

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* APLIKASI  
DANA PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN  
TANJUNGPINANG TIMUR**

**SKRIPSI**

**SUCI RAHMADANI**

**NIM : 19612264**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2023**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* APLIKASI  
DANA PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN  
TANJUNGPINANG TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tgas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH:

**SUCI RAHMADANI  
NIM : 19612264**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET APLIKASI DANA PADA GENERASI  
MILENIAL DI KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Diajukan kepada:

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh:

Nama : Suci Rahmadani  
Nim : 19612264

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Selvi Fauzar, S.E., M.M.  
NIDN. 1001109101/Lektor

Pembimbing Kedua,



Risnawati, S.Sos., M.M.  
NIDN. 1025118803/Lektor

Menyetujui,

Ketua Program Studi,



Elka Kurnia Saputra, S.T., M.M.  
NIDN. 1011088902/Lektor

**Skripsi Berjudul**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET APLIKASI DANA PADA GENERASI  
MILENIAL DI KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Nama : Suci Rahmadani

Nim : 19612264

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Hari Kamis  
Tanggal Dua Puluh Tiga Bulan November Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga dan  
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



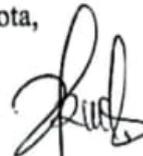
Selvi Fauzar, S.E., M.M.  
NIDN. 1001109101/Lektor

Sekretaris,



M. Syaiful, S.E., M.M.  
NIDK. 8890420016/Lektor

Anggota,



Risnawati, S.Sos., M.M.  
NIDN. 1025118803/Lektor

Tanjungpinang, 23 November 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang  
Ketua,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak. Ak. CA  
NIDN.1029127801/Lektor

## HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Suci Rahmadani  
Nim : 19612264  
Tahun Angkatan : 2019  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.69  
Program Studi / Jenjang : Manajemen / Strata I  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 23 November 2023

Penyusun,



**SUCI RAHMADANI**  
NIM : 19612264

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmannirrahim

Puji syukur kepada Allah SWT atas karunianya yang telah memberikan nikmat, rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan kepada saya hingga bisa menyelesaikan skripsi sampai dengan hari ini. Terimakasih telah menjadi penguat dan pengingat segala hal baik hingga saat ini saya masih diberi kesempatan hidup sampai saat ini. Terimakasih selalu memberikan rasa ingin bangkit ketika rasa terpuruk dan putus asa mulai datang.

Mamak dan Bapak Tersayang

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada hingga, saya persembahkan karya kecil ini untuk mamak dan bapak yang telah memberikan doa dan dukungan yang diberikan yang tak terhingga yang tidak mungkin terbalas dengan selebar kata cinta dan persembahan ini. Terimakasih masih selalu mengingatkan kapan skripsi ini bisa siap dan selesai. Semoga karya kecil ini bisa membuat mamak dan bapak bangga dan senang.

Teman-teman seperjuangan

Untuk temen-temen sekalian, terima kasih untuk pengalaman berharga, suka dan duka telah membantu segala hal dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih karena telah memberikan dukungan serta doa kepada saya. Tetap semangat perjalanan kita masih sangat panjang, bahkan baru saja dimulai.

## HALAMAN MOTTO

*Hasbunallah Wanikmal Wakil Nikmal Maula Wanikman Nasir*

“Cukuplah Allah sebagai tempat diri bagi kami, sebaik-baiknya pelindung dan sebaik-baiknya penolong kami”

*inna ma'al- 'usri yusrā*

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

"Hanya karena prosesmu lebih lama dari yang lain, bukan berarti kamu gagal"

- Harland Sanders -

"Jangan pernah menyerah. Pemenang tidak pernah menyerah, dan orang yang menyerah tidak pernah menang"

- Ted Turner -

“Dunia tak selalu berputar untuk kamu seorang, jadi jangan berharap apapun kalau bukan diri sendiri yang memulai, tak perlu saling kejar-kejaran, semua sudah terstruktur dengan baik dan indah oleh sang Cipta, tapi jangan lupa satu hal, bekerja lebih keraslah untuk hal-hal yang ingin kamu gapai”

(Penulis)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) program studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam penyelesaian skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang turut membantu dan memberikan motivasi mulai dari awal hingga akhir penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia., S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Muhammad Rizki, S.Psi., M.HSc. selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

5. Bapak Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Ibu Selvi Fauzar, S.E., M.M. Sebagai dosen pembimbing 1 yang sangat membantu dalam menyusun skripsi ini dan telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Risnawati, S.Sos., M.M. Selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang telah memberikan ilmu serta membimbing saya dalam masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua yang selalu bersama memberikan dukungan, sumber dana dan motivasi dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
10. Adek saya M. Lutfie Zidan yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh anggota keluarga yang terus membantu dan mendukung serta memberikan motivasi kepada penulis.
12. Seluruh dosen pengampu dari semester 1 sampai sekarang yang telah membantu memberikan informasi terkait penyusunan skripsi ini.
13. Masyarakat Kecamatan Tanjungpinang Timur khususnya generasi milenial nya yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.

14. Semua teman baik saya, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu ada untuk penulis dan selalu mendukung agar bisa selalu kuat dan semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
15. Salma Salsabil 'Aliyyah Putri Mandaya dan Rony Parulian Nainggolan yang sudah memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini juga dengan baik.
16. Dan yang terakhir, terimakasih kepada Suci Rahmadani selaku manusia yang sangat dan paling berjasa dalam pembuatan, penyusunan skripsi ini, terimakasih karena sudah mau bertahan dan berjuang dari segala macam kekhawatiran, ketakutan akan gagal dan berbagai macam kalimat ketidakmungkinan lainnya, terimakasih karena sudah sampai di tahap ini dengan sangat baik, *proud of me*.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi kita.

Tanjungpinang, 23 November 2023

Penulis

**SUCI RAHMADANI**

**NIM : 19612264**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan penelitian .....	15
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	15
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	15
1.4.3 Kegunaan Bagi Peneliti .....	15
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Manajemen .....	17
2.1.1 Definisi Manajemen .....	17
2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen .....	18

2.2 Manajemen Pemasaran .....	19
2.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran .....	19
2.2.2 Fungsi-Fungsi Manajemen Pemasaran .....	21
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	22
2.3 Persepsi Kemudahan.....	23
2.3.1 Definisi Persepsi Kemudahan.....	23
2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan .....	25
2.4 Persepsi Risiko .....	26
2.4.1 Definisi Persepsi Risiko.....	26
2.4.2 Indikator Persepsi Risiko .....	27
2.5 Minat Menggunakan.....	29
2.5.1 Definisi Minat Menggunakan .....	29
2.5.2 Indikator Minat Menggunakan .....	30
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.6.1 Hubungan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan	32
2.6.2 Hubungan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan .....	32
2.7 Kerangka Pemikiran .....	33
2.8 Hipotesis Penelitian .....	34
2.9 Penelitian Terdahulu.....	34
2.9.1 Nasional .....	34
2.9.2 Internasional .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Jenis Data.....	40
3.2.1 Data Primer.....	41
3.2.2 Data Sekunder.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4 Populasi Dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi .....	42
3.4.2 Sampel .....	43
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	47

3.7 Teknik Analisis Data .....	49
3.7.1 Uji Kualitas Data .....	49
3.7.1.1 Uji Validitas .....	49
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	50
3.7.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	50
3.7.2.3 Uji Multikolinearitas .....	51
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
3.9. Uji Hipotesis .....	52
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	52
3.9.2 Uji Parsial (Uji f) .....	53
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	53
3.11 Jadwal Penelitian .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1.1 Sejarah Singkat <i>E-Wallet</i> Aplikasi DANA .....	56
4.1.2 Analisis Data Responden.....	58
4.1.2.1 Analisis Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	58
4.1.2.2 Analisis Data Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.2.3 Analisis Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.1.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	59
4.1.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan.....	59
4.1.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko.....	63
4.1.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan.....	66
4.1.4 Uji Kualitas Data.....	71
4.1.4.1 Uji Validitas.....	71
4.1.4.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	73
4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	75
4.1.5.3 Uji Multikolinearitas .....	75

4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	76
4.1.7 Uji Hipotesis.....	78
4.1.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	78
4.1.7.2 Uji Simultan (Uji f).....	79
4.1.8 Koefisien Determinasi.....	80
4.2 Pembahasan.....	80
4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan.....	81
4.2.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan.....	81
4.2.3 Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan.....	82
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran untuk perusahaan.....	84
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>CURRICULUM VITAE</b>	

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Popularitas <i>E-Wallet (Top of Mind)</i> .....	5
2.	Hasil Pra Penelitian Variabel X1 (Persepsi Kemudahan).....	10
3.	Hasil Pra Penelitian Variabel X2 (Persepsi Risiko).....	11
4.	Hasil Pra Penelitian Variabel Y (Minat Menggunakan) .....	12
5.	Jumlah Penduduk Kecamatan Tanjungpinang Timur Tahun 2022.....	43
6.	Definisi Operasional Variabel.....	45
7.	Jadwal Penelitian.....	54
8.	Tabel Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
9.	Tabel Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	57
10.	Tabel Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
11.	Tabel Tanggapan Responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan.....	60
12.	Tabel Tanggapan Responden terhadap variabel Persepsi Risiko.....	63
13.	Tabel Tanggapan Responden terhadap variabel Minat Menggunakan .....	67
14.	Tabel Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X1) .....	71
15.	Tabel Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (X2) .....	72
16.	Tabel Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan (Y) .....	72
17.	Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	73
18.	Tabel Uji Multikolinearitas.....	76
19.	Tabel Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	76
20.	Tabel Uji Parsial (Uji t).....	78
21.	Tabel Uji Simultan (Uji f).....	79
22.	Tabel Uji Koefisien Determinasi .....	80

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Logo Dana.....	4
2.	<i>Merchant</i> yang bekerjasama dengan DANA .....	9
3.	Kerangka Pemikiran.....	33
4.	Gambar Uji Normalitas ( Histogram ) .....	74
5.	Gambar Uji Normalitas ( <i>Q-Q Plot Standardized Residuals</i> ).....	74
6.	Gambar Uji Heteroskedastisitas .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Tabulasi Data Tanggapan Responden
Lampiran 3	: Data Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang
Lampiran 4	: Hasil Pengujian JASP versi 16.3.0
Lampiran 5	: Bukti Penyebaran Kuesioner
Lampiran 6	: Presentase Plagiat
Lampiran 7	: Surat Rekomendasi Izin Penelitian
Lampiran 8	: <i>Curriculum Vitae</i>

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET APLIKASI DANA PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Suci Rahmadani, 19612264. Manajemen. STIE Pembangunan Tanjungpinang  
[sucirrahmaada1@gmail.com](mailto:sucirrahmaada1@gmail.com)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari adanya persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi DANA pada generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 397 orang reponden dengan menggunakan teknik sampel *non-probability* yaitu *purposive sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian ini yaitu generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu kuseioner, dokumentasi dan studi pustaka. Dimana responden mengisi kuesioner sebanyak 22 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diukur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi DANA pada generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Semakin baik dan bagus persepsi kemudahan yang diberikan maka akan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *e-wallet* DANA dalam proses transaksi bayar-membayar secara elektronik, dan juga semakin kecil persepsi risiko yang diberikan, maka semakin besar muncul kecendrungan konsumen dalam minat menggunakan *e-wallet* aplikasi DANA dalam kehidupan sehari-hari.

Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan baik secara parsial maupun secara simultan. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan juga bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh baik pada minat menggunakan *e-wallet* aplikasi DANA.

Kata Kunci : persepsi kemudahan, persepsi risiko, minat menggunakan.

Dosen Pembimbing 1 : Selvi Fauzar, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Risnawati, S.Sos., M.M.

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF EASY AND PERCEPTION OF RISK ON INTEREST IN USING THE FUND APPLICATION E-WALLET IN THE MILLENNIAL GENERATION IN TANJUNGPINANG TIMUR DISTRICT***

Suci Rahmadani, 19612264. *Management*. STIE Tanjungpinang Development  
[sucirrahmaada1@gmail.com](mailto:sucirrahmaada1@gmail.com)

*The aim of this research is to determine the influence of perceived convenience and perceived risk on interest in using the DANA e-wallet application among the millennial generation in East Tanjungpinang District. In this research, the sample used was 397 respondents using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling.*

*The method used in this research is a quantitative method. The object of this research is the millennial generation in East Tanjungpinang District. Data collection was carried out in three ways, namely questionnaire, documentation and literature study. Where respondents filled out a questionnaire with 22 statements relating to the variables being measured.*

*The results of this research show that perceived convenience and perceived risk influence interest in using the DANA e-wallet application among the millennial generation in East Tanjungpinang District. The better and better the perceived convenience provided, the greater the consumer's interest in using the DANA e-wallet in the electronic payment transaction process, and also the smaller the risk perception provided, the greater the consumer's tendency to be interested in using the e-wallet application. FUNDS in everyday life.*

*It can be concluded that perceived convenience and perceived risk influence interest in using it both partially and simultaneously. Based on the results of this research, it can also be concluded that perceived convenience and perceived risk have a good effect on interest in using the DANA e-wallet application.*

*Keywords: perceived ease, perceived risk, interest in using.*

*Lecturer 1 : Selvi Fauzar, S.E., M.M.*

*Lecturer 2 : Risnawati, S.Sos., M.M.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi terus memberikan dampak yang signifikan dari tahun ke tahun. Perkembangan yang terjadi antara lain adalah kemajuan teknologi di bidang ekonomi, pendidikan, masyarakat, dan budaya. Salah satu contoh perubahan dari perkembangan yang terjadi adalah adanya perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran (keuangan), yang mengakibatkan adanya perubahan peranan uang tunai yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran.

Sebagian masyarakat saat ini, merasa bahwa pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan uang tunai atau yang biasa kita sebut dengan uang kartal seringkali dianggap kurang praktis.

Uang elektronik khususnya *electronic wallet* berkembang secara bersamaan dengan adanya *e-commerce* dan *marketplace* seperti tokopedia, *shopee*, bukalapak, lazada. Dengan munculnya *e-commerce* mendorong sebuah alat pembayaran mendukung agar sebuah transaksi yang dilakukan lebih mudah dan cepat dengan menggunakan ponsel pintar. Sehingga, membuat suatu kemajuan pertumbuhan dan dapat memberikan dampak yang positif terhadap *e-commerce*.

Sebuah *e-commerce* pasti memiliki wadah untuk menyimpan saldo uang di dalamnya atau *top-up* seperti *go-pay* ataupun *shopeepay*. Beberapa bank juga telah membuka *platform electronic wallet* nya dan menjalin sebuah kerja sama

dengan beberapa *e-commerce* agar dapat melakukan transaksi pembayaran tanpa adanya potongan biaya seperti tokopedia dengan ovo dan yang lainnya.

Di Indonesia, penyedia layanan *e-wallet* yang besar termasuk sangat beragam seperti, go-pay, ovo, linkaja, dana, jenius, sakuku, go mobile dan yang lainnya. Dengan beragamnya layanan *e-wallet*, setiap penyedia layanan harus bisa lebih berinovasi dan harus bisa menjaga kualitas kinerjanya di sisi teknologi, kemudahan yang diperoleh, pemasaran yang diterapkan, keamanan, manfaat yang diberikan, dan tentang tingkat pelayanan.

Dalam hal ini, dompet digital (*e-wallet*) hadir sebagai inovasi baru untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Peran *electronic wallet* ini penting dalam upaya mengurangi tindak kriminalitas yang terjadi di masyarakat, seperti adanya perampokan di saat masyarakat ingin bertransaksi atau pengambilan uang tunai dalam jumlah besar. *E-wallet* memberikan kemudahan bagi para konsumen yakni menggunakan dompet digital serba elektronik. Keberhasilan kemajuan teknologi ini membuat siapa pun sekarang dapat dengan mudah melakukan pembayaran di mana saja, dan untuk siapa saja.

Menurut Riady dan Ginting dalam (Abrilia & Tri, 2020) mendefinisikan persepsi kemudahan ialah tindakan seseorang yang mempercayai bahwa suatu teknologi komputer dapat dengan mudah dipelajari dan dipahami. Adanya persepsi kemudahan cenderung memberikan kesan positif bagi para konsumen dalam memutuskan mengambil tindakan tersebut atau tidak. Semakin jelas penyampaian maksud yang diinginkan, semakin membuat konsumen percaya dengan kemudahan yang diberikan.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan (Ananda, 2022). Seseorang yang percaya dengan suatu kemudahan, pastinya juga akan percaya dengan apa yang ingin mereka pilih dan tidak mereka pilih.

Selain faktor persepsi kemudahan, persepsi resiko juga perlu diperhatikan sebelum seseorang akhirnya memutuskan untuk melakukan sesuatu. Segala sesuatu yang kita lakukan pastinya ada resiko yang menanti, entah itu resiko yang bersifat positif ataupun negatif.

Adapun kekurangan yang ada pada *electronic wallet* yaitu menimbulkan pengguna *e-wallet* menjadi boros, jika sinyal internet sedang tidak stabil, maka transaksi akan gagal diproses, dan *smartphone* yang digunakan belum memadai (Hidayat et al., 2020).

Definisi risiko menurut (Pringgadini & Basiya, 2022) suatu kondisi yang timbul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi.

Persepsi risiko adalah suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan suatu produk atau suatu layanan. Jika produk atau layanan tersebut memiliki risiko yang besar maka konsumen cenderung tidak memiliki minat untuk memanfaatkan produk tersebut, sebaliknya jika konsumen menilai produk atau layanan tersebut memiliki risiko yang kecil besar kemungkinannya konsumen untuk memilih menggunakan produk tersebut. Pendekatan yang berbeda untuk pengambilan sebuah keputusan

mengatasi potensi kerugian karena hal tersebut didasarkan pada bagaimana persepsi risiko dibangun secara sosial. (Listyani et al., 2019).

### **Gambar 1.1**

#### **Logo DANA**



Sumber : [www.dana.id](http://www.dana.id)

DANA adalah salah satu *platform* yang diciptakan Indonesia saat ini. DANA merupakan dompet digital yang menyediakan fasilitas infrastruktur yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran nontunai dan nonkartu. Sebuah bisnis yang didirikan pada tahun 2017 dan resmi diluncurkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital Indonesia pada 21 Maret 2018.

DANA dibangun di Indonesia dan didukung oleh program mer Indonesia, dengan investor kelas dunia yaitu PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas dan Ant Financial yaitu Vincent selaku CEO DANA.

Meskipun DANA terbilang masih baru dalam lingkup *fintech*, DANA berhasil menduduki peringkat keempat dalam kategori download terbanyak setelah aplikasi *Gopay* dan *OVO* pada tahun 2019, hingga tahun 2020 dompet digital DANA telah mencatat total lebih dari 45 juta pengguna aplikasi.

DANA merancang konsep *platform* terbuka, dimana penggunaannya dimudahkan agar dapat digunakan beriringan dengan *merchant* dan *platform* pembayaran lainnya. Dompot digital DANA merancang fitur keamanan yang sudah terjamin. Selain memberikan keuntungan dan kemudahan, dalam melakukan pembelian secara *online* juga memiliki keterbatasan–keterbatasan diantaranya konsumen tidak bisa meraba dan merasakan produk yang akan dibelinya sehingga rentan terjadinya penipuan.

**Tabel 1.1**

**Popularitas E-wallet (*Top of Mind*)**

<b>Dompot Digital</b>	<b>Jumlah Rating</b>
OVO	35,0 %
DANA	30,9 %
GoPay (Gojek)	16,6 %
ShopeePay (Shopee)	5,2 %
Link Aja	2,9 %

Sumber: Daily Social

GoPay, OVO, DANA, LinkAja, merupakan dompet digital yang banyak digemari di Indonesia. Jika kita lihat di *Play Store*. DANA menempati peringkat kedua dari tingkat top of mind masyarakat mengenai dompet digital. Di peringkat pertama, ada OVO dengan tingkat 35 % dan DANA 30,9 % di peringkat kedua.

