

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-wallet terhadap Gen Z di Indonesia = Factors Influencing E-Wallet Usage Intention on Gen Z: Empirical Evidence from Indonesia

Alif Rafindika Zulkary, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20520144&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi mengubah gaya hidup konsumen, termasuk cara mereka berbelanja dan bertransaksi. Layanan e-wallet dan e-commerce saling bersaing untuk memberikan promo dan keuntungan lainnya untuk menarik pengguna baru. Negara-negara di dunia, termasuk Indonesia, telah berusaha beradaptasi dengan pembayaran digital. Quick Response Code Indonesia (QRIS) diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2019 untuk mewujudkan cashless society di tanah air. Sejak pandemi terjadi pada tahun 2020, perkembangan e-wallet dan e-commerce menjadi sangat cepat. Konsumen yang tidak ingin berinteraksi dengan manusia lain lebih memilih berbelanja secara online. Selain itu, e-wallet adalah salah satu metode pembayaran yang paling banyak digunakan di aplikasi e-commerce karena promosi dan kemudahan yang diberikannya. Dalam penelitian ini, penulis mempelajari pengaruh penggunaan e-wallet dalam e-commerce terhadap perilaku konsumen. Secara khusus, penulis fokus pada perilaku konsumen Gen Z di Indonesia. Penelitian ini berhasil memperoleh 190 responden dari Gen Z. Perangkat lunak pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan norma subjektif mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan e-wallet dalam e-commerce.

.....The rapid development in technology is transforming consumer's lifestyle, including the way they shop and make transactions. E-wallet and e-commerce services compete with each other to provide promos and other benefits to obtain new users. Countries across the globe, including Indonesia, have been trying to adapt to digital payments. Quick Response Code Indonesia (QRIS) was introduced in Indonesia back in 2019 to create a cashless society in Indonesia. Since the pandemic occurred in 2020, the development of e-wallet and e-commerce became rapidly fast. Consumers who do not want to interact with other humans prefer to shop online. Moreover, e-wallet is one of the most used payment methods in e-commerce apps due to the promotions and convenience provided. In this study, the author studied the effect of e-wallet usage in e-commerce on consumer behavior. Specifically, the author focused on Gen Z consumer behavior in Indonesia. This research successfully obtained 190 respondents of Gen Z. Data processing software used for this research is IBM SPSS. From the results of this study, it was found that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Subjective Norm affect consumer's Intention to Use on the use of e-wallet in e-commerce.