Jurnal Kajian Ilmu Manajemen
Vol. 6 No.2 Juni 2026, hlm. 133-142
https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim

Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Elektronik Mahasiswa: Promosi sebagai Moderator

Trias Ajeng Miradayanti Putri[1], Arie Setyo Dwi Purnomo[2*]
[1,2] Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura

INFO ARTIKEL

Keywords:

E-Wallet Usage Decision, Lifestyle, Perceived Ease of Use, Promotion, Students.

Abstract

This study examines the effects of lifestyle and perceived ease of use on students' e-wallet usage decisions, with promotion as a moderating variable. The research aims to identify the factors influencing students' decisions to adopt e-wallet services in digital financial transactions. This study employs a quantitative explanatory approach using a field research design. The population consists of active students of the Management Study Program at Universitas Trunodjoyo Madura, with a sample of 92 respondents determined using the Slovin formula. Data were collected through a structured questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS software. The results show that lifestyle and perceived ease of use have positive and significant effects on e-wallet usage decisions. Promotion significantly moderates the relationship between lifestyle and e-wallet usage decisions but does not moderate the relationship between perceived ease of use and e-wallet usage decisions. These findings imply that digital lifestyle and system convenience are key determinants in encouraging students to adopt e-wallet services, while promotional strategies can strengthen the influence of lifestyle in shaping digital payment behavior.

✉ Penulis Korespondensi*
Arie Setyo Dwi Purnomo

Email:
arie.dwip@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093
E-ISSN: 2797-0167

DOI : 10.21107/jkim.v%vi%i.33835

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial *(financial technology/fintech)* telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem transaksi keuangan global (Siagian et al., 2026). Inovasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat melakukan pembayaran, tetapi juga memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan individu dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu inovasi fintech yang berkembang pesat adalah dompet digital *(e-wallet),* yaitu layanan pembayaran berbasis elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan dana serta

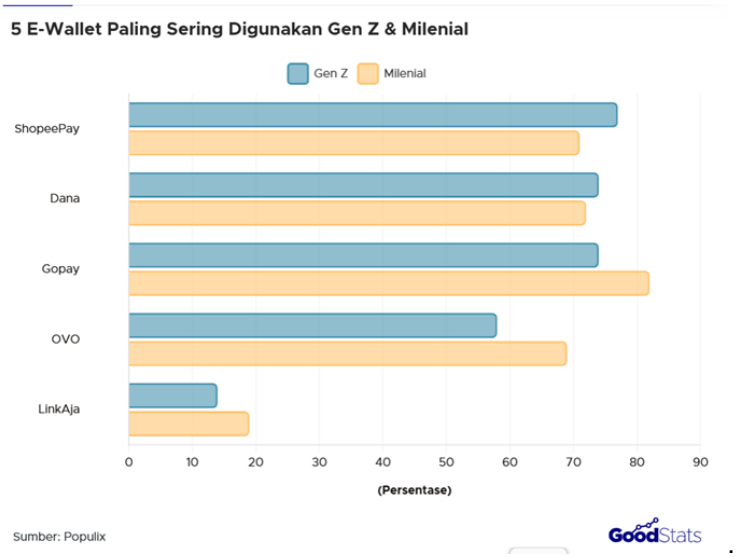
melakukan berbagai transaksi secara praktis, cepat, dan aman melalui perangkat digital. Kehadiran *e-wallet* turut mendorong pergeseran masyarakat menuju konsep cashless society, yaitu kondisi ketika transaksi keuangan semakin mengandalkan sistem pembayaran non-tunai yang dinilai lebih efisien dan aman dibandingkan penggunaan uang tunai (Erwan and Edi Setiawan, 2023).

