

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo DANA Indonesia

Sumber : (Fintech, 2020)

DANA adalah layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. Sebelum resmi diperkenalkan dengan nama DANA, tersiar kabar bahwa *startup* ini merupakan perusahaan patungan antara Ant Financial (Alipay) dengan EMTEK. (Techinisia, 2018). Pada tanggal 21 Maret 2018, DANA secara resmi telah diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia dengan status berizin dari Bank Indonesia. Nomor dan tanggal Surat Penetapan Izin: Surat Bank Indonesia No.20/17/20/DSSK/Srt/B tanggal 5 November 2018, oleh Vincent Henry Iswaratioo selaku CEO DANA Indonesia. Perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial ini menyediakan infrastruktur pembayaran yang memungkinkan masyarakat Indonesia melakukan pembayaran dan transaksi secara nontunai dan nonkartu (Fintech, 2020).

DANA dibangun dan dikembangkan di Indonesia dengan didukung oleh tenaga kreatif dan *programmer* Indonesia. Saat ini DANA telah memiliki lebih dari 200 orang karyawan. Aplikasi DANA adalah layanan pembayaran digital yang berbasis *open-platform* tersedia untuk iOS dan Android, serta terintegrasi dengan berbagai *merchant* dan aplikasi *online* ternama sebagai solusi pembayaran digital, baik secara *online* maupun *offline*.

Dengan menjamin keamanan kepada para penggunanya DANA menggunakan *machine learning* yang dapat menganalisis pola pengguna berdasarkan *history* transaksi. Selain itu, *users* perlu mendapatkan kepastian adanya jaminan perlindungan dan keamanan dalam setiap transaksi digital yang mereka lakukan. DANA mempunyai program baru yaitu Program *Dana Protection* untuk keamanan bertransaksi digital, sekaligus menciptakan *peace of mind* didalam setiap transaksi dengan memanfaatkan dompet digital DANA. Melalui Program *Dana Protection* yang diperkuat dengan teknologi keamanan yang canggih, DANA memberikan jaminan proteksi 100% atas semua dana pengguna yang tersimpan di dalam aplikasi DANA. Dengan begitu, pengguna tidak perlu khawatir dengan keamanan saldo DANA, kartu kredit, maupun kartu debit yang tersimpan di aplikasi DANA. Semua infrastruktur transaksi digital DANA berada dibawah pengawasan Bank Indonesia dan sudah memiliki sertifikasi PCI DSS (*The Payment Card Industry Data Security Standard*). (Liputan6.com, 2019).

### **1.1.2 Visi dan Misi**

- a. Visi : “Menjadi pilar dan penggerak ekonomi digital bagi seluruh Masyarakat Indonesia”.
- b. Misi :
  - Membangun dompet digital Indonesia yang mampu mentransformasikan transaksi berbasis teknologi
  - Memasyarakatkan platform pembayaran elektronik yang terlengkap, termudah, dan terpercaya, yang bersifat non-tunai.

### 1.1.3 Produk & Layanan Perusahaan

Berikut merupakan produk dan fitur pada aplikasi DANA Indonesia, yaitu :

Tabel 1. 1 Produk & Fitur DANA Indonesia

Produk	Fitur
Wallet	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dana Premium : DANA Premium adalah jenis akun DANA yang bisa menyimpan saldo hingga Rp10 juta. Sementara DANA biasa hanya mampu menyimpan uang maksimal Rp 2 juta.</li><li>2. Top Up : yaitu fitur untuk mengisi saldo DANA yang bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti melalui <i>mobile banking</i>, mini market</li><li>3. Simpan Kartu Bank : yaitu fitur yang menyambungkan kartu bank dengan aplikasi DANA sehingga lebih mudah melakukan transaksi.</li><li>4. Tarik Saldo : yaitu layanan tarik tunai saldo DANA lewat agen, Alfamart, dan lain sebagainya.</li><li>5. Bayar : yaitu fitur untuk membayar berbagai tagihan dan transaksi.</li></ol>
Kirim & Minta DANA	Fitur Kirim & Minta DANA bisa digunakan untuk mengirim maupun menerima uang dengan dompet digital. Fitur ini mempunyai lima menu yang bisa digunakan sesuai kebutuhan, yaitu Ke DANA, Ke Bank, Ke Link, Minta DANA, dan DANA Kaget.

