

EKSPLORASI MINAT MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN *ELECTRONIC MONEY CARD* MELALUI PENDEKATAN TAM-TPB

Defi Insani Saibil¹ dan Novita Dwi Rachmawati²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

defi.saibil@uin-suka.ac.id.

ABSTRACT

This study aims to examine the factors influencing consumers' intention to use Electronic Money Cards in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) by integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and the Theory of Planned Behavior (TPB). A quantitative research approach was employed using an online survey of 257 Electronic Money Card users, and the data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0. The findings indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have positive and significant effects on attitude toward using, while perceived ease of use also positively influences perceived usefulness. Furthermore, attitude toward using, subjective norm, and perceived behavioral control significantly affect intention to use, whereas perceived usefulness does not have a significant direct effect on intention to use. These findings suggest that improving the ease of use of Electronic Money Cards, fostering positive user attitudes, strengthening social influence, and enhancing users' perceived behavioral control are essential strategies for increasing consumers' intention to use this payment instrument. This study contributes to the digital payment literature by integrating TAM and TPB to explain consumers' intention to use Electronic Money Cards, a payment technology that has received relatively limited scholarly attention compared with e-wallets, QR-based payments, and mobile banking, thereby extending the application of technology adoption theories in the Indonesian digital payment context.

Keywords: *Electronic Money Card, Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB)*

Article History:

Received : 11 July 2026

Revised : 13 July 2026

Accepted : 7 August 2026

Available online : 8 August 2026

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi berlangsung sangat cepat dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari berbagai aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Rodiah & Melati, 2020). Di era globalisasi, kemajuan teknologi memberikan kontribusi yang besar terhadap perubahan di berbagai bidang kehidupan. Pemanfaatan teknologi memungkinkan berbagai aktivitas diselesaikan secara lebih efektif dan efisien, termasuk dalam bidang ekonomi. Pada sektor keuangan, transformasi digital telah menciptakan perubahan yang signifikan terhadap sistem dan mekanisme layanan yang tersedia (Desiyanti & Agustiningasih, 2023). Kondisi tersebut menjadikan teknologi tidak hanya berfungsi sebagai penunjang gaya hidup, tetapi juga sebagai faktor utama dalam mendukung pelaksanaan berbagai aktivitas kerja. Pesatnya transformasi digital menyebabkan hampir seluruh sektor industri semakin bergantung pada teknologi untuk menjalankan proses operasional dan meningkatkan efisiensi kerja (Attaran et al., 2020; Calderon-Monge & Ribeiro-Soriano, 2024; Trenerry et al., 2021). Selain mendorong perubahan dalam berbagai sektor industri, kemajuan teknologi juga mempercepat lahirnya inovasi pada sektor jasa dan keuangan. Dalam menghadapi persaingan global, industri perbankan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan sekaligus memperkuat kinerjanya. Oleh sebab itu, pemanfaatan teknologi, khususnya pada sistem pembayaran, menjadi aspek yang sangat penting dalam mendukung operasional perbankan modern (Ulurrosyad & Jayanto, 2020).

Uang elektronik merupakan salah satu inovasi dalam sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi kartu pintar (*smart card*) yang dilengkapi dengan chip dan prosesor untuk menyimpan serta mengolah data secara lebih efisien, termasuk dalam proses penambahan, penghapusan, maupun pembaruan informasi yang tersimpan di dalamnya (Akinola, 2012). Perkembangan teknologi tersebut mendorong berbagai perusahaan dari beragam sektor untuk menjalin kerja sama dengan industri perbankan dalam menerbitkan kartu pintar sebagai instrumen *electronic money*. Kehadiran instrumen ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan berbagai jenis transaksi. Selain mempermudah transaksi secara daring maupun luring, penggunaan uang elektronik juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha karena mampu mempercepat proses pembayaran serta meningkatkan efisiensi transaksi (Jiang, 2022; Yang et al., 2021). Sejalan dengan perkembangan sistem pembayaran digital, masyarakat mulai beralih dari penggunaan uang tunai menuju metode pembayaran non-tunai. Pergeseran tersebut terjadi karena pembayaran menggunakan uang tunai dinilai kurang praktis dan memiliki berbagai keterbatasan maupun risiko dalam penggunaannya.

