



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 19394-19400

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan *Framing effect* terhadap Penerimaan dan Penggunaan *E-wallet* DANA (Studi pada Mahasiswa STIE Mahardika Surabaya)

Octavia Nuril Kamila, Vivin Nur Handini, Arda Ardiansyah, M Ammar Fikri Hakim

Program Studi Manajemen, STIE Mahardika Surabaya

octavianurilkamila@gmail.com, vivinnurhandini@gmail.com, Arda3saputra@gmail.com, ammarfkrh@gmail.com,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, dan *framing effect* terhadap penerimaan serta penggunaan *e-wallet* DANA pada mahasiswa STIE Mahardika Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei terhadap 150 mahasiswa aktif pengguna DANA. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert lima poin dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* menggunakan RStudio. Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui pengujian *loading factor*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extracted*, sedangkan hubungan antarvariabel diuji berdasarkan koefisien jalur dan nilai signifikansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan DANA dengan koefisien 0,417 dan *p-value* 0,014. *Framing effect* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,402 dan *p-value* 0,030. Sebaliknya, persepsi risiko memiliki koefisien $-0,046$ dengan *p-value* 0,549 sehingga tidak berpengaruh signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mempertimbangkan keamanan, reputasi, keandalan layanan, kemudahan, manfaat, serta penyajian informasi promosi dibandingkan potensi risiko yang dirasakan. Hasil penelitian menegaskan pentingnya peningkatan sistem keamanan, transparansi informasi, kualitas layanan, dan strategi komunikasi yang positif namun tetap bertanggung jawab. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian adopsi teknologi keuangan digital serta menjadi masukan praktis bagi penyedia *e-wallet* dalam meningkatkan kepercayaan dan penggunaan layanan di kalangan mahasiswa secara aman, inklusif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna muda.

Kata Kunci: *E-Wallet*, Kepercayaan, Persepsi Risiko, *Framing Effect*, Penerimaan Teknologi

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap sistem keuangan global, termasuk di Indonesia. Munculnya *financial technology (fintech)* menjadi salah satu bentuk inovasi yang paling berpengaruh dalam mendukung transformasi ekonomi digital. *Fintech* memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan, seperti pembayaran, investasi, dan pinjaman, dengan lebih cepat, praktis, dan efisien. Salah satu layanan *fintech* yang berkembang pesat dan banyak digunakan adalah dompet digital (*e-wallet*), yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai dengan tingkat kenyamanan dan keamanan yang semakin baik (Aini dan Fadilla, 2024).

Sejak masa pandemi COVID-19, kebiasaan bertransaksi masyarakat mengalami perubahan signifikan ke arah digital. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2024), nilai transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat setiap tahun dan menjadi pendorong utama pertumbuhan sektor *fintech* nasional. Pergeseran ini tidak hanya terlihat di sektor komersial, tetapi juga pada aktivitas sehari-hari masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa yang semakin terbiasa menggunakan layanan *e-wallet* untuk berbagai kebutuhan. Fenomena ini menunjukkan bahwa layanan *fintech* telah menjadi bagian penting dari gaya hidup digital generasi muda di Indonesia.

Salah satu platform *e-wallet* yang paling populer adalah DANA, yang dikenal karena fitur-fiturnya yang inovatif, antarmuka yang mudah digunakan, dan kampanye promosi yang intensif. Meskipun jumlah pengguna terus meningkat, tingkat penerimaan dan penggunaan aktif DANA di kalangan mahasiswa masih bervariasi. Banyak pengguna potensial yang tetap berhati-hati atau bahkan ragu dalam menggunakan layanan tersebut secara rutin. Hal ini mengindikasikan bahwa penerimaan terhadap teknologi keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kemudahan dan efisiensi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan perseptual, seperti

kepercayaan terhadap penyedia layanan, persepsi terhadap risiko transaksi digital, dan cara informasi disajikan kepada pengguna (Baroto, 2024).

