Hasil Penelitian	151
BAB V PENUTUP.....	163
A. Kesimpulan	163
B. Keterbatasan.....	165
C. Saran.....	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Berdasarkan Generasi	72
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	74
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden Berdasarkan Generasi	76
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	77
Tabel 4.6 Status Pekerjaan Responden Berdasarkan Generasi	78
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	80
Tabel 4.8 Pendapatan Perbulan Responden Berdasarkan Generasi	81
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Pertama Kali Mengetahui Dompot Digital....	83
Tabel 4.10 Responden Mengetahui Dompot Digital Pertama Kali Berdasarkan Generasi.....	84
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Pertama Kali Menggunakan Dompot Digital	86
Tabel 4.12 Pertama Kali Responden Menggunakan Dompot Digital Berdasarkan Generasi.....	87
Tabel 4.13 Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan	88
Tabel 4.14 Alasan Penggunaan Dompot Digital Oleh Responden Berdasarkan Generasi.....	90
Tabel 4.15 Responden Berdasarkan Dompot Digital yang Digunakan.....	92
Tabel 4. 16 Dompot Digital yang Digunakan Responden Berdasarkan Generasi	93
Tabel 4.17 Responden Berdasarkan Layanan yang Paling Sering Digunakan	94
Tabel 4.18 Layanan yang Paling Sering Digunakan Responden Berdasarkan Generasi.....	95
Tabel 4.19 Responden Berdasarkan Besaran Sekali Top-Up	97
Tabel 4.20 Besaran Sekali Top-Up Responden Berdasarkan Generasi	98
Tabel 4.21 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	100
Tabel 4.22 Frekuensi Penggunaan Responden Berdasarkan Generasi	101
Tabel 4.23 Responden Berdasarkan Penggunaan Tanpa Promo.....	102
Tabel 4.24 Penggunaan Tanpa Promo Responden Berdasarkan Generasi	103
Tabel 4.25 Responden Berdasarkan Layanan Tanpa Promo	104
Tabel 4.26 Layanan Tanpa Promo yang Dipilih Responden Berdasarkan Generasi	106
Tabel 4.27 Responden Berdasarkan Aplikasi yang Digunakan Tanpa Promo ...	108
Tabel 4.28 Aplikasi Tanpa Promo yang Digunakan Responden Berdasarkan Generasi.....	109
Tabel 4.29 Responden Berdasarkan Persepsi Manfaat	111
Tabel 4.30 Persepsi Manfaat Responden Generasi Milenial	114
Tabel 4.31 Persepsi Manfaat Responden Generasi Z.....	117
Tabel 4.32 Responden Berdasarkan Persepsi Kemudahan	120
Tabel 4.33 Persepsi Kemudahan Responden Generasi Milenial	123

Tabel 4.34 Persepsi Kemudahan Responden Generasi Z.....	125
Tabel 4.35 Responden Berdasarkan Pendapatan	129
Tabel 4.36 Pendapatan Responden Generasi Milenial.....	131
Tabel 4.37 Pendapatan Responden Generasi Z.....	133
Tabel 4.38 Responden Berdasarkan Penggunaan Dompot Digital	136
Tabel 4.39 Penggunaan Dompot Digital Responden Generasi Milenial.....	137
Tabel 4.40 Penggunaan Dompot Digital Responden Generasi Z.....	137
Tabel 4.41 Evaluasi Outer Model Semua Responden.....	140
Tabel 4.42 Evaluasi Outer Model Generasi Milenial dan Generasi Z	144
Tabel 4.43 R-Square Semua Responden	149
Tabel 4.44 R-Square Generasi Milenial dan Generasi Z	149
Tabel 4.45 Hasil Uji T-Statistik	150
Tabel 4.46 Koefisien Generasi Milenial dan Generasi Z.....	160



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penggunaan Dompet Digital di Indonesia	7
Gambar 4.1 Tahun Lahir Responden	73
Gambar 4.2 Perancangan Inner Model.....	139
Gambar 4.3 Perancangan Outer Model.....	139



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan pendapatan terhadap penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dan generasi z. Selain itu, diamati pula perbedaan penggunaan dompet digital oleh kedua generasi tersebut. Setelah dianalisis menggunakan SEM-PLS, hasilnya pada generasi milenial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh signifikan, persepsi manfaat dan pendapatan tidak berpengaruh. Sementara itu, pada generasi z hanya persepsi manfaat yang tidak berpengaruh signifikan, persepsi kemudahan, dan pendapatan berpengaruh signifikan.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Pendapatan, Dompet Digital, Generasi Milenial, dan Generasi Z, SEM-PLS.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and income on the use of digital wallets by the millennial and z generations. In addition, differences in the use of digital wallets by the two generations were also observed. After being analyzed using SEM-PLS, the results for the millennial generation are only perceived ease of use that have a significant effect, perceived usefulness and income have no effect. Meanwhile, in the z generation, only perceived usefulness have no significant effect, perceived ease of use and income have a significant effect.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Income, Digital Wallet, Millennial Generation, and Generation Z, SEM-PLS.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu instrumen perekonomian yang sangat penting dan memiliki fungsi yang vital dalam semua kegiatan ekonomi adalah uang. Dalam kehidupan sehari-hari uang memiliki fungsi penting untuk dapat memperoleh barang dan jasa, serta kebutuhan hidup lainnya. Choudhury (1997) dalam bukunya menyebutkan bahwa uang merupakan invensi besar yang ditemukan dalam peradaban ekonomi. Posisi uang dalam satu sistem ekonomi sangat strategis dan sulit untuk digantikan oleh variabel lainnya. Bahkan uang bisa disebut sebagai bagian yang terintegrasi dalam satuan sistem ekonomi.