Minat masyarakat dalam menggunakan *electronic money card* dapat dijelaskan melalui dua teori yang banyak digunakan dalam penelitian adopsi teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1985) menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi terutama dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Singh & Ghatak, 2021). Model ini banyak digunakan untuk memahami alasan seseorang menerima ataupun menolak penggunaan suatu teknologi (Davis, 1989). Di sisi lain, TPB yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) melengkapi penjelasan tersebut dengan memasukkan pengaruh faktor sosial dan kemampuan individu dalam mengendalikan perilakunya. Dalam kerangka TPB, niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) (Setyono, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan kedua model tersebut untuk menganalisis faktor-

faktor yang memengaruhi minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan *electronic money card*. Model TAM digunakan untuk menjelaskan pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan teknologi, sedangkan TPB digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor sosial serta persepsi individu terhadap kemampuannya memengaruhi niat penggunaan.

1.2. Tujuan Penelitian

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan uang elektronik (Filona & Misdiyono, 2019; Karnadi et al., 2018; Rahmatika & Fajar, 2019; Rinwantin & Pujiastuti, 2022). Meskipun demikian, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda karena mengkaji minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan *electronic money card* melalui pendekatan yang menggabungkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Integrasi kedua model tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh faktor teknologi dan faktor perilaku terhadap minat penggunaan *electronic money card*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoretis

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu kerangka teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan sekaligus memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu (Davis, 1989). Model ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dirancang untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima dan memanfaatkan teknologi, khususnya pada bidang sistem informasi (Venkatesh & Davis, 2000). Dalam TAM, perilaku seseorang terhadap penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi yang dimilikinya terhadap teknologi tersebut. Persepsi tersebut membentuk sikap pengguna yang selanjutnya memengaruhi keputusan untuk menerima atau menggunakan suatu teknologi (Durman & Musdholifah, 2020). Davis (1989) menjelaskan bahwa terdapat dua konstruk utama yang menentukan penerimaan teknologi, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Perceived usefulness didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas, produktivitas, atau kinerja dalam menyelesaikan pekerjaan (Davis, 1989). Dengan kata lain, konstruk ini mencerminkan penilaian pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi dalam mendukung berbagai aktivitasnya (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020). Sementara itu, *perceived ease of use* menggambarkan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan (F. D. Davis, 1993). Semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan individu menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Ashghar & Nurlatifah (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan terbentuk ketika pengguna merasa bahwa teknologi informasi mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan sehingga tidak menimbulkan hambatan yang berarti dalam proses penggunaannya.

2. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1985). Teori ini dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan atau melakukan suatu tindakan. Dalam kerangka TPB, niat (*behavioral intention*) dipandang sebagai determinan utama

yang memengaruhi munculnya suatu perilaku. Berbeda dengan TRA yang hanya menekankan peran sikap dan norma subjektif, TPB menambahkan konstruk *perceived behavioral control* sebagai faktor yang turut memengaruhi niat serta perilaku individu (Arthana & Rukhviyanti, 2015).

Menurut Ajzen (1991), TPB terdiri atas tiga konstruk utama, yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Konstruk *attitude* menggambarkan penilaian atau evaluasi individu terhadap suatu perilaku, sedangkan *subjective norm* menunjukkan persepsi individu mengenai adanya dukungan, harapan, atau tekanan sosial dari orang-orang yang dianggap penting dalam lingkungannya. Sementara itu, *perceived behavioral control* mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan dan kemudahan yang dimilikinya untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Subjective norm dapat dipahami sebagai persepsi individu mengenai pandangan, harapan, atau keyakinan pihak-pihak yang dianggap berpengaruh, yang selanjutnya menjadi dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan atau melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Konstruk ini dibentuk oleh keyakinan normatif (*normative beliefs*) serta motivasi individu untuk memenuhi harapan dari lingkungan sosialnya. Di sisi lain, *perceived behavioral control* (PBC) mengacu pada persepsi individu mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Konstruk tersebut mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kendali atas perilakunya serta tingkat kepercayaan dirinya terhadap kemampuan untuk merealisasikan perilaku tersebut (Mihartinah & Coryanata, 2019).