Dalam kerangka adopsi teknologi, kepercayaan (*trust*) merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sebuah sistem digital (Wijaya & Susilawati, 2021). Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap keamanan data dan integritas sistem akan lebih cenderung menerima dan menggunakan layanan fintech. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan dapat menimbulkan rasa ragu bahkan penolakan terhadap teknologi baru. Persepsi risiko (*perceived risk*) juga menjadi faktor yang berpengaruh signifikan (Syabila & Khasanah, 2023). Risiko yang dirasakan, seperti potensi kehilangan dana, kebocoran data pribadi, atau kesalahan sistem, sering kali menimbulkan kekhawatiran yang menghambat penerimaan terhadap teknologi keuangan digital.

Selain kedua faktor tersebut, *framing effect* turut berperan dalam membentuk sikap pengguna terhadap *fintech*. *Framing effect* mengacu pada bagaimana informasi dikomunikasikan atau dikemas oleh penyedia layanan, yang kemudian memengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan individu. Informasi yang disampaikan secara positif misalnya menonjolkan manfaat, kemudahan, dan keamanan cenderung meningkatkan minat pengguna terhadap layanan *e-wallet*. Sebaliknya, *framing* yang menekankan potensi risiko atau kerugian dapat menimbulkan persepsi negatif dan menurunkan minat adopsi (Lalu Agustino, 2021).

Mahasiswa merupakan kelompok pengguna yang potensial untuk diteliti karena mereka merupakan bagian dari generasi digital yang sangat dekat dengan teknologi, namun pada saat yang sama masih membangun kepercayaan terhadap sistem keuangan digital. Mahasiswa STIE Mahardika Surabaya, misalnya, aktif menggunakan berbagai layanan fintech, termasuk DANA, untuk mendukung aktivitas akademik dan sosial mereka. Akan tetapi, tingkat penerimaan dan penggunaan *e-wallet* di kalangan mereka masih beragam, yang mungkin dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan, persepsi risiko, serta efek *framing* dalam promosi dan penyampaian informasi mengenai DANA.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepercayaan, persepsi risiko, dan *framing effect* berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA di kalangan mahasiswa STIE Mahardika Surabaya. Secara lebih rinci, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan: apakah kepercayaan pengguna memengaruhi penerimaan dan penggunaan DANA, bagaimana persepsi risiko memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut, serta sejauh mana *framing effect* berperan dalam membentuk sikap dan perilaku mahasiswa terhadap DANA sebagai produk *fintech*.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperluas literatur tentang perilaku adopsi *financial technology*, khususnya *e-wallet*, dengan mengintegrasikan aspek psikologis (kepercayaan dan persepsi risiko) serta aspek kognitif (*framing effect*) dalam satu kerangka analisis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat pemahaman terhadap model penerimaan teknologi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dalam konteks layanan keuangan digital di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembang layanan DANA dalam merancang strategi komunikasi dan edukasi yang mampu meningkatkan kepercayaan pengguna, mengurangi persepsi risiko, serta mengoptimalkan *framing* pesan yang lebih efektif dan meyakinkan. Selain itu, penelitian ini juga relevan bagi institusi pendidikan dalam meningkatkan literasi fintech di kalangan mahasiswa, agar mereka lebih selektif dan bijak dalam memanfaatkan layanan keuangan digital.

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Adopsi Teknologi Keuangan (Fintech)

Financial technology (*fintech*) telah menghadirkan transformasi besar dalam cara masyarakat mengelola dan memanfaatkan layanan keuangan. Layanan digital seperti *e-wallet* memungkinkan transaksi lebih cepat, aman, dan praktis, namun juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait keamanan data, kepercayaan, dan persepsi risiko pengguna (Negarawati & Rohana, 2024). Berbagai model teori, termasuk *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), digunakan untuk memahami bagaimana individu memutuskan menerima dan menggunakan teknologi baru. TAM menekankan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, sementara UTAUT menambahkan pengaruh sosial dan faktor pendukung lingkungan (Ii & Literatur, 2022). Penelitian terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko menjadi faktor penting yang memengaruhi niat dan penggunaan layanan fintech, termasuk *e-wallet* DANA. Artinya, keputusan seseorang menggunakan fintech tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan atau manfaat, tetapi juga oleh faktor psikologis dan persepsi risiko yang mereka rasakan (Anwar & Elistia, 2024).