Uang juga dikenal sebagai sistem pembayaran yang sah dan diakui oleh negara serta dapat diterima secara umum oleh seluruh masyarakat di wilayah tertentu (Sari, 2016). Awal diciptakan, uang hanya berfungsi sebagai alat tukar. Akan tetapi, seiring perkembangan manusia dalam memenuhi kebutuhan ekonominya, fungsi uang terus berkembang dan bertambah seperti yang saat ini dikenal luas (Solikin & Suseno, 2002). Sistem pembayaran yang beredar di masyarakat terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Dimulai dengan memenuhi kebutuhan sendiri dari alam hingga penggunaan dompet digital yang saat ini marak digunakan.

Pada peradaban awal, setiap individu berperan sebagai produsen dan konsumen sekaligus yang bergantung sepenuhnya pada alam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Seiring berjalannya waktu, barang yang diproduksi oleh

masing-masing individu tidak dapat memenuhi kebutuhan, akhirnya setiap individu berinteraksi satu sama lain untuk saling tukar menukar, baik berupa barang dengan barang maupun barang dengan jasa. Pertukaran inilah yang akhirnya dikenal dengan sistem barter. Oleh karena itu, barter juga menjadi sistem transaksi pertama yang digunakan oleh manusia (Marthon, 2004).

Barter menunjukkan bahwa adanya keinginan yang sama pada waktu yang bersamaan dari pihak yang melakukannya. Perbedaan nilai barang dalam melakukan pertukaran menghasilkan kendala ketika melakukan barter. Banyak individu yang tidak sepakat dengan nilai pertukaran yang dilakukan. Selain itu, pada beberapa kondisi dimana barang yang ingin ditukar tidak dibutuhkan pihak lain sehingga barter tidak dapat terjadi. Karena itu, diciptakan alat tukar yang dapat diterima oleh semua pihak yang kemudian disebut dengan uang. Hasan (2005) mengungkapkan bahwa pada awal mula penciptaannya manusia menetapkan beberapa barang dasar yang dimiliki oleh semua orang sebagai standar pembayaran. Bangsa Arab menggunakan unta dan kambing, orang-orang Tibet menggunakan teh, dan penduduk Eropa menggunakan garam. Pembayaran menggunakan barang tersebut dikenal dengan nama uang barang (*commodity money*).

M. E. Nasution et al., (2006) mengemukakan syarat suatu barang bisa dijadikan sebagai uang barang yaitu kelangkaan (*scarcity*) dimana barang tersebut terbatas jumlahnya, barang tersebut memiliki daya tahan yang lama, dan nilai yang tinggi sehingga tidak memerlukan jumlah yang banyak dalam setiap transaksi. Seiring berjalannya waktu, penggunaan uang barang juga

menemui kendala. Uang barang yang digunakan tidak memiliki pecahan, sulit disimpan dan sulit diangkut terutama pada jumlah yang sangat banyak. Hal itu menyebabkan penggunaan uang akhirnya bergeser pada logam mulia seperti emas dan perak.

Penggunaan emas dan perak dipilih sebagai uang karena kelebihanannya yang dapat dipecah menjadi bagian kecil dan tidak mudah rusak. Akan tetapi, penggunaan emas dan perak sebagai uang juga mengalami pasang surut. Hal ini karena terbatasnya jumlah emas dan perak serta mahalnya biaya tambang logam mulia tersebut (McKinnon, 1996). Selanjutnya, selain emas dan perak, tembaga juga digunakan sebagai uang karena cara memperolehnya yang lebih mudah sehingga harganya pun menjadi lebih murah dibandingkan logam mulia sebelumnya. Penggunaan tembaga sebagai uang jauh lebih diminati oleh masyarakat mengalahkan emas dan perak.