Secara global, perkembangan *e-wallet* ditandai dengan munculnya berbagai platform pembayaran digital yang terintegrasi dengan sistem keuangan modern, seperti Alipay dan PayPal. Di Indonesia, pertumbuhan *e-wallet* juga menunjukkan perkembangan yang sangat pesat melalui berbagai platform seperti DANA, GoPay, OVO, LinkAja, dan ShopeePay yang menjadi bagian dari ekosistem keuangan digital nasional (Amara, 2025).

Keberadaan layanan *e-wallet* tidak hanya mengubah pola transaksi konvensional berbasis uang tunai, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal (Muhamad, 2025). Selain itu, pandemi COVID-19 turut mempercepat adopsi pembayaran digital karena masyarakat cenderung mengurangi kontak fisik dalam aktivitas transaksi ekonomi dan beralih pada metode pembayaran non-tunai yang lebih aman dan efisien (Alamanda Putri *et al.*, 2021).

Pertumbuhan penggunaan *e-wallet* di Indonesia juga didukung oleh inovasi sistem pembayaran digital seperti Quick Response Indonesian Standard (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. Standarisasi QRIS memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara lebih mudah dan terintegrasi di berbagai merchant, sehingga meningkatkan efisiensi sistem pembayaran digital (Kristanty, 2024).

Kelompok generasi muda, khususnya mahasiswa, menjadi salah satu segmen pengguna utama layanan *e-wallet* karena memiliki tingkat literasi digital yang tinggi serta kecenderungan kuat dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Generasi Z dan milenial dikenal sebagai kelompok yang adaptif terhadap inovasi teknologi serta memiliki mobilitas tinggi dalam aktivitas ekonomi digital. Karakteristik tersebut membuat *e-wallet* menjadi pilihan metode pembayaran yang praktis dan efisien untuk memenuhi berbagai kebutuhan transaksi, seperti pembayaran makanan, transportasi, maupun transaksi digital lainnya (Putri *et al.*, 2022). Fenomena tersebut tercermin pada tingginya tingkat penggunaan berbagai platform *e-wallet* di kalangan generasi muda sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. *E-Wallet* yang Paling Sering Digunakan oleh Generasi Z dan Milenial
Sumber: Populix (2025)

Data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa ShopeePay, GoPay, dan DANA merupakan platform *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh generasi Z dan milenial di Indonesia. Tingginya tingkat penggunaan platform tersebut menunjukkan bahwa layanan dompet digital telah menjadi bagian penting dari aktivitas transaksi keuangan generasi muda. Dominasi beberapa platform *e-wallet* juga mencerminkan semakin ketatnya persaingan antar penyedia layanan pembayaran digital dalam menarik minat pengguna melalui inovasi teknologi, kemudahan penggunaan, serta berbagai strategi promosi yang ditawarkan.

Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan individu dalam menggunakan suatu produk atau layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal yang membentuk preferensi konsumen.Engel, Blackwell and Miniard (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan individu dalam memperoleh dan menggunakan produk atau jasa yang dipengaruhi oleh proses pengambilan keputusan tertentu.

Dalam konteks penggunaan teknologi keuangan digital, gaya hidup dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi menjadi determinan penting yang memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi layanan pembayaran digital. Gaya hidup menggambarkan pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini dalam kehidupan sehari-hari (Plummer, 1974). Individu dengan gaya hidup yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital cenderung lebih terbuka terhadap berbagai inovasi teknologi, termasuk penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran modern.

Selain gaya hidup, persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi juga berperan penting dalam menjelaskan penerimaan teknologi digital.*Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Ketika suatu sistem dianggap mudah dipahami dan dioperasikan, maka individu akan lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Di sisi lain, perusahaan penyedia layanan *e-wallet* juga menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengguna, salah satunya melalui program promosi seperti *cashback,* diskon, maupun berbagai insentif transaksi lainnya. Promosi merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi serta memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan (Kotler and Keller, 2016).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dengan promosi sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai adopsi teknologi finansial serta memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan penggunaan layanan pembayaran digital di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dengan promosi sebagai variabel moderasi. Objek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Populasi penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif pada program studi tersebut, sedangkan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sebanyak 92 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden merupakan mahasiswa yang menggunakan layanan *e-wallet* dalam aktivitas