2.2. Penelitian Terdahulu

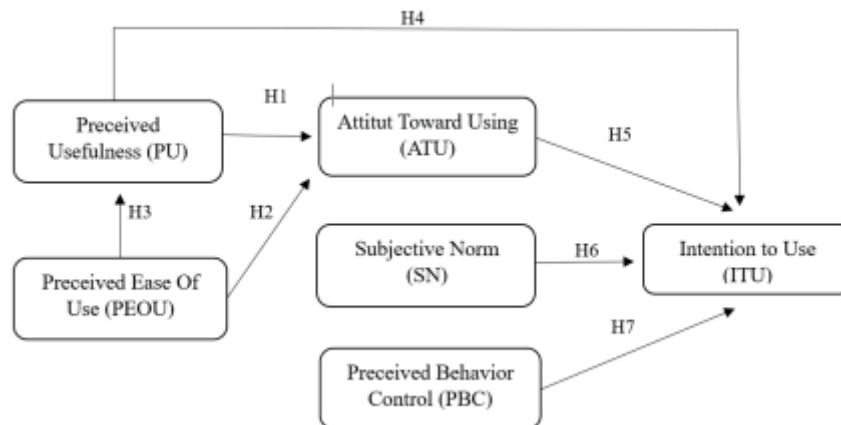
Berbagai penelitian terdahulu mengenai penggunaan *electronic money* menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan dua kerangka teori yang paling sering digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi pembayaran digital. Sejumlah penelitian melaporkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *electronic money* (Karnadi et al., 2018; Rahmatika & Fajar, 2019; Rinwantin & Pujiastuti, 2022). Selain faktor-faktor dalam TAM, konstruk TPB yang meliputi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* juga terbukti memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Meskipun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *attitude* maupun *subjective norm* belum memberikan hasil yang konsisten pada berbagai konteks penelitian (Filona & Misdiyono, 2019; Ghoynaqi & Saibil, 2022; Nugroho et al., 2017; Setyono, 2022). Secara umum, temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa integrasi TAM dan TPB masih menjadi pendekatan yang relevan untuk menjelaskan perilaku masyarakat dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital (Ariffin et al., 2021; Sulistorini et al., 2016).

Penelitian-penelitian yang terbaru juga memperlihatkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *attitude*, dan *subjective norm* merupakan faktor-faktor memengaruhi niat individu dalam menggunakan layanan pembayaran digital (Djanier et al., 2024; Liem & Jokhu, 2022). Namun, beberapa studi menemukan bahwa pengaruh *subjective norm* maupun *perceived usefulness* terhadap niat penggunaan tidak selalu signifikan. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden, jenis teknologi yang diteliti, maupun konteks penelitian yang berbeda (Hadiwidjaja & Dewi, 2025; Pade & Prayoga, 2023). Di samping itu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji penggunaan *e-wallet*, pembayaran berbasis QR (*QR payment*), atau *mobile banking*. Sementara itu, penelitian yang secara khusus

menginvestigasi penggunaan *Electronic Money Card* melalui integrasi TAM dan TPB masih relatif terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *Electronic Money Card* melalui pendekatan integratif TAM dan TPB (Nadia et al., 2025)

2.3. Kerangka Teoretis

Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Davis (1989) dan Ajzen (1991), dikembangkan oleh peneliti (2026)

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun dengan mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *Electronic Money Card*. Pada kerangka TAM, *Perceived Ease of Use* (PEOU) diasumsikan memberikan pengaruh terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dan *Attitude Toward Using* (ATU). Selain itu, *Perceived Usefulness* (PU) diperkirakan tidak hanya memengaruhi *Attitude Toward Using* (ATU), tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap *Intention to Use* (ITU). Sementara itu, berdasarkan perspektif TPB, tiga konstruk utama, yaitu *Attitude Toward Using* (ATU), *Subjective Norm* (SN), dan *Perceived Behavioral Control* (PBC), diasumsikan berkontribusi dalam membentuk *Intention to Use* (ITU). Oleh karena itu, kerangka konseptual ini menggambarkan keterkaitan antarvariabel yang menjadi dasar dalam menjelaskan dan menganalisis minat masyarakat untuk menggunakan *Electronic Money Card*.

III. METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *electronic money card*. Sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai referensi, seperti buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Seluruh variabel penelitian diukur menggunakan skala Likert empat tingkat, dengan rentang skor 1 hingga 4.