Logam mulia yang digunakan sebagai uang menemui masalah khususnya dalam transaksi berjumlah besar. Sulitnya pengangkutan dan tingginya risiko perampokan menimbulkan masalah baru. Karena itu, banyak lembaga keuangan swasta atau pemerintah yang mulai menyimpan sertifikat berharga yang mampu mewakili logam mulia tersebut. Sertifikat tersebut akan didukung sepenuhnya oleh nilai logam mulia yang disimpan ditempat penyimpanan atau bank (Davies, 2002). Setelah diterima oleh masyarakat luas, sertifikat tersebut tidak lagi didukung secara penuh oleh logam mulia, melainkan hanya 40% oleh simpanannya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai yang terkandung dalam sertifikat (nilai nominal) tidak sama dengan nilai jaminan logam mulia (nilai

intrinsik), dengan demikian uang tersebut dikenal sebagai uang fiat. Salah satu jenis uang fiat adalah uang kertas yang selama ini dikenal.

Seiring dengan naiknya jumlah kegiatan transaksi pasar uang dalam jumlah besar, emas tidak mampu lagi menjamin uang kertas. Sejak tahun 1971 mata uang di dunia tidak lagi dikaitkan dengan emas. Selanjutnya pengelolaan uang sepenuhnya bergantung pada tanggung jawab masing-masing negara dalam mengelola perekonomian mereka. Setiap negara akan berupaya untuk mencetak uang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Perkembangan teknologi dan inovasi yang ada pada sistem pembayaran mengarahkan penggunaan uang pada komoditas yang tidak berbentuk secara nyata atau disebut juga dengan *intangible money* (Solikin & Suseno, 2002). Hal ini terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Pada tahun 1990 komputerisasi berhasil melahirkan teknologi internet. Internet merupakan perkembangan teknologi dengan cakupan yang sangat luas dan biaya yang relatif murah. Bukan hanya untuk mencari informasi, internet juga dapat memfasilitasi pengembangan bisnis komersial. Produsen dapat menggunakan situs ini untuk berinteraksi dengan konsumen diseluruh dunia tanpa batasan (Santosa, 2002). Perkembangan teknologi ini juga mendorong berbagai bidang kehidupan untuk ikut berkembang dan menyesuaikan diri dengan teknologi, salah satunya dalam bidang keuangan yang melahirkan *financial technology* dimana sektor keuangan berfokus pada teknologi modern (Pambudi, 2019).

Beberapa aktivitas manusia berubah secara signifikan menjadi lebih efektif, efisien dan memiliki mobilitas yang cepat, termasuk dalam dunia bisnis. Teknologi yang berkembang dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi, berbagai informasi dapat disajikan melalui hubungan jarak jauh dalam waktu singkat (Hanim, 2011). Dengan adanya *financial technology* ini dapat memberikan perubahan bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Saat ini, *smartphone* tidak hanya digunakan untuk alat komunikasi dan media hiburan, tetapi dapat digunakan sebagai alat pembayaran dimana perangkat seluler tersebut dikembangkan sehingga mampu mengkonfirmasi pertukaran nilai uang sebagai metode pembayaran atas barang atau jasa yang digunakan (Au & Kauffman, 2008). Setiap pengguna *smartphone* dapat menggunakan aplikasi dompet digital yang bisa diunduh secara gratis di Play Store bagi pengguna Android maupun di App Store bagi pengguna iOS. Di Indonesia, dompet digital sudah ada sejak tahun 2009.

Dompet digital pertama yang disahkan oleh Bank Indonesia adalah milik PT. Indosat, Tbk yang diberi nama Paypro. Akan tetapi, pada saat itu perkembangan dompet digital masih belum dikenal sebagai alat pembayaran yang umum digunakan. Hanya orang-orang tertentu yang menggunakannya. Kurangnya fasilitas pendukung serta kurang gencarnya pemasaran yang dilakukan menjadi penyebab dompet digital tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan (Rembulan & Firmansyah, 2020). Dompet digital di Indonesia

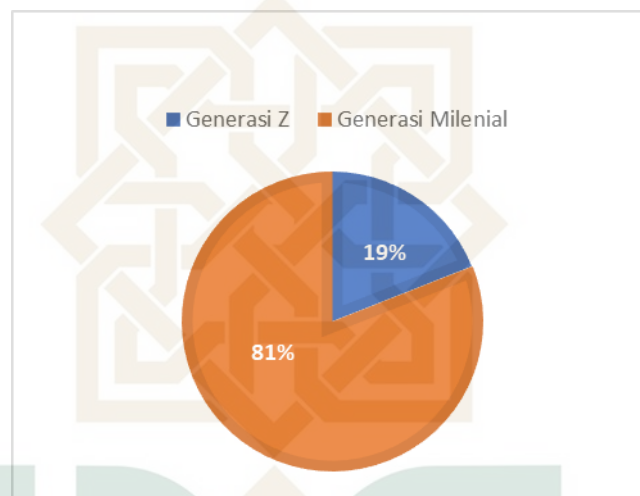
mulai berkembang secara signifikan dan mulai digunakan oleh banyak orang sejak pertengahan tahun 2016 dengan lahirnya GoPay sebuah dompet digital milik Gojek. Penggunaan dompet digital terus mengalami peningkatan apalagi semenjak pandemi Covid-19 dan terbatasnya aktivitas diluar ruangan.