Meskipun demikian, pertumbuhan jumlah pengguna DANA merupakan yang paling pesat dibanding *e-wallet* lain karena, sejak empat tahun berdiri, jumlah pengguna aplikasi DANA sudah melampaui 100 juta akun. Melansir acara

DANA *Tech Talk 2022: Enabling Digital Financial Trust with Advanced Security Technology*, dijelaskan bahwa DANA sudah melayani 5.000 *online merchant* dengan rata-rata transaksi mencapai tujuh juta transaksi per hari. Di tengah ramainya kompetitor dompet digital di Indonesia, *survei DS Innovative* menyatakan DANA berada di peringkat ketiga dalam hal tingkat *awareness*. Survei juga mencatat bahwa GoPay dan OVO merupakan dua dompet digital yang paling dikenal masyarakat, dengan persentase seimbang 93,9 %, sementara DANA di tingkat 92,3 %.

DANA berasal dari bertambahnya jumlah pengguna di kalangan muda dengan rentang usia 18-24 tahun dan kalangan usia di atas 35 tahun. Disamping itu, pada akhir Agustus lalu, DANA resmi meluncurkan pembaruan versi baru DANA v2.0 untuk lebih menyederhanakan fitur kirim uang. Pembaruan yang dilakukan yaitu ada pada DANA *Home*, di mana tampilan halaman awal DANA menjadi lebih rapi.

Selain itu, versi terbaru DANA juga mengubah fitur kirim uang dengan langkah yang lebih sederhana, dengan cara pembaruan pada kolom pencarian untuk transfer sehingga lebih praktis, serta menampilkan sejumlah transaksi yang yang terakhir dilakukan.

Banyaknya jumlah pengguna DANA, menunjukkan keinginan yang besar untuk berpartisipasi dalam program tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi hal ini, termasuk kemudahan penggunaan dan kualitas fitur layanan yang diberikan. Dalam membuat sebuah keputusan, variabel persepsi kemudahan juga menjadi penentu pilihan yang signifikan. Semakin nyaman layanan yang

diberikan, semakin banyak pula masyarakat tertarik untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi kemudahan dan persepsi risiko merupakan salah satu diantaranya faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*. Minat dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang terhadap suatu hal sebelum melakukan suatu tindakan, dan minat ini dapat dijadikan acuan pengambilan keputusan. Suatu tindakan seseorang yang ingin dicapai bisa dikatakan harus ada minat dalam menentukan hasil akhirnya. Persepsi kemudahan dan persepsi resiko yang tepat merupakan strategi perusahaan agar aplikasi DANA dapat bermanfaat dengan baik untuk kehidupan sehari-hari.

Generasi muda saat ini menjadi target bagi para pengusaha dalam menciptakan sebuah bisnis baru. Selain mudah terpengaruh, hal-hal yang ‘berbau’ modern pastinya tidak akan ketinggalan oleh anak muda zaman sekarang. Kemudahan dan daya cangih yang berkembang, membuat generasi muda khususnya generasi milenial pastinya tergiur untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Apalagi bagi para generasi milenial yakni pekerja diluar sana yang sering membelanjakan uangnya untuk keperluan hidup. Tidak menutup kemungkinan, *e-wallet* menjadi salah satu pilihan terbaik di era yang modern ini.

Generasi milenial dikenal sebagai “generasi gadget” yang mengacu pada generasi yang kesehariannya sangat bergantung pada teknologi modern. Alat berteknologi tinggi yang berbeda telah berkembang menjadi aspek terpenting dalam hidup mereka dan sekarang tidak dapat dihindari.

Dalam artikel *Tren Milenial* (2016), Yuswohady mengatakan bahwa usia rentang generasi Milenial adalah tahun 1980 sampai 2000. Generasi ini sering juga disebut Gen-Y, Generasi KITA, Generasi Boomerang, Generasi Peter Pan, dan istilah-istilah lainnya sering digunakan untuk menyebut generasi ini. Hal itu, karena mereka lahir pada saat teknologi digital mulai merambah semua aspek kehidupan mereka lahir pada saat teknologi digital mulai merambah semua aspek kehidupan pada saat yang bersamaan (Hidayatullah et al., 2018).

*Generation theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923 menerangkan bahwa generasi milenial merupakan label yang disematkan pada kelompok sumber daya manusia yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 (Sudiro & Asandimitra, 2022). Generasi milenial memegang peranan utama dalam pertumbuhan bangsa dan kesiapan memasuki MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). Hal ini didasari pada konstruksi generasi milenial, yaitu akrab dengan perubahan teknologi, memiliki produktifitas yang tinggi, kreatif, informatif, reaktif terhadap ekonomi.

Generasi milenial merupakan salah satu generasi yang saat ini aktif dalam dunia kerja dan pemanfaatan teknologi digital. Sesuai agenda pembangunan 2019-2024, peran aktif generasi milenial di bidang kewirausahaan dapat mendukung peningkatan ekonomi Indonesia. Banyak generasi milenial kini mentransformasi dunia tempat kita tinggal. Generasi ini terus berkembang dan memberikan dampak, dunia bisnis juga mulai melihat peningkatan perubahan yang dibawa oleh generasi ini.

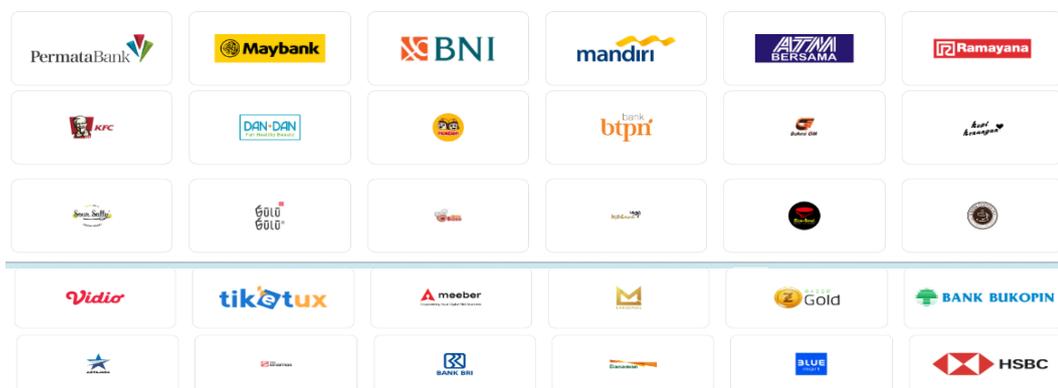
Gaya hidup generasi milenial yang cenderung sangat dekat dengan teknologi menuntut sikap proaktif sebagai pencipta teknologi tersebut, bukan hanya sebagai pengguna. Terkait dengan status sebagai mahasiswa, paling tidak mahasiswa mampu memanfaatkan setiap teknologi yang tersedia untuk kebutuhan pendidikan dan kehidupannya. Dengan adanya perkembangan media sosial, tentu saja dapat dimanfaatkan oleh generasi milenial untuk memulai usaha atau bisnis. Melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* atau menggunakan *platform toko online*. Mereka dapat menawarkan barang dangangan tanpa harus berkeliling.

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Tanjungpinang, dapat dilihat bahwa penduduk usia generasi milenial yaitu usia produktif orang bekerja paling banyak ada di Kecamatan Tanjungpinang Timur dibandingkan 3 (tiga) Kecamatan lainnya yang ada di Kota Tanjungpinang sesuai pada lampiran 3.

Salah satu *e-wallet* yang sering digunakan oleh Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur adalah DANA, karena generasi milenial saat ini lebih tertarik melakukan pembayaran secara mudah dan cepat yang dilakukan serba elektronik, seperti ketika bepergian menggunakan transportasi *online*, seperti, *Go-Car*, *Gojek*, *Grab* dan berbelanja melalui *daring* seperti *shoppe* bahkan memesan tiket di bisokop. Dimana kita tahu bahwa, DANA telah bekerja sama dengan beberapa *merchant* ternama yang membantu dalam setiap transaksi.

**Gambar 1.2**  
***Merchant* yang bekerjasama dengan DANA**





Sumber : <https://www.dana.id/business/merchants>

*Merchant* DANA atau dikenal juga sebagai DANA Bisnis adalah layanan yang disediakan oleh aplikasi DANA untuk membantu para pelaku bisnis dalam proses pembayaran dan pengelolaan keuangan. Layanan ini mencakup mulai dari pencatatan transaksi harian yang dapat diakses secara *real time* hingga pembayaran Kode QRIS untuk transaksi nontunai.

Sebelumnya peneliti telah melakukan sebuah pra-penelitian untuk melihat seberapa banyak minat menggunakan *e-wallet* DANA dalam bertransaksi sehari-hari. Survei ini dilakukan terhadap 30 orang generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur yang berniat menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.

**Tabel 1.2**

**Hasil Pra Penelitian Variabel X1 (Persepsi Kemudahan)**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena petunjuk yang diberikan sangat jelas	27	3
2	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena selain mudah, juga mengasah kemampuan teknologi menjadi terampil	26	4
3	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena layanan yang diberikan unik dan kreatif	27	3
4	Keluarga, teman, atau kerabat merekomendasikan aplikasi DANA sebagai alat pembayaran praktis dan simple	22	8

5	Keluarga, teman, atau kerabat lain membicarakan aplikasi DANA kepada orang lain karena memiliki pengetahuan aplikasi tersebut	20	10
6	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena memudahkan dalam proses transaksi bayar-membayar	27	3

Sumber : Hasil Pra-Penelitian 2022

Berdasarkan hasil dari pra-penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap 30 orang generasi milenial yang ada di Kecamatan Tanjungpinang Timur, secara garis besar ditemukan fakta bahwa pada variabel pertama (Persepsi Kemudahan), generasi milenial cenderung menyatakan setuju dengan sudut pandang mereka mengenai keinginan menggunakan *e-wallet* DANA karena DANA sendiri memberikan kemudahan dalam pengaplikasiannya. Kemudian, melihat bahwa dengan menggunakan aplikasi DANA petunjuk yang diberikan juga sangat jelas untuk digunakan. Tak hanya itu, faktor lain seperti bentuk fitur yang unik dan kreatif dari DANA membuat para generasi milenial tertarik untuk menggunakan DANA. Niat mereka untuk menggunakan *e-wallet* DANA juga dipicu oleh rekomendasi dari keluarga, teman dan relasi lainnya karena mempermudah transaksi sehari-hari.

