

**LAPORAN SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONALIZATION PRIVACY PARADOX* TERHADAP  
NIAT KEBERLANJUTAN MENGGUNAKAN *E-WALLET* DI  
KALANGAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG**



**BERNADHETA DINAR KOEN HARDAYANI**

**22.G4.0006**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2026**

**LAPORAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *PERSONALIZATION PRIVACY PARADOX* TERHADAP  
NIAT KEBERLANJUTAN MENGGUNAKAN *E-WALLET* DI  
KALANGAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar S.Ak & S.Kom**



**BERNADHETA DINAR KOEN HARDAYANI**

**22.G4.0006**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2026**

## ABSTRAK

Pertumbuhan penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z menunjukkan akselerasi adopsi yang signifikan sekaligus memunculkan dilema antara manfaat personalisasi dan risiko privasi yang dikenal sebagai *personalization privacy paradox*. Penelitian sebelumnya telah mengkaji aspek manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *contactless payment* di kawasan Timur Tengah namun belum mengintegrasikan secara komprehensif hubungan antara personalisasi, nilai pengungkapan informasi, dan kekhawatiran privasi dalam membentuk niat berkelanjutan, serta belum diuji dalam konteks *e-wallet* di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *perceived personalization*, *privacy invasion*, dan *perceived value of information disclosure* terhadap *continued intention* penggunaan *e-wallet*. Objek penelitian mencakup pengguna *e-wallet* Generasi Z di Kota Semarang dengan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 317 responden yang dianalisis menggunakan SEM dengan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived personalization* meningkatkan *perceived value of information disclosure* sementara *privacy invasion* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continued intention*, dengan *perceived value of information disclosure* sebagai determinan utama. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z sebagai *digital natives* menunjukkan kompromi rasional terhadap risiko privasi, di mana manfaat yang dirasakan lebih dominan dalam mendorong keberlanjutan penggunaan. Implikasi penelitian menekankan urgensi strategi personalisasi yang diimbangi dengan perlindungan data untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pengguna.

Kata Kunci : *Privacy Paradox*, Generasi Z, *Fintech*, *Continued Intention*, Privasi Data