Layanan pembayaran tanpa tunai semakin populer di Indonesia, banyak jenis dan layanan yang tersebar di seluruh kota menawarkan alternatif pembayaran kepada konsumen. Menurut Bank Indonesia perusahaan operator dompet digital terdiri dari 22 perusahaan teknologi keuangan, 11 bank, dan 5 perusahaan telekomunikasi. Semua operator dompet digital bersaing untuk memperluas pangsa pasarnya dengan melakukan strategi promosi besar-besaran termasuk *cashback* dan kemitraan yang memiliki banyak basis penggunaan seperti *e-commerce* dan biro perjalanan online. Jumlah uang elektronik yang beredar mencapai 594,17 juta unit pada Februari 2022. Dengan rincian sebanyak 512,98 juta unit (86,34%) merupakan uang elektronik yang berbasis server dan 81,19 juta unit (13,67%) berbasis kartu. Uang elektronik berbasis server adalah uang elektronik melalui telpon seluler yang lebih dikenal dengan dompet digital atau *e-wallet*. Sedangkan, uang elektronik berbasis kartu adalah uang elektronik dalam kartu seperti kartu debit dan kartu kredit (mbanking).

Menurut data yang diperoleh dari IPSOS (2012), sebuah perusahaan riset pasar dan konsultasi multinasional yang kantor pusatnya berada di Paris, Prancis menyebutkan bahwa dompet digital banyak digandrungi oleh berbagai generasi di Indonesia terutama generasi muda. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa dompet digital telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari dimana

kebanyakan digunakan untuk transportasi online dan untuk jasa pesan antar makanan dan minuman secara online. Dilihat dari generasinya, IPSOS mengungkapkan bahwa dompet digital lebih banyak digunakan oleh generasi milenial dibandingkan dengan generasi z

Gambar 1.1 Jumlah Penggunaan Dompet Digital di Indonesia



Sumber: IPSOS 2012

Generasi adalah sekelompok orang yang lahir pada rentang tahun yang relatif sama sehingga memiliki ciri sifat dan karakteristik yang cenderung mirip. Teori generasi ini membagi setiap generasi dalam rentang waktu kelahiran setiap 15 tahun. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1981-1994, generasi ini disebut juga dengan generasi y. Penggunaan dompet digital juga banyak digandrungi oleh masyarakat generasi z. Generasi z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010, artinya generasi z saat ini berada pada masa remaja menuju dewasa dengan rasa ingin tahu yang tinggi dan ingin mencoba hal baru, termasuk menggunakan dompet digital.

Kedua generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dalam menggunakan teknologi. Generasi milenial merupakan generasi yang cenderung lebih menyukai sesuatu yang *out of the box*, suka terhadap tantangan, dan juga penghargaan. Karena itu, biasanya generasi milenial cenderung lebih percaya diri, berani mengungkapkan pendapat, baik secara langsung maupun lewat media sosial. Sementara itu, bagi generasi z informasi dan teknologi merupakan suatu hal yang sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini karena generasi z terlahir ketika akses terhadap teknologi sudah menjadi budaya global, sehingga mampu mempengaruhi nilai dan pandangan hidup generasi z. Oleh karena itu, generasi z jauh lebih mudah dalam menerima perkembangan teknologi baru. Generasi Z juga disebut sebagai generasi internet yang mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Badri (2020) ditemukan bahwa generasi milenial dan generasi z merupakan pengguna *smartphone* yang aktif dan mengetahui adanya dompet digital serta manfaatnya. Menurutnya generasi yang melek teknologi akan lebih mudah mempelajari dan menggunakan aplikasi dompet digital karena banyaknya informasi yang bisa mereka terima dari media sosial. Akan tetapi, pada kenyatannya banyak generasi milenial yang belum terampil memanfaatkan teknologi terutama orang-orang yang ada di pedesaan. Meskipun akses teknologi sudah menjangkau berbagai wilayah dan lokasi, aplikasi dompet digital belum terlalu populer digunakan. Begitu pula dengan generasi z meskipun telah banyak yang menggunakan aplikasi dompet digital, tidak sedikit generasi z yang masih nyaman menggunakan uang tunai.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parastiti et al., (2015) dimana masih banyak yang memilih menggunakan uang tunai daripada dompet digital karena sudah menjadi kebiasaan, uang tunai juga dianggap lebih praktis.