**Tabel 1.3**

**Hasil Pra Penelitian Variabel X2 (Persepsi Risiko)**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena Saya percaya dengan keamanannya	26	4
2	Menurut Saya, memiliki niat menggunakan DANA adalah hal yang baik dan tepat	25	5
3	Saya percaya bahwa DANA sudah terdapat fitur keamanan yang lengkap	26	4
4	Dompot digital DANA membantu pengguna merasa nyaman bertransaksi	25	5

5	Saya merasa percaya DANA mampu bertanggungjawab atas risiko yang terjadi dalam penggunaannya	24	6
---	--	----	---

Sumber : Hasil Pra-Penelitian 2022

Ditinjau dari hasil pra-penelitian pada variabel kedua (Persepsi Risiko) diatas yang telah ditanggapi pernyataan-pernyataanya oleh generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, generasi milenial rata-rata setuju berniat menggunakan *e-wallet* DANA karena percaya dengan keamanannya, tak hanya itu mereka juga berfikir bahwa niat untuk menggunakan *e-wallet* DANA ini adalah hal yang tepat karena selain petunjuk penggunaannya yang mudah dipahami, fitur keamanannya juga sudah lengkap dan terjamin. Sehingga, Generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur cenderung merasa bahwa dompet digital DANA sangat membantu penggunanya nyaman dalam bertransaksi. Serta DANA sendiri mampu bertanggungjawab atas risiko yang terjadi dalam penggunaannya.

**Tabel 1.4**  
**Hasil Pra Penelitian Variabel Y (Minat Menggunakan)**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena Kinerja dari aplikasi DANA sangat membantu dalam menyelesaikan transaksi	25	5
2	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA dengan harapan akan semakin maju	23	7
3	Saya berniat menggunakan Aplikasi DANA karena sistem baru yang diberikan DANA sangat modern dan berinovasi tiap waktu	23	7
4	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena hasil rekomendasi keluarga, teman, atau kerabat	21	9
5	Saya berniat menggunakan aplikasi DANA karena saya percaya fasilitas dan sistem yang diberikan DANA sangat berkualitas	24	6

Sumber : Hasil Pra-Penelitian 2022

Ditinjau dari hasil pra-penelitian pada variabel ketiga (minat menggunakan) ditemukan fakta bahwa generasi milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur memang benar memiliki niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA, karena merasa kinerja dari aplikasi DANA sangat membantu dalam menyelesaikan transaksi. Tak hanya itu, generasi milenial seperti yang kita tahu sangat *modern* dan mengikuti trend yang ada, dengan memiliki niat menggunakan dompet digital DANA ini, mereka juga berharap DANA bisa maju dan berinovasi dalam dunia teknologi tiap waktunya. Rekomendasi dari keluarga, teman dan kerabat yang mengatakan bahwa fasilitas dan sistem yang diberikan DANA ini berkualitas juga menjadi salah satu alasan sebagian generasi milenial untuk berniat menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA ini.

Meskipun kemudahan yang diberikan *e-wallet* DANA ini terbilang cukup jelas, namun masih banyak juga masyarakat yang ragu atau belum berminat untuk menggunakan DANA karena alasan belum mengetahui apa manfaat dan cara kegunaannya. Masyarakat sering beranggapan sulit untuk merubah kebiasaan pemakaian uang kartal atau yang biasa disebut uang kertas menjadi pembayaran secara elektronik, terlebih lagi bagi para orangtua yang cenderung masih kurang memahami pemakaian *smarthphone electronic*.

Tak hanya itu, pandangan lain mengenai ancaman pembayaran *e-wallet* ini, pastinya memiliki risiko berupa dampak negatif seperti, menciptakan kebiasaan masyarakat yang sulit mengontrol lajunya pengeluaran kebutuhan. Apalagi masyarakat yang suka cara praktis dan mudah dalam segala hal. Pastinya pengeluaran akan banyak dilakukan. Hal ini dikarenakan, masyarakat mulai

terlena dengan kemudahan pembayaran yang diberikan, bahkan bisa saja menghilangkan perasaan rasa bersalah karena kehabisan uang yang dipegang.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas, maka hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

2. Untuk mengetahui apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *e-wallet* aplikasi Dana pada Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

#### **1.4 Kegunaan penelitian**

##### **1.4.1. Kegunaan Ilmiah**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam sistem berbayar suatu usaha dan konsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini digunakan untuk sumber referensi studi penelitian selanjutnya.

##### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah di dapatkan sebelumnya, terlebih pada sudut pandang masyarakat terhadap sistem berbayar digital, dan penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi penelitian itu sendiri maupun pada masyarakat dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk peneliti lainnya.

##### **1.4.3. Kegunaan Bagi Peneliti**

Peneliti berharap hasil penelitian ini mampu untuk digunakan sebagai informasi, acuan, masukan, serta bahan pertimbangan untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti seminar usulan penelitian dan penyusunan skripsi sesuai dengan memadukan antar teori dengan fakta yang diteliti.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan dalam penelitian ini lebih sistematis dan terarah maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan penyusunan proposal penelitian serta beberapa literature review yang berhubungan dengan kerangka pemikiran dari peneliti.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian mengenai jenis penelitian, penentuan populasi sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, penyajian data, dan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian ini yang menjawab mengenai hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran yang diharapkan berguna untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Manajemen**

##### **2.1.1 Definisi Manajemen**

Dalam kehidupan, manajemen sering disebut sebagai sebuah seni yang mengatur, mengelola serta melaksanakan suatu kegiatan yang gunanya mencari bukti atau kebenaran melalui metode yang telah ditentukan.

Manajemen berasal dari kata “manus” yang berarti “tangan”, berarti menangani sesuatu, mengatur, membuat sesuatu menjadi seperti yang diinginkan dengan mendayagunakan seluruh sumber daya yang ada, menurut Rohman dalam (Tazkiyah, 2022).

Manajemen adalah ilmu seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif yang didukung oleh sumber-sumber lainnya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti pendidikan (Rosita et al., 2020).

Adapun menurut (Mani, 2018), manajemen adalah proses untuk menemukan cara terbaik untuk organisasi dalam penggunaan sumber daya untuk memperoleh barang atau jasa.

Dari beberapa pengertian manajemen tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan seperangkat ilmu dengan menggunakan sumber daya manusia sebagai alat membantu, mengatur, mengelola, melaksanakan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

### **2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen**

Menurut (Purba, 2022), bahwa semua manajer paling tidak melaksanakan empat fungsi manajemen, yakni merancang, mengorganisasikan, memerintah, mengkoordinasikan, dan mengendalikan.

#### **1. Perencanaan**

Perencanaan (*planning*), dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan tersebut. Melalui perencanaan seseorang manajer akan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dan bagaimana cara untuk melakukannya.

#### **2. Pengorganisasian**

Pengorganisasian (*organizing*), merupakan sebuah proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinir kepada setiap individu dan kelompok untuk menerapkan rencana. Kegiatan-kegiatan yang terlibat dalam pengorganisasian mencakup tiga kegiatan yaitu (1) membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam kelompok-kelompok, (2) membagi tugas kepada manajer dan bawahan untuk mengadakan pengelompokan tersebut, (3) menetapkan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi.

#### **3. Pengarahan**

Pengarahan (*directing*), adalah proses untuk menumbuhkan semangat (*motivation*) pada karyawan agar dapat bekerja keras dan giat serta membimbing dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

Melalui pengarahan, seorang manajer menciptakan komitmen, mendorong usaha-usaha yang mendukung tercapainya tujuan.

#### **4. Pengendalian**

Bagian terakhir dari proses manajemen adalah pengendalian (*controlling*), pengendalian dimaksudkan untuk melihat apakah kegiatan organisasi sudah sesuai dengan rencana sebelumnya. Fungsi pengendalian mencakup empat kegiatan, yaitu (1) menentukan standar prestasi (2) mengukur prestasi yang telah dicapai selama ini, (3) membandingkan prestasi yang telah dicapai dengan standar prestasi, dan (4) melakukan perbaikan jika terdapat penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditetapkan.

### **2.2 Manajemen Pemasaran**

#### **2.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan suatu kegiatan penting dalam perusahaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mengharapkan hubungan timbal balik yakni memberikan manfaat kepada konsumen sekaligus bermanfaat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan berupa laba. Ada beberapa pendapat menurut para ahli yang mengemukakan tentang pengertian dari pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Putranto, 2020), Pemasaran adalah proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Satu definisi dan pemasaran yang baik dan singkat adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan.

Menurut Rangkuti dalam (Suriani, 2017), Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Sedangkan pengertian pemasaran menurut Sunyoto dalam (Mamik, et. al 2022) adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Dari beberapa pengertian pemasaran dari beberapa para ahli, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu cara antardua pihak yang saling berinteraksi dengan cara mempromosikan dan menukarkan produk atau jasa dengan kualitas yang baik.

Manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain Daryanto dalam (Sumarsid. Atik Budi Paryanti et al., 2022).

Menurut Djaslim Sladin dalam (Arlin & Imantoro, 2021), manajemen pemasaran adalah analisis yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Menurut (Mulkanuddin Ritonga, 2020), manajemen pemasaran adalah suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu perencanaan awal yang dirancang sedemikian rupa dengan produk berkualitas yang ditujukan selain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, juga dapat menghasilkan keuntungan.

### **2.2.2 Fungsi-Fungsi Manajemen Pemasaran**

Fungsi manajemen pemasaran diantaranya ada aktivitas menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dimiliki. Manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

#### **1. Fungsi Pertukaran**

Fungsi pertukaran pada suatu manajemen pemasaran terbagi menjadi dua fungsi utama yakni fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian berarti suatu peran manajemen pemasaran berfungsi sebagai proses timbal balik dari suatu aktivitas penjualan. Dengan begitu, diperlukan strategi khusus terutama dalam pemahaman mengenai kegiatan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Sedangkan fungsi penjual termasuk dalam suatu aktivitas untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang bisa dilakukan secara langsung maupun melalui perantara.