transaksi sehari-hari. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi gaya hidup dan kemudahan penggunaan sebagai variabel independen, keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai variabel dependen, serta promosi sebagai variabel moderasi. Pengukuran variabel gaya hidup mengacu pada *konsep Activities, Interests, and Opinions* yang dikemukakan oleh Plummer (1974), sedangkan variabel kemudahan penggunaan merujuk pada konsep *perceived ease of use* dalam *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989). Variabel promosi diukur berdasarkan indikator promosi seperti diskon dan *cashback* sebagaimana dijelaskan oleh Kotler and Keller (2016), sementara keputusan penggunaan *e-wallet* diukur berdasarkan konsep pengambilan keputusan konsumen.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Teknik analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif, uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Selain itu, analisis statistik juga dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R^2)

HASIL

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, serta *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk menguji peran promosi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Hasil analisis tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients [a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	10,398	3,741		2,800	0,006
	Gaya Hidup	0,403	0,124	0,409	3,246	0,002
	Kemudahan Penggunan	0,351	0,126	0,350	2,780	0,007
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan E-Wallet						

Sumber: Data Primer Diolah SPSS(2025)

Berdasarkan nilai *unstandardized coefficients* pada Tabel 1, diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 10,398, koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0,403, serta koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,351. Hal tersebut menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10{,}398 + 0{,}403\boldsymbol{X}_1 + 0{,}351\boldsymbol{X}_2 + \boldsymbol{e}$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, dapat diartikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 10,398 menunjukkan bahwa apabila variabel Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan dianggap tidak memiliki pengaruh atau bernilai nol, maka nilai dasar variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* adalah sebesar 10,398.
b. Nilai koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X1) yaitu sebesar 0,403 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Y).

c. Nilai koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,351 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Y).

Tanda positif menandakan arah hubungan yang searah, dan tanda negative menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dari hasil uji regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan kmudahan penggunaan berpengaruh positif atau searah terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.*

Pengujian melalui Uji statistik t (uji parsial) digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, variabel gaya hidup memiliki nilai koefisien sebesar 0,403 dengan nilai signifikansi 0,002 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.* Sedangkan, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,351 dengan nilai signifikansi 0,007 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Selanjutnya, untuk menguji peran promosi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet,* dilakukan analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Coefficients [a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	46,549	0,508		91,641	0,000
	Gaya Hidup	0,273	0,112	0,277	2,447	0,016
	Kemudahan Penggunan	0,166	0,114	0,165	1,454	0,150
	Promosi	0,217	0,035	0,483	6,269	0,000
	Gaya Hidup *Promosi	0,019	0,008	0,354	2,474	0,015
	Kemudahan Penggunaan *Promosi	- 0,012	0,007	- 0,222	-1,589	0,116
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan E-Wallet						

Sumber: Data Primer Diolah SPSS(2025)

Berdasarkan hasil data pada tabel 3 didapat persamaan regresi uji analisis regresi moderasi *(Moderated Regression Analysis)* sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b1.X1 + b2.X2 + b3.Z + b4(X_1.Z) + b5(X_2.Z) + \boldsymbol{e}$$

$$Y = 46{,}549 + 0{,}273X1 + 0{,}166X2 + 0{,}217Z + 0{,}019X_1Z - 0{,}012X_2Z + \boldsymbol{e}$$

Berdasarkan nilai statistik t dan tingkat signifikansi pada model *Moderated Regression Analysis (MRA).* Hasil pengujian menunjukkan bahwa interaksi antara gaya hidup dan promosi memiliki nilai t hitung sebesar 2,474 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi terbukti memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.*