Harus ada hal yang mampu mendorong dan mempengaruhi generasi milenial dan generasi z agar tertarik menggunakan dompet digital. Dalam berbagai penelitian yang telah ada sebelumnya, ditemukan berbagai faktor yang dapat mendorong penggunaan dompet digital seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan pendapatan. Ditemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dirasakan seseorang akan mendorong minat penggunaan dompet digital (Desiyanti & Agustiningsih, 2023; Indrayani dan Sartika, 2022; Rosli et al., 2023; A.N Sutarso, 2021; Ariffin et al., 2021). Akan tetapi dalam penelitian lain ditemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Paramitha dan Mahyuni, 2022; Utami dan Kusumawati; Copeland et al., 2023; Kumar et al., 2017; Purbondaru et al., 2023).

Hal yang membedakan dalam penelitian ini adalah dipaparkan pemanfaatan dompet digital oleh generasi milenial dan generasi z. Akan dilihat determinan yang mempengaruhi penggunaan dompet digital, apakah ada perbedaan pemanfaatan aplikasi dompet digital oleh generasi milenial dan generasi z. Perbedaan disini meliputi alasan penggunaan, aplikasi yang digunakan, layanan yang dipilih, dan juga besaran dalam sekali top-up.

Dari berbagai informasi yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“DETERMINAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL: PERBEDAAN ANTARA GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat mempengaruhi generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital?
2. Apakah persepsi kemudahan mempengaruhi generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital?
3. Apakah pendapatan mempengaruhi generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital?
4. Apakah terdapat perbedaan penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dengan generasi z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat pada generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan pada generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital.

3. Untuk melihat pengaruh pendapatan pada generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan dompet digital.
4. Untuk mengetahui perbedaan dalam penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dan generasi z.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi intelektual kepada para peneliti ataupun para pembaca, baik sebagai referensi maupun sebagai penambah wawasan keilmuan yang dapat mendukung kegiatan akademisi. Selain itu, diharapkan penelitian ini mampu memperluas pengetahuan dalam bidang penggunaan dompet digital dan memberikan bukti empiris determinan yang mampu mempengaruhi penggunaannya pada generasi milenial dan generasi z. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian yang akan datang khususnya penelitian terkait dompet digital dan penggunaannya. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran akan penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dan generasi z serta perbedaan yang ada pada kedua generasi tersebut.

2. Praktik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif kepada para pengguna dompet digital dan menjadi rujukan untuk pengguna dompet

digital dalam mengetahui perbedaan generasi milenial dan generasi z dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital serta determinan yang mempengaruhinya. Selain itu, diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan bagi para pelaku bisnis dompet digital untuk mengembangkan produk dan layanan menjadi lebih baik. Bagi pemerintah sendiri, dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu menjadi gambaran agar pemerintah dapat menyesuaikan persepsi penggunaan dompet digital sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab. Garis besar dari masing-masing bab dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah pengambilan judul penelitian. Peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai determinan penggunaan aplikasi dompet digital: perbedaan antara generasi milenial dan generasi z karena saat ini pengguna internet terbanyak di Indonesia berasal dari generasi milenial dan generasi Z. Selain itu, teknologi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, bahkan hingga bisa memasuki berbagai aspek kehidupan termasuk aspek keuangan. Selanjutnya bab ini akan menjelaskan mengenai rumusan masalah, tujuan dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini berisi penjelasan mengenai telaah pustaka yang linear dengan penelitian yang akan dilakukan, landasan teoritis dan

hipotesis penelitian. Pada sub bab landasan teoritik peneliti akan menjelaskan mengenai teori TAM, teori generasi dan dompet digital.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan data, teknik analisis data, dan analisis hipotesis data. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dari subjek penelitian dan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, website, jurnal dan sumber lainnya. Teknik analisis data berisi penjelasan dari data diperoleh hingga bisa disampaikan dan di verifikasi.

Bab VI Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini berisi pemaparan dan penjelasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun.

Bab V Penutup. Bab terakhir berisi penarikan kesimpulan sebagaimana hasil penelitian yang diperoleh, keterbatasan dan kekurangan yang ada pada penelitian ini serta saran yang diberikan untuk penelitian yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai determinan penggunaan dompet digital pada generasi milenial dan generasi z dengan menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM) serta dilihat pula perbedaan penggunaan dompet digital pada kedua generasi tersebut. Dengan melakukan analisis pada 310 responden dimana 214 responden merupakan generasi milenial dan 96 responden lainnya merupakan generasi z, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan dompet digital baik pada generasi milenial maupun pada generasi z. Oleh karena itu, hipotesis pertama pada penelitian ini ditolak baik oleh generasi milenial maupun generasi z. Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena biasanya generasi milenial dan generasi z tidak terlalu memikirkan manfaat yang mereka dapatkan dari perkembangan teknologi yang baru.
2. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan dompet digital baik pada generasi milenial maupun pada generasi z. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima baik oleh generasi milenial maupun oleh generasi z. Dalam suatu perkembangan teknologi, kemudahan menggunakan aplikasi akan sangat berpengaruh dalam penggunaan aplikasi tersebut. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, akan semakin banyak pula orang yang tertarik untuk menggunakannya.

3. Pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap generasi milenial tetapi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap generasi z. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak oleh generasi milenial, akan tetapi diterima oleh generasi z. Hal ini dapat dimengerti mengingat tingkat pendapatan kedua generasi tersebut juga berbeda. Bagi generasi milenial yang telah memiliki pekerjaan dan pendapatan sendiri, mereka cenderung tetap menggunakan aplikasi dompet digital meskipun pendapatannya naik atau turun. Sementara itu, bagi generasi z, kebanyakan lebih memilih untuk menggunakan aplikasi dompet digital ketika pendapatan naik dibandingkan ketika pendapatan turun.
4. Bila dilihat dari penggunaannya, terdapat perbedaan yang cukup mencolok antara generasi milenial dan generasi z dalam menggunakan aplikasi dompet digital. Seperti alasan yang mendasari penggunaan, generasi milenial menyebutkan bahwa promo yang ada menjadi alasan terbesar mereka menggunakan dompet digital, sementara itu dompet digital yang praktis digunakan menjadi alasan kebanyakan generasi z. Aplikasi populer yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial adalah DANA, sementara itu generasi z lebih sering menggunakan aplikasi ShopeePay. Akan tetapi, pada layanan yang mereka pilih tidak terdapat perbedaan, dimana baik generasi milenial maupun generasi z lebih sering menggunakan aplikasi dompet digital untuk kegiatan belanja online. Sementara itu, besaran pengisian saldo dalam sekali top-up cukup jauh berbeda. Generasi milenial biasanya mengisi saldo dompet digital mereka lebih dari 200.000

dalam satu kali top-up, sedangkan generasi z hanya akan mengisi saldo dengan kirasaran antara 50.000 sampai dengan 100.000 dalam satu kali top-up. Bila dilihat secara keseluruhan melalui nilai koefisien, ditemukan perbedaan diantara keduanya. Pada generasi milenial, pendapatan memiliki nilai koefisien 0,139 persepsi kemudahan berpengaruh sebesar 0,709 persepsi manfaat memiliki pengaruh yang negatif terhadap penggunaan dompet digital sebesar -0,173. Hal yang berbeda ditemukan pada generasi z, dimana pendapatan, persepsi kemudahan, maupun persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan dompet digital. Pendapatan memiliki pengaruh positif sebesar 0,235 persepsi kemudahan yang juga memiliki pengaruh positif sebesar 0,309 persepsi manfaat yang juga memiliki pengaruh positif sebesar 0,208 terhadap penggunaan dompet digital oleh generasi z.

B. Keterbatasan

Setelah melakukan penelitian dan berdasarkan pengalaman langsung peneliti, terdapat berbagai keterbatasan yang dialami selama proses penelitian. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terbatasnya jumlah responden yang hanya 310 dan tidak cukup mewakili generasi milenial serta generasi z di Indonesia.
2. Adanya keterbatasan kemampuan responden dalam memahami pertanyaan sehingga ada kemungkinan hasil penelitian yang kurang akurat.

3. Dalam penelitian ini hanya digunakan tiga variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan dompet digital yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pendapatan. Sementara itu, banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan dompet digital.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, terdapat beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi pertimbangan bagi pembaca, sebagai berikut:

1. Bagi penelitian yang akan datang, terdapat beberapa saran yang disampaikan oleh penulis diantaranya:
 - a. Bagi penelitian selanjutnya, terutama penelitian sejenis ini disarankan untuk menambah jumlah sampelnya. Semakin banyak sampel yang digunakan dalam penelitian maka akan semakin besar juga akurasi datanya.
 - b. Peneliti yang akan datang juga disarankan untuk menambah variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti variabel dari sisi psikologi, atau variabel eksternal lain yang bisa mempengaruhi penggunaan dompet digital.
 - c. Data yang ada pada penelitian ini masih tidak terlalu dalam. Oleh karena itu, pada penelitian yang akan datang sebaiknya data yang ada dapat digali lebih dalam dari berbagai aspek dan persepsi responden dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam dan observasi secara langsung di lapangan.