## **2. Fungsi Fisis**

Fungsi fisis pada manajemen pemasaran atau fokus pada kegunaan waktu, lokasi dan bentuk yang perlu dipertimbangkan pada suatu produk ketika suatu produk itu akan diangkut, diproses dan disimpan hingga sampai ke tangan konsumen. Jika tidak dipertimbangkan dan direncanakan dengan baik, bisa jadi perusahaan tersebut akan mengalami kerugian besar akibat penanganan produk yang tidak berstandar.

## **3. Fungsi Penyediaan Sarana**

Manajemen pemasaran ini juga memiliki fungsi sebagai penyediaan sarana karena akan berkaitan dengan segala kegiatan yang mampu merencanakan operasional pemasaran. Fungsi dalam penyediaan sarana mencakup segala proses pengumpulan komunikasi penyortiran sesuai standar dan pembiayaan.

### **2.2.3 Konsep Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2016:11-13), konsep manajemen pemasaran terdiri dari:

#### **1. Konsep produksi**

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan sangat terjangkau karena itu organisasi harus berfokus pada peningkatan dan efisiensi distribusi.

#### **2. Konsep produk**

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur terbaik sehingga perusahaan harus membuat peningkatan produk yang berkelanjutan.

### **3. Konsep penjualan**

Konsep penjualan merupakan sebuah orientasi bisnis lain. Konsep penjualan menyatakan bahwa para konsumen dan perusahaan apabila dibiarkan mengikuti pilihan mereka sendiri, normal tidak akan membeli produk-produk organisasi-organisasi dalam jumlah cukup.

### **4. Konsep pemasaran**

Filosofi manajemen pemasaran yang menciptakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih baik dari pada pesaing.

### **5. Konsep pemasaran berwawasan sosial**

Prinsip pemasaran yang menyatakan perusahaan harus mengambil keputusan pemasaran yang baik dengan memperhatikan keinginan konsumen, persyaratan perusahaan, keputusan jangka panjang konsumen.

## **2.3 Persepsi Kemudahan**

### **2.3.1 Definisi Persepsi Kemudahan**

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi didefinisikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indra. Dimana individu disini bertindak berdasarkan pada pendapatnya masing-masing tanpa memperhatikan apakah hal tersebut sudah terbukti kebenarannya.

Menurut Davis dalam (Meileny & Wijaksana, 2020) menjelaskan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah seberapa besar seseorang percaya

bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan *efforts* yang banyak.

Menurut Andryanto (Utami, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan sebagaimana seorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha. Kemudahan memiliki arti tidak ada kesulitan atau tidak memerlukan usaha keras saat menggunakan teknologi tersebut.

Menurut (Rukani & Marlana, 2021) persepsi kemudahan didasarkan atas sejauh mana calon pengguna berharap pada sistem baru yang akan digunakan agar bebas dari kesulitan.

Pengguna percaya bahwa pemakaian teknologi informasi yang fleksibel, mudah dipahami serta mudah dioperasikan merupakan karakteristik dari kemudahan penggunaan Widjana (dalam Ahmad dan Prambudi 2014: 4), Persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (*free of effort*). Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha, baik waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi, sehingga dapat dikatakan bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibanding orang yang bekerja tanpa menggunakan teknologi informasi atau secara manual.

Dari beberapa pengertian persepsi kemudahan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan adalah suatu kepercayaan seseorang yang

merasa bahwa menggunakan teknologi itu tidak sulit dan tidak perlu usaha yang keras.

### 2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut (Pambudi, 2014), indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain:

- a) Sistem sangat mudah untuk dipelajari
- b) Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna;
- c) Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan system tersebut;
- d) Sistem sangat mudah untuk dioperasikan.

Menurut (Yuliani Dwi Rahmawati, 2020), variabel kemudahan juga dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. *E-wallet* mudah dipelajari,
2. *E-wallet* bekerja dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna,
3. *E-wallet* mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna,
4. *E-wallet* mudah dioperasikan.

Indikator pengukuran dari persepsi kemudahan mengacu pada penelitian (Abrilia & Tri, 2020) yaitu:

1. ***Easy to Learn*** (Mudah Dipelajari)

*Easy to learn* merupakan sistem atau cara kerja dompet digital yang diperlukan oleh masyarakat untuk mendukung suatu aplikasi dengan

panduan yang mudah terpelajari penggunaannya.

2. ***Easy to use*** (Mudah Digunakan)

*Easy to use* adalah suatu sistemnya dalam penggunaan dompet digital untuk para pengguna.

3. ***Timeliness*** (Sistem Informasi)

*Timeliness* adalah penggunaan sistem informasi dengan kegiatan membuatnya

makin cepat serta tak memerlukan waktu lama dalam penggunaan aplikasi bagi penggunaannya.

4. ***Become Skillfull*** (Jadi Terampil)

*Become Skillfull* adalah keterampilan dalam penggunaan aplikasi untuk sistem informasi bagi pengguna.

## **2.4 Persepsi Risiko**

### **2.4.1 Definisi Persepsi Risiko**

Persepsi risiko merupakan penilaian individu terhadap masalah yang memiliki dampak negatif yang menimbulkan kekhawatiran tentang akibat yang diterima (Fadila et al., 2022).

Penyebab risiko yang dirasakan adalah suatu pembenaran utama keengganan orang untuk berbelanja *online*. *E-commerce* menghasilkan berbagai persepsi risiko karena pelanggan dan penjual tidak berinteraksi secara langsung. Beberapa orang khawatir kehilangan uang, yang lain khawatir tentang waktu pengiriman, dan yang lainnya lagi memikirkan masalah keamanan dan privasi (Rahmadi & Malik, 2018).

Persepsi risiko menurut (Melaardi & Apriyanti, 2022), risiko yang dirasakan dapat dijelaskan sebagai kesadaran seorang konsumen akan ketidakamanan dan konsekuensi yang kontradiktif sebagai akibat dari membeli produk ataupun dari suatu layanan yang telah diambil.

Persepsi resiko diartikan sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi online (Loanata & Tileng, 2016). Peter & Olson dalam (Achadi et al., 2021) mengemukakan bahwa persepsi risiko adalah konsekuensi yang tidak diharapkan dan ingin dihindari konsumen saat membeli dan menggunakan produk. Walaupun *e-commerce* memberikan banyak kemudahan dalam hal transaksi jual beli produk secara online, tetapi seringkali memunculkan berbagai permasalahan yang banyak dikeluhkan oleh para konsumen, diantaranya adalah risiko produk yang tidak sesuai dengan pesanan, risiko produk rusak pada saat pengiriman dan maraknya penipuan.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko sangatlah berpengaruh terhadap pendayagunaan suatu teknologi. Meskipun demikian, risiko yang terjadi tidak hanya berupa resiko negatif, namun bisa juga menjadi resiko yang positif tergantung pada penyesuaian masalahnya.

#### **2.4.2 Indikator Persepsi Risiko**

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou dalam (Rahmadi & Malik, 2018) sebagai berikut:

1. Berupa adanya risiko tertentu, adalah risiko yang jelas didapat oleh pengguna *online shopping*.

2. Mengalami kerugian, adalah suatu kejadian ketika sudah menggunakan *online shopping* pengguna mengalami kerugian.
3. Pemikiran bahwa berisiko, yaitu pengguna memikirkan suatu risiko yang belum terjadi saat akan melakukan transaksi jual beli melalui *online shopping*.

Menurut (Achadi et al., 2021) variabel persepsi risiko menggunakan beberapa indikator, yaitu:

1. Risiko Keuangan (*Financial Risk*) Risiko yang berkaitan dengan kekhawatiran akan menghadapi kesulitan dalam hal dana.
2. Risiko Sosial (*Social Risk*) Risiko ini terkait dengan dampak negative yang datang dari lingkungannya apabila ia membeli dan mengkonsumsi barang tersebut.
3. Risiko Fungsional (*Performance Risk*) Risiko tentang fungsi berkaitan dengan dampak negative yang akan timbul apabila konsumen mengetahui dan memahami banyak produk yang akan dibeli tersebut mengandung sejumlah keburukan apabila dibeli dan dikonsumsi.
4. Risiko Waktu (*Time Risk*) Risiko bahwa sebuah keputusan akan menghabiskan banyak waktu
5. Risiko Fisik (*Physcal Risk*) Risiko ini terkait dengan kekhawatiran konsumen bahwa suatu produk dapat menyebabkan suatu bahaya fisik tertentu.
6. Risiko Psikologis (*Psychological Risk*) Risiko ini terkait dengan terjadinya dampak negative akan melekat pada dirinya apabila ia membeli dan

7. Risiko Psikologis (*Psychological Risk*) Risiko ini terkait dengan terjadinya dampak negative akan melekat pada dirinya apabila ia membeli dan mengkonsumsi barang tersebut.

## **2.5 Minat Menggunakan**

### **2.5.1 Definisi Minat Menggunakan**

Minat dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang terhadap suatu hal sebelum melakukan suatu tindakan, dan minat ini dapat dijadikan acuan pengambilan keputusan. Suatu tindakan seseorang yang ingin dicapai bisa dikatakan harus ada minat dalam menentukan hasil akhirnya.

Menurut Davis dalam (Wintaka, 2020) minat menggunakan didefinisikan sebagai suatu tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Setelah konsumen mendapatkan pengalaman positif dalam menggunakan sebuah aplikasi maka akan ada minat untuk menggunakan kembali.

Minat penggunaan (*behavioral intention*) teknologi informasi sebagai tingkat keinginan atau niat individu dalam menggunakan suatu teknologi informasi secara berkelanjutan dengan asumsi bahwa individu tersebut dapat mengakses teknologi informasi.

Minat menggunakan adalah suatu bentuk dari keinginan seseorang dalam menggunakan sesuatu atau penggunaan ulang terhadap obyek yang diperhatikan oleh pengguna tersebut (Tuhepaly, n.d.). Biasanya, tindakan yang dilakukan secara berkala memiliki tingkat minat yang cukup tinggi.

Pengertian minat penggunaan merujuk pada definisi *behavioral intention* (BI). Niat berperilaku digambarkan sebagai asumsi yang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, untuk melihat upaya yang akan direncanakan sampai pada seseorang tersebut melakukan suatu perilaku. Semakin kuat niat yang diinginkan oleh seseorang, semakin besar pula kemungkinan tindakan itu akan terjadi (Pradita & Munari, 2021).