Sebaliknya, hasil pengujian pada interaksi antara kemudahan penggunaan dan promosi menunjukkan nilai t hitung sebesar −1,589 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,987 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,115 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa promosi tidak terbukti memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.*

Selain itu, penelitian ini juga menganalisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan *e-wallet.* Hasil analisis koefisien determinasi untuk model regresi linier berganda disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) Persamaan I

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,724[a]	0,524	0,514	5,186

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan E-Wallet

Sumber: Data Primer Diolah SPSS(2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 3, diperoleh nilai R Square sebesar 0,524. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan secara simultan mampu menjelaskan 52,4% variasi yang terjadi pada variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet.* Sementara itu, sebesar 47,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model regresi ini.

Setelah memperoleh nilai R^2 pada regresi linier berganda (Persamaan I), analisis dilanjutkan ke regresi moderasi (Persamaan II) untuk melihat apakah variabel promosi meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan keputusan penggunaan *e-wallet.*

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) Persamaan II

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,824[a]	0,672	0,653	4,380

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan*Promosi, Promosi, Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Gaya Hidup*Promosi
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan E-Wallet

Sumber: Data Primer Diolah SPSS(2025)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4 uji R2 (R Square) sebesar 0,672. Hal ini menunjukkan bahwa konstribusi nilai gaya hidup, kemudahan penggunaan, interaksi antara gaya hidup dengan promosi, interaksi antara kemudahan penggunaan dengan promosi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* adalah sebesar 67,2%, sementara 32,8% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk didalam model regresi ini

PEMBAHASAN

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup digital mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi keuangan sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup modern dan terbiasa memanfaatkan teknologi digital cenderung memilih metode pembayaran yang praktis, cepat, dan efisien, sehingga *e-wallet* menjadi salah satu instrumen transaksi yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Secara konseptual, gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan preferensi individu dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengalokasikan waktu dan sumber daya keuangan (Kotler and Keller, 2016). Dalam konteks teknologi keuangan, gaya hidup digital mendorong individu untuk memanfaatkan layanan berbasis teknologi yang mampu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki gaya hidup lebih dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi cenderung memiliki tingkat adopsi *e-wallet* yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Zaino (2021), Ulum and Solekah (2024), serta Ramadhani (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet*. Secara empiris, penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan transaksi, tetapi juga berkaitan dengan pola konsumsi dan kebiasaan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital, tetapi juga menjadi bagian dari pola konsumsi yang terintegrasi dengan gaya hidup digital mahasiswa.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa mengenai kemudahan dalam memahami, mempelajari, dan mengoperasikan aplikasi *e-wallet* berperan penting dalam mendorong keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi keuangan sehari-hari. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk memilih dan memanfaatkan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi digital.

Secara teoritis, kemudahan penggunaan merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis (1989). Konsep *perceived ease of use* menjelaskan bahwa suatu teknologi akan lebih mudah diterima apabila pengguna merasa bahwa sistem tersebut tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipahami dan dioperasikan. Dalam konteks *e-wallet*, kemudahan penggunaan tercermin dari antarmuka aplikasi yang sederhana, proses transaksi yang cepat, serta aksesibilitas yang tinggi sehingga mampu meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan John *et al.* (2024), Arifin (2021), serta Cahyani, Tjahjaningsih and Wirasati (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat dan keputusan penggunaan *e-wallet.* Secara empiris, mahasiswa cenderung memilih aplikasi *e-wallet* yang praktis dan tidak rumit untuk mendukung berbagai kebutuhan transaksi seperti pembayaran makanan, belanja daring, maupun transaksi harian lainnya. Dengan demikian, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang mendorong keputusan mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sarana transaksi keuangan digital yang efisien dan praktis.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa interaksi antara gaya hidup dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Artinya, kecenderungan mahasiswa dengan gaya hidup digital untuk menggunakan *e-wallet* menjadi semakin kuat ketika didukung oleh berbagai program promosi seperti diskon, *cashback, point reward,* maupun *event marketing* yang memberikan manfaat finansial bagi pengguna.