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan merupakan faktor krusial dalam penggunaan layanan finansial digital (Meuthia, 2024). Dalam konteks *e-wallet*, kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan pengguna bahwa layanan akan berjalan dengan aman, andal, dan sesuai harapan, sehingga tidak menimbulkan kerugian. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi meningkatkan niat dan keterlibatan pengguna dalam menggunakan layanan fintech (Eltin Ghina Qothrunnada, 2019).

Dalam penelitian ini, kepercayaan dianggap sebagai variabel yang mendorong penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA. Mahasiswa yang merasa yakin bahwa aplikasi DANA aman, transaksi berjalan lancar, dan penyedia layanan transparan cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk menerima dan menggunakan aplikasi ini.

Persepsi Risiko (Perceived Risk)

Persepsi risiko adalah evaluasi subjektif individu terhadap kemungkinan kerugian atau konsekuensi negatif saat menggunakan suatu layanan (Arini, 2012). Dalam *e-wallet*, risiko bisa berupa kehilangan dana, kegagalan transaksi, kebocoran data pribadi, atau penipuan digital. Studi terkini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki efek negatif terhadap niat dan perilaku penggunaan layanan digital, meskipun manfaat layanan tetap menjadi pertimbangan penting (Farid & Laksmi, 2023).

Dengan demikian, dalam penelitian ini persepsi risiko diharapkan menjadi variabel yang menurunkan penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA, karena mahasiswa yang merasa risiko tinggi cenderung menunda atau menghindari penggunaan layanan.

Framing effect

Framing effect adalah fenomena psikologis di mana cara penyajian informasi memengaruhi persepsi, sikap, dan keputusan individu. Dalam konteks *e-wallet*, framing positif—misalnya menekankan keamanan, kenyamanan, dan keuntungan transaksi digital dapat meningkatkan penerimaan dan penggunaan. Sebaliknya, framing negative misalnya menyoroti potensi risiko dan kerugian cenderung menurunkan minat pengguna (Kwong, J. K., et.al (2021).

Framing effect juga dapat memengaruhi kepercayaan dan persepsi risiko. Informasi yang disajikan secara meyakinkan dapat menumbuhkan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan kenyamanan layanan, sekaligus menurunkan kekhawatiran mereka terhadap potensi risiko.

Penerimaan dan Penggunaan Teknologi

Penerimaan teknologi mengacu pada niat dan sikap individu untuk menggunakan layanan, sedangkan penggunaan teknologi adalah implementasi nyata dari niat tersebut. Model TAM dan UTAUT menempatkan penerimaan sebagai mediator yang menghubungkan faktor-faktor prediktor—seperti kepercayaan, persepsi risiko, dan *framing effect*—dengan perilaku penggunaan aktual. Penelitian terbaru menemukan bahwa penerimaan menjadi kunci untuk menjembatani kepercayaan dan penggunaan layanan *e-wallet* di kalangan mahasiswa (Ii & Literatur, 2022)

Pengaruh antar Variabel

Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam penggunaan teknologi finansial digital. Mahasiswa cenderung lebih mudah menerima *e-wallet* ketika mereka yakin bahwa layanan tersebut aman, andal, dan transparan. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna berperan penting dalam membentuk niat dan penerimaan terhadap fintech. Misalnya, studi oleh Isaura, Prameswari & Usman (2024) menemukan bahwa persepsi keamanan dan pengalaman pengguna secara signifikan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan fintech, yang pada akhirnya mendorong penerimaan (Zahra Hafizha Isaura et al., 2024).