Sedangkan menurut Cheng dalam (Yogananda & Dirgantara, 2017) “Minat menggunakan merupakan suatu keputusan subjektif dari konsumen tentang kemungkinan kesediaan untuk menggunakan produk di masa depan”.

Dari beberapa pengertian mengenai minat menggunakan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan terjadi ketika seseorang memiliki keinginan menggunakan suatu barang atau produk secara berkala dalam waktu yang berbeda, karena telah mendapatkan manfaat positif dari penggunaan tersebut.

### **2.5.2 Indikator Minat Menggunakan**

Menurut (Cynthia Kumala et al., 2020) konstruk sebagai penentu langsung terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah sebagai berikut:

- a. *Performance Expectancy*, yaitu tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan mempermudah usahanya untuk mencapai keuntungan dalam performa pekerjaan.
- b. *Effort Expectancy*, yaitu tingkat kemudahan yang terkait dengan pengguna sistem yang digunakan.

- c. *Social Influence*, yaitu tingkat dimana seseorang merasa bahwa dirinya harus menggunakan sistem baru yang terus berevolusi tiap waktu.
- d. *Facilitating Condition*, yaitu tingkat yang menunjukkan sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem tersebut.

Adapun indikator dari minat penggunaan menurut Cheng (Yogananda dan Dirgantara 2017: 4), yaitu:

1. Berencana menggunakan,
2. Memilih menggunakan, dan
3. Terus menggunakan.

Indikator pengukuran minat menggunakan menurut Pavlou dan Walgito (Abrilia & Tri, 2020) :

1. Berniat menggunakan, adalah berniat menggunakan pada sebuah aplikasi dompet digital dalam penggunaan membeli produk atau jasa pada aplikasi dompet digital.
2. Digunakan untuk masa depan, merupakan sebuah aplikasi yang digunakan pada era milenial dengan kemajuan teknologi pada aplikasi dompet digital.
3. Ketertarikan pada objek minat adalah minat menggunakan aplikasi dompet digital atas dasar keinginan sendiri tanpa adanya campur tangan orang lain.
4. Cenderung selalu menggunakan adalah orang yang selalu menggunakan aplikasi dompet digital untuk bertransaksi melalui aplikasi yang digunakannya.

## **2.6 Hubungan Antar Variabel**

### **2.6.1 Hubungan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan**

Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi baru akan terbebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah keyakinan akan kemudahan dan seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang memiliki rasa percaya terhadap sesuatu teknologi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, maka individu tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu tidak memiliki rasa percaya terhadap teknologi baru, maka individu tersebut tidak akan menggunakannya. (Sulistiawan et al., 2020) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet. Dari beberapa uraian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet elektronik (*e-wallet*).

### **2.6.2 Hubungan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan**

Persepsi risiko bukanlah faktor yang terdapat pada teori *TAM* (*Technology Acceptance Model*) namun persepsi risiko diduga sebagai factor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*. Persepsi risiko mempunyai peran yang lebih untuk mengurangi minat individu dalam menggunakan teknologi, sehingga persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Yogananda & Dirgantara, 2017). Persepsi risiko memiliki pengaruh *negative* yang signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet,

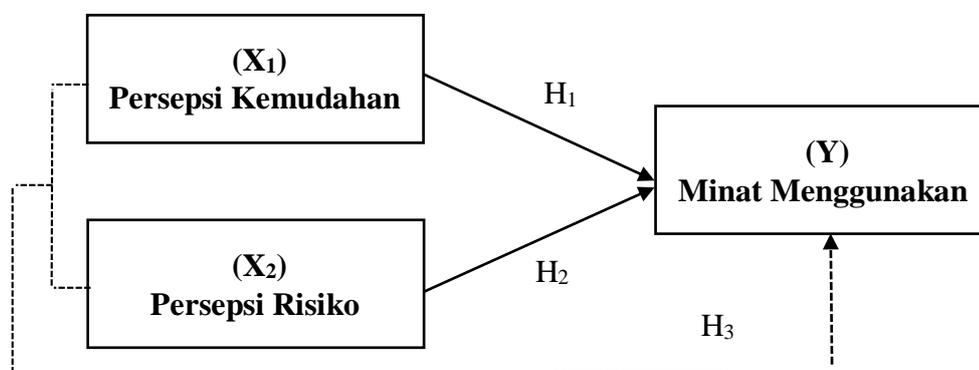
hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiawan et al., 2020) Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut, bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital elektronik (*e-wallet*).

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono dalam (Hartawan et al., n.d.), kerangka berpikir adalah konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagaimana masalah yang penting. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan ( $X_1$ ), dan persepsi risiko ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas dan minat menggunakan ( $Y$ ) sebagai variabel terikat.

**Gambar 2.1**

### Kerangka Pemikiran



Sumber : Konsep yang disesuaikan dalam penelitian (2022)

Keterangan :

- Parsial (pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat)
- Simultan (pengaruh bersamaan variabel bebas terhadap variabel terikat)

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan salah satu indikator yang cukup penting dalam sebuah penelitian. Karena hipotesis adalah dugaan sementara yang sudah seharusnya dirancang diawal dengan sedemikian rupa guna mempermudah keberhasilan tujuan penelitian.

Definisi hipotesis menurut Sugiyono dalam (Andrian et al., 2022) adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan adalah hal baru dan hanya didasarkan pada teori miring, maka itu belum dapat disimpulkan menjadi jawaban tetap yang relevan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1** : Diduga Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA
- H2** : Diduga Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA
- H3** : Diduga Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Aplikasi DANA

## 2.9 Penelitian Terdahulu

### 2.9.1 Nasional

1. (Basalamah et al., 2022) Vol. 4 ISSN 2962-7257 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* gopay pada generasi milenial di kota Palu. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian merupakan generasi milenial yang ada di Kota Palu dengan jumlah 180.724. Sampel penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik *aksidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang di analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay. Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* gopay, sementara risiko tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa aplikasi gopay dianggap mudah dan memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan hal tersebut maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, menggunakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dan mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Dengan mengangkat topik yang sama namun dengan menambahkan variabel agar dapat menggambarkan minat penggunaan *fintech*.

2. **(Yogananda & Dirgantara, 2017) Vol. 6 ISSN (Online) 2337-3792 dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik”.** Uang sebagai alat pembayaran telah berkembang pesat dari waktu ke waktu. Perkembangan uang adalah juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi yang menciptakan uang elektronik. Volume transaksi dan nilai transaksi uang elektronik akhir-akhir ini meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan akan alat pembayaran. Banyak faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan uang elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan uang elektronik instrumen. Mengambil sampel 120 responden dari siswa terdaftar terpilih tahun ajaran 2016/2017 dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Diponegoro Universitas. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* untuk pemilihan responden. Itu Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana analisis tersebut terdiri dari validitas uji, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan, sedangkan

persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat untuk menggunakan.

3. **(Darista, 2021) Vol. 9 ISSN (Online) 2338-6576 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran *E-Money*”.** Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran *e-money*. Sampel penelitian adalah sebagian masyarakat Kota Madiun yang menggunakan aplikasi *e-money* OVO dalam melakukan transaksi pembayaran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non *probability sampling* dengan menggunakan metode *convenience sampling* dan *snowball sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO.

### **2.9.2 Internasional**

1. **(Akmal Nashren Abd Malik dan Sharifah Nurafizah Syed Annuar:2019) Vol. 7 eISSN 2600-8564 dengan judul “*The effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust and Perceived Risk*”**

***Toward E-Wallet Usage” (Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Wallet).*** Salah satu metode pembayaran paling populer yang digunakan secara global di era revolusi teknologi adalah *e-wallet*. Namun, layanan ini masih dalam tahap awal dan baru tersedia baru-baru ini untuk pelanggan Malaysia. Sampai saat ini, hanya beberapa penelitian yang bisa ditemukan untuk mengukur niat untuk menggunakan dompet elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kecenderungan konsumen dalam menggunakan *e-wallet* secara khusus, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu di kalangan remaja Malaysia yang berusia 18 hingga 30 tahun. Dalam penelitian ini akan ditentukan apakah ada hubungan antara niat pelanggan untuk menggunakan *e-wallet* di Malaysia dengan manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, risiko, dan kepercayaan. Teknologi kerangka konseptual akan dibangun dengan menggunakan *Theory of Acceptance (TAM)*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang literatur *e-wallet* dengan mengidentifikasi niat konsumen untuk menggunakan dompet elektronik.

2. **(Pertiwi, 2022) Vol. 5 ISSN (Online) 2643-9875 dengan judul “Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation’ (Dampak Persepsi Manfaat, Keamanan, dan Privasi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet pada Generasi Milenial).** Penelitian ini mengkaji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness, security, and privacy* terhadap minat penggunaan *e-*

*wallet*. Manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang dalam menggunakan teknologi finansial dalam bertransaksi akan meningkatkan kinerja. Keamanan dan privasi yang dirasakan mencerminkan perasaan pengguna ketika data mereka diungkapkan. Sebanyak 116 generasi milenial yang tinggal di Surabaya dijadikan sampel. Untuk menganalisis data digunakan teknik analisis SEM berbasis varians, yaitu SEM-PLS. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa manfaat yang dirasakan, privasi dan keamanan yang dimiliki akan meningkatkan minat dalam menggunakan *e-wallet*. Ketertarikan dalam menggunakan ewallet juga berkontribusi pada perilaku penggunaan *e-wallet*. Studi ini memberikan bukti yang lebih baik tentang kegunaan *e-wallet* dalam elektronik transaksi.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada aplikasi DANA adalah jenis penelitian kuantitatif, yang terlihat dari analisis data melalui kerangka dasarnya yakni hipotesis dan teori kebenarannya melalui proses verifikasi variabel secara terperinci. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif karena mendeskripsikan secara jelas pengaruh antar variabel satu dengan yang lainnya.

Menurut Sugiyono dalam (Imron, 2019), metode kuantitatif adalah penelitian yang didalamnya terdapat data yang berupa angka-angka dengan analisis menggunakan teknik statistik.