Secara konseptual, gaya hidup digital mendorong individu untuk memanfaatkan teknologi yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Namun, keberadaan promosi memberikan stimulus tambahan yang mampu meningkatkan nilai manfaat yang dirasakan pengguna. Menurut Kotler and Keller (2016), promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan memberikan nilai tambah bagi konsumen sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk. Dalam konteks *e-wallet,* promosi tidak hanya meningkatkan daya tarik layanan, tetapi juga memperkuat kecenderungan mahasiswa dengan gaya hidup digital untuk memanfaatkan transaksi non-tunai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Saragih (2023), Putra and Julianto (2022), serta Endriyanto *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan dompet digital. Program promosi yang memberikan keuntungan ekonomi secara langsung mampu meningkatkan minat dan intensitas penggunaan *e-wallet*, khususnya pada kelompok mahasiswa yang memiliki keterbatasan sumber daya keuangan. Dengan demikian, promosi berfungsi sebagai faktor eksternal yang memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi keuangan sehari-hari.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa interaksi antara kemudahan penggunaan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.* Temuan ini menunjukkan bahwa promosi tidak berperan dalam memperkuat maupun memperlemah pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Dengan kata lain, keputusan mahasiswa untuk menggunakan *e-wallet* lebih dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi dibandingkan oleh adanya program promosi yang ditawarkan.

Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menegaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan faktor utama dalam penerimaan teknologi. Ketika suatu sistem telah dipersepsikan mudah digunakan, pengguna cenderung memutuskan untuk menggunakannya tanpa memerlukan stimulus eksternal tambahan. Dalam konteks *e-wallet,* kemudahan penggunaan tercermin dari proses transaksi yang cepat, kemudahan pembayaran melalui QRIS, serta antarmuka aplikasi yang sederhana sehingga mampu memenuhi kebutuhan transaksi mahasiswa secara efisien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Astuti and Mahmud (2023), dan Cahyani, Tjahjaningsih and Wirasati (2025) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet,* sementara promosi tidak memberikan pengaruh tambahan yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan *e-wallet* karena faktor kepraktisan dan efisiensi transaksi, seperti kemudahan pembayaran dan pengelolaan pengeluaran harian. Dengan demikian, promosi lebih berperan sebagai faktor pendukung dalam ekosistem transaksi digital, tetapi tidak berfungsi sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan keputusan penggunaan *e-wallet.*

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dengan promosi sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet.* Temuan ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup digital mahasiswa dan semakin mudah aplikasi *e-wallet* digunakan, maka semakin besar kecenderungan mahasiswa menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hasil analisis moderasi juga menunjukkan bahwa promosi memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet,* namun tidak memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi lebih efektif dalam memperkuat perilaku yang berkaitan dengan gaya hidup digital, sementara keputusan penggunaan yang didasarkan pada kemudahan sistem terbentuk secara langsung tanpa memerlukan stimulus tambahan.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian perilaku konsumen digital dan adopsi teknologi keuangan dengan menegaskan bahwa gaya hidup dan *perceived ease of use* merupakan determinan penting dalam keputusan penggunaan *e-wallet.* Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa promosi sebagai variabel moderasi bersifat kontekstual, yaitu lebih efektif dalam memperkuat pengaruh gaya hidup dibandingkan hubungan yang berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk tidak hanya berfokus pada strategi promosi, tetapi juga meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi melalui antarmuka yang intuitif, kecepatan transaksi, serta stabilitas sistem, sekaligus memperkuat integrasi layanan dengan berbagai platform digital yang sering digunakan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya cakupan sampel yang terbatas pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunodjoyo Madura serta penggunaan metode survei berbasis kuesioner yang memungkinkan adanya bias persepsi responden. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas pada gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan promosi, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet.* Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden, menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, atau manfaat yang dirasakan, serta menggunakan pendekatan longitudinal agar dapat menangkap dinamika perubahan perilaku penggunaan layanan keuangan digital secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alamanda Putri, F. *et al.* (2021) 'Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek', *Prosiding Seminar Nasional Statistika | Departemen Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran*, 10(SE-Articles),