H1: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA pada mahasiswa STIE Mahardika Surabaya.

Persepsi risiko sering menjadi hambatan dalam adopsi teknologi finansial. Ketika pengguna merasa ada potensi kerugian atau masalah keamanan, niat untuk menerima teknologi tersebut menurun. Sebagai contoh, Louis & Afgani (2024) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan layanan digital banking. Maka, semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah penerimaan mahasiswa terhadap e-wallet (Louis & Kurnia Fajar Afgani, 2024)

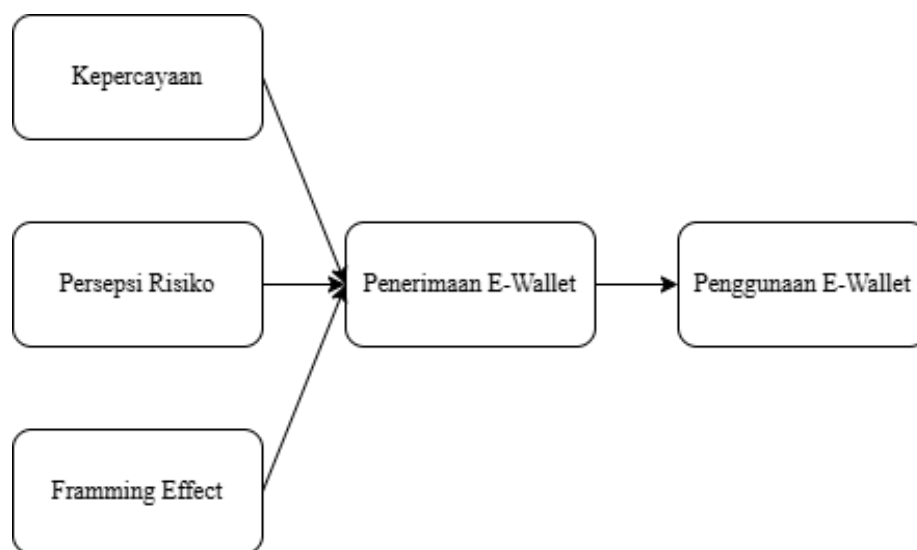
H2: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penerimaan dan penggunaan e-wallet DANA pada mahasiswa STIE Mahardika Surabaya.

Framing effect mengacu pada cara penyajian informasi yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan individu. Dalam konteks e-wallet, penyajian informasi secara positif—misalnya menekankan kemudahan, keamanan, dan manfaat—dapat meningkatkan penerimaan mahasiswa. Meskipun penelitian empiris di Indonesia masih terbatas, literatur komunikasi menunjukkan bahwa framing yang menonjolkan keuntungan cenderung mendorong niat positif (scholar.its.ac.id). Framing yang tepat tidak hanya memengaruhi penerimaan, tetapi juga dapat mendorong tindakan nyata. Informasi yang meyakinkan mengenai manfaat dan keamanan e-wallet dapat membuat mahasiswa lebih berani melakukan transaksi rutin

H3: *Framing effect* berpengaruh positif terhadap penerimaan dan penggunaan e-wallet DANA pada mahasiswa STIE Mahardika Surabaya.

Berdasarkan model adopsi teknologi (TAM/UTAUT), penerimaan atau niat merupakan indikator kesiapan individu untuk menggunakan teknologi, yang kemudian tercermin dalam perilaku penggunaan. Studi tentang pembayaran digital di Indonesia menunjukkan bahwa penerimaan menjadi penghubung utama antara faktor-faktor prediktor dan penggunaan aktual (Ahyar et al., 2024).