Sedangkan menurut Sugiyono dalam (Sanita et al., 2019), pengertian dari metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data adalah segala bentuk wadah, dimana terdapat berbagai macam

informasi mengenai data yang diinginkan. Berdasarkan sumbernya, data terbagi menjadi dua, yaitu:

### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan langsung melalui beberapa cara salah satunya adalah wawancara terhadap informan. Sehingga dapat dikatakan bahwa data primer merupakan data mentah atau data murni yang didapatkan tanpa melalui perantara yang belum di proses secara maksimal.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah kebalikan dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui literasi buku-buku, artikel, atau jurnal-jurnal terdahulu, serta informasi dari internet yang datanya berkesinambungan dengan variabel yang ingin diteliti.

## **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu rangkaian cara dalam penelitian yang tujuannya untuk mengumpulkan data-data atau informasi dengan memperlihatkan penggunaannya. Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

### a) Kuesioner

Menurut Sugiyono dalam (Al Farisi et al., 2021) kuesioner merupakan suatu cara dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Kuesioner adalah strategi pengumpulan data yang umum dan efektif digunakan peneliti disetiap pengumpulan data, dimana peneliti

tahu pasti variabel yang diukur dengan apa yang diharapkan responden.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan acuan laporan pada penelitian lebih lanjut, berupa catatan peristiwa sebelumnya seperti arsip, makalah, angka-angka, bahkan gambar.

c) Studi Pustaka

Menurut Hadi dalam (Zulbahri, 2020) studi pustaka (*library research*) adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah artikel, jurnal, buku-buku yang berkenan dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi kepustakaan ini merupakan metode yang selalu ada disetiap mengkaji sebuah penelitian, dikarenakan sebuah penelitian pastinya tidak akan lepas dari literatur ilmiah.

### **3.4 Populasi Dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Pengertian populasi menurut Sugiyono dalam (Elronny et al., 2021) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek yang mempunyai kuantitas dan ciri khas tertentu, yang mana telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan akhirnya.

Populasi menurut Margono (2017:34) adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia.

Tabel 3.1

**Jumlah Penduduk Kecamatan Tanjungpinang Timur Tahun 2022**

JUALAH PENDUDUK KOTA TANJUNGPINANG BERDASARKAN KELOMPOK UMUR TAHUN 2022												
NO	KELOMPOK UMUR	KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR										
		MKP		KP BULANG		AIR RAJA		BATU IX		P. KENCANA		
		LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK	PR	
1	23-27	759	668	339	360	604	586	1.372	1.386	1.291	1.278	
2	28-32	611	594	338	338	556	566	1.525	1.664	1.225	1.276	
3	33-37	509	570	278	278	564	576	1.470	1.619	1.141	1.238	
4	38-43	750	845	400	434	757	785	2.015	2.101	1.739	2.058	
<b>Jumlah</b>		<b>2.629</b>	<b>2.677</b>	<b>1.355</b>	<b>1.410</b>	<b>2.481</b>	<b>2.513</b>	<b>6.382</b>	<b>6.770</b>	<b>5.396</b>	<b>5.850</b>	<b>37.463</b>

Sumber : Data Konsolidasi Bersih Disdukcapil Kota Tanjungpinang (2022)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh Generasi Milenial yang ada di Kecamatan Tanjungpinang Timur yang diambil selama satu tahun terakhir yaitu berjumlah 37.463 orang.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Mujianto, 2018) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik yang peneliti gunakan yaitu teknik *non-probability sampling*.

Dalam buku (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), pengertian *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menggunakan metode *purposive sampling* yang mana pada pengambilan sampel dianggap cocok karakteristiknya oleh peneliti dan tidak memperhatikan prinsip perwakilan dari populasi

Adapun penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat

digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Selanjutnya untuk menentukan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel

Besar dari populasi pada penelitian ini ialah 37.463 Orang, maka persentase error yang dipakai adalah 5% dan hasil perhitungan nantinya akan dibulatkan agar tercapai kesesuaian. Untuk lebih jelas sampel penelitian ini, dengan perincian sebagai berikut:

$$n = \frac{37.463}{1 + 37.463 (5)^2} \longrightarrow (5\%)$$

$$n = \frac{37.463}{94,6575} \longrightarrow 395,77$$

n = 395,77 dibulatkan menjadi 397 orang

Maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 397 orang. Dengan menggunakan "*purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017) yaitu Generasi Milenial di Kecamatan Tanjungpinang Timur yang berminat menggunakan *e-wallet* aplikasi DANA.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menurut Sugiyono dalam (Susanti et al., 2017) adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menguraikan metode yang tepat yang digunakan untuk melakukan penelitian dan mengoperasikan konstruk, yang memungkinkan peneliti masa depan untuk mereproduksi langkah-langkah atau menciptakan metode yang lebih akurat untuk mengukur konstruk.. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

#### **Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala</b>
Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ) adalah seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan <i>efforts</i> yang banyak (Meileny & Wijaksana, 2020)	1. Mudah Dipelajari 2. Mudah Digunakan 3. Sistem Informasi 4. Jadi Terampil (Abrilia & Tri, 2020)	1,2 3,4 5,6 7,8	<i>Likert</i>

<p>Prsepsi Risiko (X<sub>2</sub>)</p>	<p>Persepsi risiko merupakan penilaian individu terhadap masalah yang memiliki dampak negatif yang menimbulkan kekhawatiran tentang akibat yang diterima (Fadila et al., 2022)</p>	<p>1. Berupa adanya risiko tertentu, adalah risiko yang jelas didapat oleh pengguna online shopping.</p> <p>2. Mengalami kerugian, adalah suatu kejadian ketika sudah menggunakan online shopping pengguna mengalami kerugian.</p> <p>3. Pemikiran bahwa berisiko, yaitu pengguna memikirkan suatu risiko yang belum terjadi saat akan melakukan transaksi jual beli melalui online shopping.(Astuti et al., 2020)</p>	<p>1,2</p> <p>3,4</p> <p>5,6</p>	<p><i>Likert</i></p>
---	--	--	----------------------------------	----------------------

Minat Menggunakan (Y)	Minat menggunakan didefinisikan sebagai suatu tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Setelah konsumen mendapatkan pengalaman positif dalam menggunakan sebuah aplikasi maka akan ada minat untuk menggunakan kembali. (Wintaka, 2020)	a. <i>Performance Expectancy</i>	1,2	<i>Likert</i>
		b. <i>Effort Expectancy</i>	3,4	
		c. <i>Social Influence</i>	5,6	
		d. <i>Facilitating Condition</i>	7,8	

Sumber : Konsep Menyesuaikan dengan Penelitian (2022)

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan suatu kegiatan penting yang dilakukan didalam penelitian untuk mengolah data mentah menjadi bentuk yang diinginkan dan dapat digunakan. Menurut Kristanto dalam (Afifudin & Riyantomo, 2021) pengolahan data adalah waktu yang digunakan untuk menggambarkan perubahan bentuk data menjadi informasi yang memiliki kegunaan. Pengolahan data meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

a. *Editing*

*Editing* merupakan proses verifikasi atau yang biasa disebut dengan pengecekan mengenai data yang telah dirangkum. Tujuannya ialah, menghindari adanya kesalahan-kesalahan yang terdapat didalam data/laporan.

b. *Coding*

*Coding* merupakan bentuk pengolahan data dengan memberikan kode-kode pada jawaban yang dikategorikan sama dalam bentuk angka atau huruf yang bertujuan menyederhanakan jawaban.

c. *Scoring*

*Scoring* adalah proses perubahan data yang bersifat kualitatif menjadi bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini, menggunakan skala *likert* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju, diberi skor 5
- b. Jawaban Setuju, diberi skor 4
- c. Jawaban Netral diberi skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju, diberi skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

d. *Tabulating*

*Tabulating* merupakan teknik penyusunan data dengan membuat tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode atau tanda sesuai dengan analisis yang diinginkan. Untuk menghindari terjadinya kesalahan, pembuatan tabulasi ini harus dilakukan secara teliti dan hati-hati.

## **3.7 Teknik Analisis Data**

### **3.7.1. Uji Kualitas Data**

Uji yang diisyatkan dalam sebuah penelitian dengan menggunakan instrumen kuesioner adalah pengertian dari uji kualitas data, yang memiliki tujuan agar data yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

#### **3.7.1.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono dalam (Indriani, 2021), validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek data yang dapat di laporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data sesungguhnya. Uji validitas dilakukan untuk mengukur dan mengetahui apakah instrumen atau kuesioner yang disebar benar-benar dapat mengukur apa yang mau dikukur. Suatu instrumen dapat dikatakan valid, apabila memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien korelasi product moment melebihi 0,3;
2. Jika koefisien korelasi product moment  $\geq r$ -tabel ( $\alpha:n-2$ )  $n$  = jumlah sampel;  
dan
3. Nilai sig.  $\leq \alpha$ .

#### **3.7.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Azwar dalam (Sulistiawan et al., 2020) reliabilitas berasal dari kata *reliability*, yang juga mengacu pada seberapa stabil, konstan, dan dapat diandalkannya hasil sebuah pengukuran. Intinya, instrumenlah yang menentukan seberapa baik sebuah penelitian akan dilakukan; semakin baik instrumen yang dibangun, maka semakin baik hasilnya. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan

bahwa, nilai validitas dan reliabilitas sangat berperan sebagai tolak ukur dalam penelitian. Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach' alpha  $>0.60$ .

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menentukan secara tepat dan jelas apakah analisis regresi linier memiliki akurasi dan perkiraan yang konstan atau tidak berubah, karena hasil regresi akan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), jika salah satu persyaratan untuk uji asumsi klasik ini tidak terpenuhi. Pada penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan ialah SPSS versi 19. Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji heterokodestisitas dan uji multikolonieritas.

#### **3.7.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah data penelitian untuk didistribusikan secara teratur atau tidak. Adapun metode untuk menentukan apakah data itu normal, yaitu menggunakan *Liliefors* (Kolmogorov-Smirnov). Dengan arti, apabila nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov*  $> 0,05$  maka asumsi normalitas terpenuhi.