2. Bagi pihak yang memanfaatkan dompet digital, terutama bagi pemerintah dan penyedia jasa dompet digital terdapat beberapa saran diantaranya:
 - a. Bagi pemerintah, dalam rangka memanfaatkan besarnya populasi generasi milenial dan generasi z, diharapkan pemerintah mampu memaksimalkan penggunaan dompet digital sehingga mampu menarik modal masuk. Salah satu caranya yaitu dengan lebih giat lagi dalam melakukan promosi dan kampanye penggunaan dompet digital agar semakin banyak orang yang menggunakannya.
 - b. Bagi penyedia jasa dompet digital, sebaiknya dompet digital yang ada disesuaikan dengan persepsi masyarakat agar semakin banyak yang menggunakannya dan mereka memiliki keinginan untuk tetap menggunakan dompet digital di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Alamanda, D. T., Wibowo, L. A., Munawar, S., & Nisa, A. K. (2021). The Interest of Technology Adoption in E-Commerce Mobile Apps Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 in Indonesia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(3), 35–45. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i3.1327>
- A.N, A. R., & Sutarso, Y. (2021). Peran kepercayaan, manfaat dan religiusitas dalam meningkatkan niat menggunakan kembali dompet digital. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 181. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2172>
- Arif, M. (2021). *Generasi Millennial Dalam Internalisasi Karakter Nusantara*. http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/682%0Ahttp://repository.iainkediri.ac.id/682/1/GENERASI_MILENIAL_moh_arif.pdf
- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Integration of technology acceptance model (TAM) and theory of planned behavior (TPB): An e-wallet behavior with fear of covid-19 as a moderator variable. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1427–1436. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.008>
- Au, Y. A., & Kauffman, R. J. (2008). The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2), 141–164. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.12.004>

- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>.
- Cheong, J. H., & Park, M. C. (2005). Mobile Internet Acceptance in Korea. *Internet Research*, 15(2), 125–140. <https://doi.org/10.1108/10662240510590324>
- Choudhury, M. A. (1997). *Money in Islam: a Study in Islamic Political Economy*. Routledge.
- Copeland, L. R., Bhaduri, G., & Huang, O. (2023). Understanding Chinese Gen Z and their online shopping intentions through TAM. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, March. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2022-0241>
- Damayanti, S. L., Yani, Y., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.29300/ba.v6i1.3988>
- Davies, G. (2002). A History of Money From Ancient Times to the Present Day (3rd Edn.). In *Economic Affairs* (Vol. 23, Issue 4). <https://doi.org/10.1111/j.1468-0270.2003.0448b.x>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Desiyanti, H., & Agustiningsih, W. (2023). Penggunaan E-Wallet dengan Pendekatan TAM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 518–529. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.793>
- Effendy, F. (2021). Pengaruh Perceived of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompot Digital Di Kalangan Milenial. *Jurnal*

Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 15(2), 1–11. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i2.87>

- Ghafur, A. (2017). Uang Dalam Perspektif. *Iqtishodiyah*, III(1), 1–17.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, X., Liu, Z., Zheng, X., & Wu, T. (2018). Why are experienced users of WeChat likely to continue using the app? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 1013–1039. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2017-0246>
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2016). Analisis Atas Praktek TAM Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–9.
- Hanim, L. (2011). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11(Edsus). <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2011.11.edsus.262>
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial dalam Menghadapi COVID-19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.202>
- Hasan, A. (2005). *Mata Uang Islami: Telaah Komprehensif Sistem Keuangan Islami, terj. Saifurrahman Barito*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Hinkin, T. R. (1995). A Review of Scale Development Practices in the Study of Organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967–988. <https://doi.org/10.1177/014920639502100509>
- Howe, N., & Nadler, R. (2012). WHY GENERATIONS MATTER : Ten Findings from LifeCourse Research on the Workforce. *Ten Findings from LifeCourse Research on the Workforce*.
- Indriyani, D., Sartika, H., & Artikel, I. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- IPSOS. (2012). The Evolution of the Digital Wallet: Driving the Next Wave of Growth. *Cycle*, 20–23.
- Jawad, A. I., Parvin, T., & Hosain, M. S. (2022). Intention to adopt mobile-based online payment platforms in three Asian countries: an application of the extended Technology Acceptance Model. *Journal of*

Contemporary Marketing Science, 5(1), 92–113.
<https://doi.org/10.1108/jcmars-08-2021-0030>

Kian, T. S., Yusoff, W. F. W., & Rajah, S. (2013). Relationship between Motivations and Citizenship Performance among Generation X and Generation Y. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(11), 53–68. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i11/319>

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

Kumar, K. S., C, S., & Venkataraman, A. (2017). *Intention to use Mobile Wallet: Extension of TAM Model*. *Journal of Electronic Systems*, 8(12), 5–11. <https://www.researchgate.net/publication/343041661>

Lim, X. J., Ngew, P., Cheah, J. H., Cham, T. H., & Liu, Y. (2022). Go digital: can the money-gift function promote the use of e-wallet apps? *Internet Research*, 32(6), 1806–1831. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2021-0406>

Lisana, L. (2022). Understanding the key drivers in using mobile payment among Generation Z. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-08-2021-0118>

Liswanty, I., Muda, I., & Kesuma, S. A. (2023). *Systematic Literature Review Intention to Use E-Wallet*. 03(03), 650–655.

Ma, Q., & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model: A Meta-Analysis of Empirical Findings. *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1), 112–127. <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-474-3.ch006>

Madiistriyatno, H. & D. H. (2019). *Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ)*. 76.

Manickam, T. (2021). Accessibility and Adaptability of Emerging Technology Among Mobile Wallet Customers Using Tam Model. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(02). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.02.252>

Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Colloquia Communia*, 1(12), 136–169.