H4: Penerimaan e-wallet DANA berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet DANA pada mahasiswa STIE Mahardika Surabaya.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat melalui metode regresi berganda. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner melalui survei langsung yang ditujukan kepada mahasiswa Manajemen STIE Mahardika yang aktif menggunakan *E-wallet* Dana. Peneliti menggunakan probability sampling, khususnya simple random sampling, untuk memilih 150 responden, dengan pertimbangan minimal 30 responden diperlukan agar distribusi data mendekati normal (Norjannah, 2023).

Kuesioner dirancang menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari Skor 1 untuk "Sangat Tidak Setuju" hingga Skor 5 untuk "Sangat Setuju", guna mengukur sikap responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan

bantuan perangkat lunak RStudio, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi dan memahami hubungan antar variabel secara sistematis dan mendalam.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Evaluasi Model Pengukuran

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak RStudio. Evaluasi model pengukuran bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk Kepercayaan, Persepsi Risiko, *Framing effect*, serta Penerimaan dan Penggunaan *e-wallet* DANA.

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,50. Beberapa indikator yang tidak memenuhi kriteria dieliminasi karena kurang mampu merepresentasikan konstruk secara optimal. Secara umum, konstruk Kepercayaan dan *Framing effect* menunjukkan kualitas pengukuran yang lebih kuat dibandingkan Persepsi Risiko serta Penerimaan dan Penggunaan.

Tabel 1.

Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Konstruk	CR	AVE
Kepercayaan (X1)	0,794	0,570
Persepsi Risiko (X2)	0,795	0,443
<i>Framing effect</i> (X3)	0,856	0,555
Penerimaan & Penggunaan (Y)	0,811	0,421

Sumber: Data primer (diolah)

Nilai Composite Reliability (CR) seluruh konstruk berada di atas batas minimum 0,70, yang menunjukkan konsistensi internal yang baik. Nilai Average Variance Extracted (AVE) pada konstruk Kepercayaan dan *Framing effect* telah memenuhi kriteria $\geq 0,50$, sedangkan AVE pada Persepsi Risiko dan Penerimaan dan Penggunaan masih berada di bawah batas ideal. Meskipun demikian, nilai CR yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk tetap reliabel dan layak digunakan dalam pengujian struktural.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan *Framing effect* terhadap Penerimaan dan Penggunaan *e-wallet* DANA. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai koefisien jalur terstandarisasi (standardized path coefficient) dan nilai signifikansi (p-value).

Tabel 2.

Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Koefisien (Std.)	p-value	Keputusan
Kepercayaan → Penerimaan & Penggunaan	0,417	0,014	Signifikan
Persepsi Risiko → Penerimaan & Penggunaan	-0,046	0,549	Tidak signifikan
<i>Framing effect</i> → Penerimaan & Penggunaan	0,402	0,030	Signifikan

Sumber: Data primer (diolah)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan *Framing effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan dan Penggunaan *e-wallet* DANA. Sebaliknya, Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa faktor risiko bukan merupakan pertimbangan utama bagi mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepercayaan terhadap Penerimaan dan Penggunaan DANA

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA. Nilai koefisien jalur sebesar 0,417 dengan tingkat signifikansi 0,014

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap layanan DANA, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima dan menggunakan *e-wallet* tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan, reputasi penyedia layanan, serta keandalan sistem menjadi pertimbangan utama bagi mahasiswa dalam menggunakan layanan pembayaran digital.

Hasil ini juga didukung oleh kualitas konstruk kepercayaan yang tergolong baik, ditunjukkan oleh sebagian besar indikator yang memiliki nilai loading factor di atas batas minimum serta nilai AVE yang telah memenuhi kriteria. Dengan demikian, konstruk kepercayaan tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga mampu merepresentasikan konsep yang diukur dengan baik. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Wijaya dan Susilawati (2021) serta Pratama dan Nugroho (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam mendorong adopsi layanan fintech, khususnya pada layanan keuangan berbasis digital.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Penerimaan dan Penggunaan DANA

Berbeda dengan kepercayaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA. Hal ini tercermin dari nilai koefisien jalur sebesar $-0,046$ dengan tingkat signifikansi $0,549$, yang berada di atas batas signifikansi yang ditetapkan. Temuan ini menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan mahasiswa tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka untuk menggunakan *e-wallet*.