Sugiyono (2017), menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai sasaran penelitian

untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun jumlah sampel ditentukan mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2014), yang menyatakan bahwa penelitian dengan analisis multivariat dapat menentukan ukuran sampel berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam model penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan karakteristik responden, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden perempuan, kelompok usia produktif 18–25 tahun, serta pelajar/mahasiswa. Sebagian besar responden juga memiliki tingkat pendidikan menengah hingga perguruan tinggi dan berasal dari berbagai wilayah di Jabodetabek, yaitu DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi oleh kelompok usia muda yang relatif dekat dengan pemanfaatan teknologi digital, sehingga dinilai relevan untuk menggambarkan minat masyarakat dalam menggunakan *electronic money card*. Selain itu, keterwakilan responden dari seluruh wilayah Jabodetabek memberikan gambaran yang lebih beragam mengenai karakteristik pengguna dalam wilayah penelitian.

4.1.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji *Validitas* dan *Reliabilitas*

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Rentang Loading Factor</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,767–0,852	0,925	Valid dan Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,711–0,814	0,876	Valid dan Reliabel
<i>Attitude Toward Using</i>	0,777–0,830	0,903	Valid dan Reliabel
<i>Subjective Norm</i>	0,770–0,840	0,919	Valid dan Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,708–0,838	0,910	Valid dan Reliabel
<i>Intention to Use</i>	0,766–0,834	0,910	Valid dan Reliabel

Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 dan nilai *composite reliability* melebihi batas minimum 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas (Duryadi, 2021).

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 2.
Nilai *R-Square*

<i>Variabel Endogen</i>	R^2	Kategori
<i>Attitude Toward Using</i>	0,556	Kuat
<i>Intention to Use</i>	0,671	Kuat
<i>Perceived Usefulness</i>	0,614	Kuat

Nilai R^2 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang baik. Variabel *Intention to Use* mampu dijelaskan sebesar 67,1% oleh variabel dalam model penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

Predictive Relevance (Q^2)

Tabel 3
Nilai Q-Square

Variabel Endogen	Q^2 Predict
<i>Attitude Toward Using</i>	0,472
<i>Intention to Use</i>	0,581
<i>Perceived Usefulness</i>	0,609

Seluruh nilai Q^2 berada di atas nol sehingga model memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan perilaku penggunaan electronic money card (Duryadi, 2021).

Pengujian Hipotesis

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	β	<i>t</i> -statistic	<i>p</i> -value
H1	<i>Perceived Usefulness</i> → <i>Attitude Toward Using</i>	0,433	4,260	0,000
H2	<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Attitude Toward Using</i>	0,356	3,074	0,002
H3	<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Perceived Usefulness</i>	0,783	14,796	0,000
H4	<i>Perceived Usefulness</i> → <i>Intention to Use</i>	0,019	0,280	0,780
H5	<i>Attitude Toward Using</i> → <i>Intention to Use</i>	0,402	5,731	0,000
H6	<i>Subjective Norm</i> → <i>Intention to Use</i>	0,268	5,156	0,000
H7	<i>Perceived Behavioral Control</i> → <i>Intention to Use</i>	0,293	3,863	0,000

4.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* ($\beta = 0,433$; $p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari *electronic money card*, semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan teknologi tersebut. Hasil ini mendukung konsep *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan oleh Davis (1989).

Selain itu, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* ($\beta = 0,356$; $p < 0,05$) dan *Perceived Usefulness* ($\beta = 0,783$; $p < 0,05$). Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang membentuk persepsi manfaat dan sikap pengguna terhadap *electronic money card*. Namun demikian, *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* ($\beta = 0,019$; $p > 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan belum tentu secara langsung mendorong niat penggunaan, melainkan melalui pembentukan sikap pengguna terlebih dahulu.