Marbun, B. N. (2003). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan.

Marthon, S. S. (2004). *Ekonomi Islam diTengah Krisis Ekonomi Global*, terj. Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin. Zikrul Hakim.

- May, O. S., Hartini, H., & Yee, L. H. (2021). *Investigating Factors Influencing Consumers' Intention to Adopt E-Wallet among Generation Z in Selangor, Malaysia*. 5(1). www.jarims.aibma.net
- McKinnon, R. (1996). *The Rules of the Game: International Money and Exchange Rates*. The MIT Press.
- Miller, R. L., & VanHoose, D. D. (1993). *Modern Money and Banking*. McGraw-Hill.
<https://archive.org/details/modernmoneybanki00mill/page/n869/mode/2up>
- Thaker, H. M. T., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Hussain, H. I. (2022). Cashless Society, E-Wallets and Continuous Adoption. *International Journal of Finance and Economics*, January, 1–21.
<https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>
- Mufid, M. (2019). *Kaidah Fikih Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis dan Praktis*. Kencana Prenada Media Group.
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Nabila, L. D., & Raya, Sulistyowati. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Nasution, A. P., Munthe, I. rasyid, & Rambe, B. H. (2021). Transaksi Uang dan Dompot Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(1), 1–6.
<https://doi.org/10.51903/jtikp.v12i1.223>
- Nasution, M. E., Setyanto, B., Huda, N., Mufraeni, M. A., & Utama, B. S. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Kencana.
- Nugroho, A. P., Zulni, D. A., & Andriansyah, Y. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets Among Islamic Millennials in Yogyakarta, Indonesia Using an Extended UTAUT Model: the Role of Islamic Consumption Ethics. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(14), 5528–5540.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 74–81.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>
- Paramitha, N. M. A. M., & Mahyuni, L. P. (2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar. *E-Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 11(05), 583.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i05.p07>

Parastiti, D. E. P., Mukhlis, M., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82.

Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85.
<https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>

Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO pada Mahasiswa Pancasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170.
<https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>

Purbondaru, S. A., Saputra, F. E., Salim, M., & Anggarawati, S. (2023). *Adoption of E-Wallets in Indonesia: Integrating Mindfulness into the Technology Acceptance Model*. May.

Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the Technology Acceptance Model to Investigate the Intention to Use E-health: A Conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(July), 2569–2580.
https://www.researchgate.net/publication/342701335_Applying_the_Technology_Acceptance_Model_to_Investigate_the_Intention_to_Use_E-health_A_Conceptual_Framework%0Ahttps://www.kansaiuniversityreports.com/article/applying-the-technology-acceptance-model-to-i

Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. U. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam Teori dan Aplikasi*. Rajawali Pers.

Ramadhani, G. A. N. R., Astuti, M., & Nasirun, N. (2022). The Influence of Compatibility and Technology Acceptance Model Toward Intention to Use E-Wallet During Covid-19. *European Journal of Business and Management Research*, 7(5), 148–154.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.5.1585>

Ramadhanty, V. D., Indra Permana, R., Rida, B., Fauzia, S., & Rakhmawati, N. A. (2021). *Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan*

Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. 8(1), 312–322.
<http://jurnal.mdp.ac.id>

- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. *Marwah*, XIV(2), 199–244.
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111.
- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Md. Ali, A., & Abu Bakar, S. (2023). Factors Determining the Acceptance of E-Wallet among Gen Z from the Lens of the Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su15075752>
- Safarudin, A., Kusdibyo, L., & Senalajari, W. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 26–27.
- Santosa, S. (2002). Electronic Commerce: Tantangan Kompetensi Akuntan Dalam Menghadapi Isu Internal Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 36–53.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15689>
- Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79.
- Sari, S. W. (2016). Perkembangan Dan Pemikiran Uang Dari Masa Ke Masa. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1).
<https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.39-58>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381.
<https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*. Salemba Empat.
- Sholihin, A. I. (2013). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.

- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 122–131. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana Prenada Media Group.
- Solikin, & Suseno. (2002). Uang Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian. In *Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian* (Issue 1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabet.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.323>
- Tapscott, D. (2008). *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Umaroh, R., & Nainggolan, D. S. (2023). Determinan Penggunaan E-Wallet pada Rumah Tangga Indonesia. *Jurnal Ekonomika Dan Dinamika Sosial*, 2(1), 1–16.
- Utami, S. S., Kusumawati, B., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Dahlan, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Balance*, XIV(2), 29–41.
- Wadhera, T., Dabas, R., & Malhotra, P. (2017). Adoption of M-Wallet: A way Ahead. *International Journal of Engineering and Management Research*, 7(4), 1–7.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariant Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. UPP STIM YKPN.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPls 2.0*. UPP STIM YKPN.
- Wulandari, W., Japarianto, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 126–132. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Websites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.