Tidak signifikannya pengaruh persepsi risiko dapat dijelaskan dari dua sisi. Pertama, dari sisi pengukuran, nilai AVE persepsi risiko masih berada di bawah $0,50$ dan terdapat beberapa indikator dengan nilai loading factor yang relatif rendah. Kedua, dari sisi karakteristik responden, mahasiswa sebagai generasi muda cenderung lebih terbiasa dengan teknologi digital dan memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri dan Handayani (2020) serta Sari dan Wibowo (2023) yang menemukan bahwa pada kelompok usia mahasiswa, persepsi risiko tidak selalu menjadi penghambat dalam penggunaan layanan *e-wallet*.

Pengaruh *Framing effect* terhadap Penerimaan dan Penggunaan DANA

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *framing effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA. Nilai koefisien jalur sebesar $0,402$ dengan tingkat signifikansi $0,030$ mengindikasikan bahwa cara penyajian informasi, promosi, serta penekanan manfaat layanan memiliki peran penting dalam membentuk keputusan mahasiswa. Dengan kata lain, mahasiswa lebih tertarik menggunakan *e-wallet* ketika informasi yang diterima disampaikan secara positif dan menonjolkan keuntungan yang diperoleh.

Pengaruh *framing effect* yang signifikan ini diperkuat oleh kuatnya indikator-indikator penyusunnya, yang ditunjukkan oleh nilai loading factor yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi seperti cashback, diskon, serta penggunaan bahasa persuasif dalam iklan mampu meningkatkan daya tarik *e-wallet* di kalangan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Lestari (2021) serta Nugraha et al. (2022) yang menyatakan bahwa framing positif dalam komunikasi pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Ringkasan Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan *framing effect* merupakan faktor yang berperan signifikan dalam mendorong penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA di kalangan mahasiswa, sedangkan persepsi risiko tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Perbedaan pengaruh antar variabel tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks mahasiswa, keyakinan terhadap layanan serta cara informasi disampaikan lebih menentukan keputusan penggunaan dibandingkan pertimbangan risiko yang dirasakan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan *framing effect* terbukti berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA di kalangan mahasiswa. Kepercayaan memiliki pengaruh positif, yang menunjukkan bahwa aspek keamanan, reputasi, dan keandalan sistem menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan *e-wallet*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima dan menggunakan layanan DANA. Selain itu, *framing effect* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet*. Hasil ini mengindikasikan bahwa cara penyajian informasi, promosi, serta penekanan pada manfaat layanan, seperti cashback dan kemudahan transaksi, mampu membentuk persepsi positif dan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*. Sebaliknya, persepsi risiko tidak

menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan *e-wallet* DANA. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung tidak menjadikan risiko sebagai pertimbangan utama dalam menggunakan layanan pembayaran digital, yang dapat dikaitkan dengan tingginya tingkat literasi digital dan kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan teknologi keuangan berbasis aplikasi. IMPLIKASI PENELITIAN: Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *e-wallet*, khususnya DANA. Penyedia layanan perlu terus memperkuat aspek kepercayaan pengguna melalui peningkatan sistem keamanan, transparansi informasi, serta konsistensi kualitas layanan. Selain itu, strategi pemasaran yang menekankan framing positif, seperti promosi yang komunikatif, penggunaan bahasa persuasif, dan penawaran keuntungan yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa, perlu terus dikembangkan untuk meningkatkan minat penggunaan *e-wallet*.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian adopsi teknologi keuangan digital dengan menegaskan bahwa kepercayaan dan *framing effect* merupakan faktor penting dalam mendorong penerimaan *e-wallet*, khususnya pada konteks mahasiswa. Temuan ini memperkuat model penerimaan teknologi dengan menunjukkan bahwa faktor psikologis dan komunikasi pemasaran memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan persepsi risiko dalam konteks pengguna muda