Selanjutnya, *Attitude Toward Using* terbukti berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* ($\beta = 0,402$; $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif pengguna menjadi faktor penting dalam meningkatkan niat menggunakan *electronic money card*. Dari perspektif *Theory of Planned Behavior*, *Subjective Norm* ($\beta = 0,268$; $p < 0,05$) dan *Perceived Behavioral Control* ($\beta = 0,293$; $p < 0,05$) juga terbukti berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa

dukungan sosial serta keyakinan individu terhadap kemampuannya menggunakan teknologi berperan penting dalam meningkatkan minat penggunaan *electronic money card*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mengindikasikan bahwa *Attitude Toward Using*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* merupakan determinan utama *Intention to Use*. Sementara itu, *Perceived Ease of Use* berperan sebagai faktor kunci dalam membentuk persepsi manfaat dan sikap pengguna terhadap penggunaan *electronic money card*.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan *electronic money card* lebih banyak dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, sikap positif terhadap teknologi, dukungan lingkungan sosial, serta keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi tersebut. Sementara itu, manfaat yang dirasakan dari penggunaan *electronic money card* tidak secara langsung mendorong niat penggunaan. Temuan ini memperkaya kajian mengenai adopsi teknologi pembayaran digital dengan menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan persepsi manfaat dalam membentuk minat penggunaan *electronic money card*.

Kontribusi penelitian ini terletak pada integrasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dalam menjelaskan perilaku penggunaan *electronic money card* pada masyarakat perkotaan di Indonesia. Hasil penelitian memberikan pemahaman bahwa keberhasilan adopsi teknologi pembayaran tidak hanya ditentukan oleh aspek fungsional teknologi, tetapi juga oleh sikap pengguna, pengaruh sosial, dan persepsi kontrol terhadap penggunaan teknologi tersebut.

5.2. Rekomendasi

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem pembayaran digital perlu difokuskan pada peningkatan kemudahan penggunaan, penguatan literasi digital, dan perluasan edukasi kepada masyarakat. Dari sisi ekonomi, peningkatan penggunaan *electronic money card* dapat mendukung efisiensi transaksi dan mempercepat transformasi menuju masyarakat non-tunai. Dari sisi sosial, penggunaan pembayaran digital dapat mendorong terbentuknya perilaku transaksi yang lebih praktis, aman, dan inklusif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perbankan, penyedia layanan pembayaran, dan regulator dalam merumuskan strategi pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In *Action Control* (pp. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akinola, O. S. (2012). *Cashless Society, Problems and Prospects, Data Mining Research Potentials*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:112541327>

- Arthana, Y. W., & Rukhviyanti, R. N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking(M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model(TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurna Informasi*, 7(1), 25–44.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Attaran, M., Attaran, S., & Kirkland, D. (2020). *Handbook of Research on Social and Organizational Dynamics in the Digital Era* (E. C. Idemudia, Ed.). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8933-4>
- Calderon-Monge, E., & Ribeiro-Soriano, D. (2024). The role of digitalization in business and management: a systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(2), 449–491. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8>
- Davis, F. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475–487. <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Desiyanti, H., & Agustiningasih, W. (2023). Penggunaan E-Wallet dengan Pendekatan TAM di Jakarta Barat. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 518. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.793>
- Durman, T. Y., & Musdholifah, M. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna OVO Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.
- Duryadi, M. S. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan analisis menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Filona, & Misdiyono. (2019). Factors Affecting The Adoption Of Electronic Money Using Technology Acceptance Model And Theory Of Planned Behavior. *Journal of Business Economics*, 24(1), 100–113. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i1.1858>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. In *European Business Review* (Vol. 26, Number 2, pp. 106–121). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Jiang, Y. (2022). *The Influence of Payment Method: Do Consumers Pay More with Mobile Payment?* <https://doi.org/10.48550/arXiv.2210.14631>
- Karnadi, Z., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Sikap, Kontrol Prilaku , Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank Bumh Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(3), 617–631.
- Mihartinah, D., & Coryanata, I. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 77–88. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9584>

- Pujiastuti, Y. (2022). TAM (Technology Acceptance Model) Approach to Analyze Community's Interest in Using E-money. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.31940/jasafint.v5i1.1-10>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM – TPB Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Setyono, J. (2022). Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 127–142. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- Singh, S., & Ghatak, S. (2021). Investigating E-Wallet Adoption in India. *International Journal of E-Business Research*, 17(3), 1–13. <https://doi.org/10.4018/IJEBR.2021070103>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trenerry, B., Chng, S., Wang, Y., Suhaila, Z. S., Lim, S. S., Lu, H. Y., & Oh, P. H. (2021). Preparing Workplaces for Digital Transformation: An Integrative Review and Framework of Multi-Level Factors. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620766>
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7634>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Yang, M., Mamun, A. Al, Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/sul3020831>