#### **3.7.2.2 Uji Heterokedastisitas**

Dalam uji heteroskedastisitas, semua pengamatan pada model regresi memiliki jenis residualitas yang berbeda. Penaksiran OLS tidak efektif pada sampel kecil dan sampel besar karena varian uji heteroskedastisitas yang tidak merata karena terjadinya gangguan yang muncul dalam fungsi regresi (tetapi masih tetap tidak biasa dan konsisten). Salah satu cara untuk mendeteksi masalah

heteroskedastisitas adalah dengan uji Park. Hasil perhitungan dilakukan uji t. Kriteria pengujiannya, apabila  $t$  hitung  $<$  tabel, maka anatar variabel bebas tidak terkena heteroskedastisitas terhadap nilai residual lain, atau *varians residual model* regresi ini adalah homogen, begitupun sebaliknya.

### 3.7.2.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Deva Nur Fauziah, 2018) multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi mengidentifikasi korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *tolarence* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai umum yang biasa digunakan untuk menunjukkan multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $<$  0,10 atau sama dengan nilai VIF  $>$  10.

## 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menemukan persamaan regresi atau pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi Dana. Tujuan dari melakukan regresi ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

$X$  = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Jumlah Minat Menggunakan

X1 = Variabel Persepsi Kemudahan

X2 = Variabel Persepsi Risiko

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0), yaitu nilai yang didasarkan variable X1 dan X2

b1, b2 = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X1 dan X2

e = standar error atau variabel lain yang tidak diteliti

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien secara parsial dari variabel independensinya. Rumus  $t_{hitung}$  pada analisis regresi adalah:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{sbi}$$

Keterangan:

bi = Koefisien regresi variabel i

sbi = Standar Error variabel i

Langkah-langkah dalam pengujian t sebagai berikut:

- a. Penentuan nilai kritis ( $t_{tabel}$ )
- b. Untuk menguji hipotesis menggunakan uji-t dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 10% dengan sampel (n)
- c. Kriteria hipotesis

$H_0$  : Diduga tidak ada yang signifikan antara variabel independen dengan dependen

$H_a$  : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen

d. Kriteria Pengujian

1. Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini dikarenakan terdapat hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen.
2. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  diterima, hal ini dikarenakan tidak terdapat hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen.

### 3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk memastikan apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak
- b. Sebaliknya jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel maka  $H_a$  diterima pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi
  - a. Jika signifikansi  $<$  5% maka  $H_0$  ditolak
  - b. jika signifikansi  $>$  5% maka  $H_a$  diterima

### 3.10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali dalam (Shabrina et al., 2020) koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menentukan sejauh mana kemampuan variabel independen. Tabel

Ringkasan Model dalam output SPSS berisi koefisien penentuan, yang diberi label sebagai *Adjusted R Square*. Ketika R<sup>2</sup> lebih besar dari 1, itu berarti variabel independen dapat menjelaskan semua variasi dalam variabel dependen dan menjelaskan juga bahwa tidak ada faktor lain yang dapat menyebabkan fluktuasi dalam variabel dependen. Jika nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 sampai dengan 1, artinya semakin kuat kemampuan variabel independen semakin mudah juga menjelaskan fluktuasi variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk mengukur Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r<sup>2</sup> = Kuadrat Koefisien Korelasi

### 3.11 Jadwal Penelitian

Berikut adalah jadwal penelitian yang akan dilaksanakan:

**Tabel 3.3**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan Tahun 2023	Tahun 2022-2023												
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sep	Okt
1	Pengajuan Judul													
2	ACC Judul													
3	Penyerahan SK ke Dosen Pembimbing													
4	Pembuatan Proposal													
5	Bimbingan Proposal													

6	Seminar Proposal																	
7	Revisi Setelah Seminar																	
8	Pembuatan Skripsi																	
9	Bimbingan Skripsi																	
10	ACC Sidang																	
11	Sidang																	

Sumber : Jadwal yang disesuaikan untuk penelitian (2022)

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas *Website E-Commerce*, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara *Online* di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207.
- Akmal Nashren Abd Malik dan Sharifah Nurafizah Syed Annuar. (2019). *The effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust and Perceived Risk Toward E-Wallet Usage*. *Syria Studies*, 5(1), 37–72.
- Ananda, S. F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Uang Elektronik Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta). *Skripsi*, 5(3), 1–76.
- Andrian, B., Putra, A. N. J., & Badrizal. (2022). Pengaruh Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (Asn) Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Kerinci. *JAN Maha*, 4(1), 11–22.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Astuti, R. D., Wahyuni, S., Rusmini, Supaya, S., & Purnamasari, E. (2020). Pengaruh Nilai Manfaat, Nilai Kemudahan, Dan Risiko, Terhadap Perilaku Menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*) (Studi Kasus Pada Civitas Akademika Jurusan Adminitrasi Bisnis Polines). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 465, 106–111.
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. In *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* (Vol. 4, Issue 1, pp. 57–71).
- Cynthia Kumala, D., Wilson Pranata, J., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., & Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra, F. (2020). Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.
- Darista, S. M. R. (2021). Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran *E-Money*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 09(01), 27–37.
- Deva Nur Fauziyah, D. A. N. W. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak.com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0.

Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer, 3(2), 173–180.

Elronny, E., Hairudinor, H., & Syafari, M. R. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt Melati Soeroza Indah Perdana. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(1), 73.

Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Persepsi Risiko, dan *Locus of Control* Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner*, 6(2), 1633–1643.

Hartawan, A., Mafra, N. U., Ekonomi, F., & Pgri, U. (n.d.). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang, 146–155.

Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna *E-Wallet* Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi* /, 9(3), 239–247.

Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.

Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.

Indriani, E. (2021). Analisis Efektivitas Implementasi Pembelajaran Daring Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa SMA Kelas X Se-Kecamatan Mranggen Mata Pelajaran PJOK. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(1), 1–11.

Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 2(1), 49.

Mamik Kusuma Ningrum, Trias Setyowati, W. M. (2022). Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Of Business, Management and Accounting*, 3(8.5.2017), 2003–2005.

Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri*, 2(2), 263–280.

Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209.

Melaardi, B. F., & Apriyanti. (2022). *Shopee* di masa pandemi. September, 4.

Mujianto, H. (2018). Pengaruh Strategi *Public Relations* Terhadap Citra

- Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(1), 88–96.
- Mulkanuddin Ritonga, I. dan M. E. F. (2020). Faktor Manajemen Biaya dan Manajemen Pemasaran terhadap Pendapatan melalui Intensitas Produksi pada UKM industri Rumahan di Kota Binjai. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(2), 68–78.
- Pambudi, ahmad dan. (2014). Perkembangan teknologi informasi. Semakin maju I. 1–35.
- Pertiwi, T. K. (2022). *Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation. International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05(05), 1051–1057.
- Pradita, L. A., & Munari. (2021). Pengaruh *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Subsidy* Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* Pada *E-Commerce*. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 9–23.
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Security*, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *E-Payment Pospay* (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati) Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Purba, S. (2022). Pengayaan Fungsi dan Keterampilan Manajemen Bagi Pengurus Koperasi Simpan Pinjam ( KSP ) Mitra Usaha Mandiri Medan. 1, 16–20.
- Putranto, A. T. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Promosi dan *Variety Seeking* terhadap *Brand Switching* (Studi Kasus Kartu Perdana INDOSAT Di Serpong Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(3), 12–29.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145.
- Rosita, R., Nelvita, R., & Mawaddah, N. H. (2020). Manajemen Operasional Dalam Proses Pembelajaran Metode Sentra. *JECIES: Journal of Early Childhood Islamic Education Study*, 1(1), 49–61.
- Rukani, S., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran *Online*. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2).
- Sanita, S., Kusniawati, A., & Lestari, M. N. (2019). Pengaruh *Product Knowledge* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management Journal*, 1(3), 169–184.
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani*:

Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora, 3(2), 164–173.

- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiawan, A., Diahsari, E. Y., & Situmorang, N. Z. (2020). *Validity and Reliability of Organizational Commitment using Confirmatory Factor Analysis (CFA) / Validitas dan Reliabilitas Komitmen Organisasi Menggunakan Confirmatory Analisis Faktor (CFA)*. *Psikoislamika : Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 17(2), 132–142.
- Sumarsid. Atik Budi Paryanti, Harga, D., Kepuasan, T., Pada, P., Studi, G. (, Kecamatan, W., Sumarsid, S. ), Atik, D., & Paryanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood(Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Suriani, S. D. P. dan L. (2017). Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru. 1), 43.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.
- Tazkiyah, I. (2022). Ulul Amri : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Kesadaran Guru Untuk Mengoperasikan Simpatika di MTs Negeri Batu Ulul Amri : *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam t. 1(2)*, 69–76.
- Tuhepaly, M. (n.d.). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (*STIESIA*) Surabaya. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.
- Wintaka, A. P. dan D. J. (2020). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang *E-Wallet* pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. 3, 22–23.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Yuliani Dwi Rahmawati, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *Journal of Economics*

*and Banking*, 2(2), 157–168.

Zulbahri. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja ASN Studi Kasus di SMK 2 Kota Bima (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manuasia). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 629.

*Curriculum Vitae*

**CURRICULUM VITAE**



**A. PERSONAL INFORMATION**

*Full Name* : Suci Rahmadani  
*Gender* : Perempuan  
*Place and Date of Birth* : Tanjungpinang, 2001 December 1<sup>th</sup>  
*Citizen* : Indonesia  
*Age* : 21<sup>st</sup>  
*Present Address* : Jl. Dirgantara Blok D2 No. 16 KM 11  
*Religion* : Islam  
*Email* : [sucirrahmaada1@gmail.com](mailto:sucirrahmaada1@gmail.com)

**B. EDUCATIONAL BACKGROUND**

<b><i>TYPE OF SCHOOL</i></b>	<b><i>NAME OF SCHOOL AND LOCATION</i></b>	<b><i>NO. OF YEAR COMPLETED</i></b>
<i>Tindergarten</i>	TK Miftahul Falah	2007
<i>Elementary School</i>	SD 011 Tanjungpinang Timur	2013
<i>Junior High School</i>	SMP Negeri 7 Tanjungpinang Timur	2016
<i>Senior High School</i>	SMA Negeri 2, Tanjungpinang Timur	2019
<i>University</i>	STIE Pembangunan, Tg Pinang	2023