Referensi

1. Ahyar, M. K., Kurniawan, C., & Dimas Rizki Efendi. (2024). Journal of Finance and Islamic Banking Vol. 7 No. 2 Desember 2024. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 7(1), 102–123. <https://doi.org/10.22515/jfib.v7i2.10017>
2. Aini dan Fadilla. (2024). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Meningkatkan Akses Keuangan di Indonesia Pada Era Transformasi Digital. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11), 499–507.
3. Al Mustofa, M. U., Shophia, S. P., Muhibbin, Z., Ardiantono, D. S., Mawardi, I., Widiastuti, T., Fahmi, A., & Windiani, W. (Accepted/In press). Risk perception on intention to pay zakat via financial technology (fintech). *Journal of Islamic Marketing*.
4. Anwar, K., & Elistia, E. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fintech Adoption. *YUME : Journal of Management*, 7(2), 588–611.
5. Arini, A. T. (2012). Persepsi Risiko di Indonesia: Tinjauan Kualitatif Sistematis. *Buletin Psikologi*, 20(1–2), 66–81.
6. Bank Indonesia. (2024). Statistik Uang Elektronik Indonesia. Jakarta: BI.
7. Baroto, Y. (2024). Peran Teknologi Finansial dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan di Indonesia. July. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12630324>
8. Eltin Ghina Qothrunnada. (2019). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi fintech. *Universitas Lampung*.
9. Farid, M., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *Jurnal UII*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
10. Ii, B. A. B., & Literatur, T. (2022). Pengaruh Hambatan Fungsional..., Kristian Momongan, Universitas Multimedia Nusantara. 13–41.
11. Kwong, J. K., Cruz, I., & Murphy, S. T. (2021). Comparing "Individual Health" MessageFraming to "Organizational Efficiency" Message Framing to Encourage Adoption of Wearable Health Technologies at Work. *American journal of health promotion : AJHP*, 35(2), 271–274.
12. Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-wallet. *Ekonomi Bisnis*, 17(3), 401–422.
13. Louis, E. I., & Kurnia Fajar Afgani. (2024). The Influence Of Perceived Risk On Digital Banking To Customer's Intention To Use Digital Banks In Jabodetabek 2023-2024. *Journal Integration of Management Studies*, 2(1), 95–106. <https://doi.org/10.58229/jims.v2i1.151>
14. Meuthia, R. F. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12(1), 454–468. <https://ocs.polije.ac.id/index.php/psnav/article/view/47>
15. Negarawati, E., & Rohana, S. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 46–60. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2712>
16. Norjannah, W. (2023). Pengaruh manajemen kinerja perpustakaan terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan UIN Antasari Banjarbaru. *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(2), 129–140.
17. Nugraha, A. P., et al. (2022). Determinan minat penggunaan layanan keuangan digital pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*.
18. Putri, A. R., & Handayani, P. W. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan e-wallet di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*.
19. Rahmawati, D., & Lestari, S. (2021). Pengaruh promosi dan framing terhadap keputusan penggunaan e-wallet. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
20. Sari, M., & Wibowo, A. (2023). Persepsi risiko dan penggunaan e-wallet pada generasi muda. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
21. Syabila, N. A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel. *Diponegoro Journal of Management*, 12, 1–15.
22. Wijaya, E., & Susilawati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(01), 202–209.
23. Wijaya, R., & Susilawati, E. (2021). Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan fintech di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
24. Zahra Hafizha Isaura, Chikita Putri Prameswari, & Osly Usman. (2024). Determinants of User Trust in Financial Technology Usage in Indonesia. *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 1(1), 995–1008. <https://doi.org/10.21009/isc-beam.011.70>