Amara, A. (2025) 'E-Wallet Tumbuh Makin Pesat, Kalahkan Kartu Kredit dan Debit', *Espos.id* [Preprint]. Jakarta. Available at: https://bisnis.espos.id/e-wallet-tumbuh-makin-pesat-kalahkan-kartu-kredit-dan-debit-2135833.

Arifin, S.K. (2021) 'Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services'.

Astuti, D.Y. and Mahmud (2023) 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan Jurnal Mirai Management dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO', *Jurnal Mirai Management*, 8(2), pp. 414–430.

Cahyani, A.T., Tjahjaningsih, E. and Wirasati, W. (2025) 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna pada E-Wallet DANA: Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Pelayanan', *Peringkat Akreditasi Sinta*, 23(2), pp. 2655–826.

Davis, F.D. (1989) 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), pp. 319–339. Available at: https://doi.org/10.2307/249008.

Endriyanto, R. *et al.* (2022) 'Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet', 5, pp. 67–80.

Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995) *Consumer Behavior*. 8th edn.

Chicago: Dryden Press.
Erwan, E.S. and Edi Setiawan (2023) 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta', *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), pp. 129–140. Available at: https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822.
John, Z. *et al.* (2024) 'Acta Psychologica Factors influencing the intention to use e -wallet among generation Z and millennials in the Philippines : An extended technology acceptance model (TAM) approach', *Acta Psychologica*, 250(July), p. 104526. Available at: https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526.
Kotler, P. and Keller, K.L. (2016) *Marketing Management*. 15th edn. Harlow: Pearson Education.
Kristanty, D.N. (2024) 'Tren dan Tantangan Keamanan Bertransaksi dengan Qris dalam Era Transformasi Sistem Pembayaran Digital', *Jurnal Syntax Admiration*, 5(10), pp. 3923–3933. Available at: https://doi.org/10.46799/jsa.v5i10.1538.
Muhamad, N. (2025) 'Ini Layanan Fintech yang Banyak Digunakan Warga RI (Mei 2025)', *Databoks Katadata* [Preprint]. Jakarta. Available at: https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/6879e2188de19/ini-layanan-fintech-yang-banyak-digunakan-warga-ri-mei-2025.
Plummer, J.T. (1974) 'The Concept and Application of Life Style Segmentation', *Journal of Marketing*, 38(1), pp. 33–37.
Putra, G.P. and Julianto, I.P. (2022) 'Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan', *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(01), pp. 27–35. Available at: https://doi.org/10.23887/vjra.v10i01.56230.
Putri, D.E. *et al.* (2022) 'Meningkatkan Niat Menggunakan Dompet Digital pada Generasi Z dan Milenial dengan Cashback promotion sebagai Mediator', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), pp. 1057–1072. Available at: https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1057-1072.
Ramadhani, A. noviana (2025) 'The Influence of E-Wallet Usage On The Decision To Use The DANA Application For Transactions Among State University Students In Central Java', 8(1), pp. 1799–1818.
Saragih, H.S. (2023) 'Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet', 8.
Siagian, Y., Napitupulu, V. N., Sitompul, T., Sitorus, J., & Siallagan, H. (2026). *Peran teknologi finansial dalam mengubah pola bisnis dan sistem ekonomi global kontemporer*. **J**urnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 5**(2),** 98–109. https://doi.org/10.55606/jempper.v5i2.6443
Ulum, I.F. and Solekah, N.A. (2024) 'The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation', *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 8(1), pp. 67–82. Available at: https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265.
Zainol, N.R. (2021) 'Cashless Transactions : A Study on Intention and Adoption of e-Wallets', 2019, pp. 1–18.