Sumber : (DANA, 2022)

Selain dua fitur utama tersebut, *e-wallet* ini juga mempunyai fitur DANA Bisnis dan DANA *Enterprise*. DANA Bisnis bisa digunakan untuk menerima pembayaran nontunai untuk usaha/bisnis. Sementara DANA *Enterprise* bisa digunakan pelaku UMKM untuk meningkatkan pelayanan lewat pembayaran cashless yang memudahkan pelanggan (lifepal.co.id, 2021).

## 1.2 Latar Belakang

Seperti yang telah kita ketahui bahwa zaman telah mengalami perubahan, dimana banyak sekali perkembangan-perkembangan salah satunya dalam dunia teknologi. Teknologi yang saat ini banyak digunakan yaitu media internet. Pengguna internet meluas dari setiap tahunnya karena dipandang memberikan manfaat yang cukup besar bagi kelancaran proses berbisnis. Menurut (Aristiovani Azis Mardikantoro, 2018) berpendapat bahwa Teknologi yang canggih dengan jaringan internet memudahkan interaksi secara langsung antara konsumen dan pelaku bisnis, apapun bisa dilakukan baik sekedar mencari informasi ataupun menjalankan bisnis.

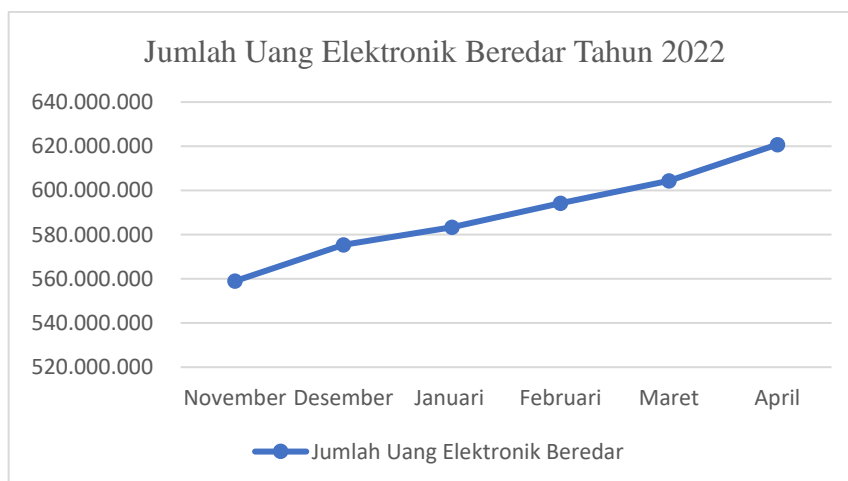


Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : (Hootsuite, 2022)

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada Februari 2022, mencapai 204,7 juta pengguna atau sekitar 73,7 persen dari populasi. Jumlah ini meningkat 1 persen atau 2,1 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2021 lalu. Petumbuhan teknologi tersebut menimbulkan munculnya inovasi-inovasi teknologi dalam pembayaran (Putri et al. 2021) Hal ini dibuktikan dengan salah satu keluarnya sistem transaksi elektronik yang menggunakan perkembangan teknologi atau disebut *fintech* (*Financial Technology*).

Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa *Financial technology (FinTech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. *FinTech* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Bank Indonesia memiliki kebijakan sistem transaksi dengan uang elektronik (*E-Money*) sebagai bank sentral Indonesia (Sari et al. 2019). *E-money* sudah hadir di Indonesia sejak tahun 2009 yang disahkan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*Elektronic Money*) kemudian diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/17/PBI/2016, *e-money* memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.



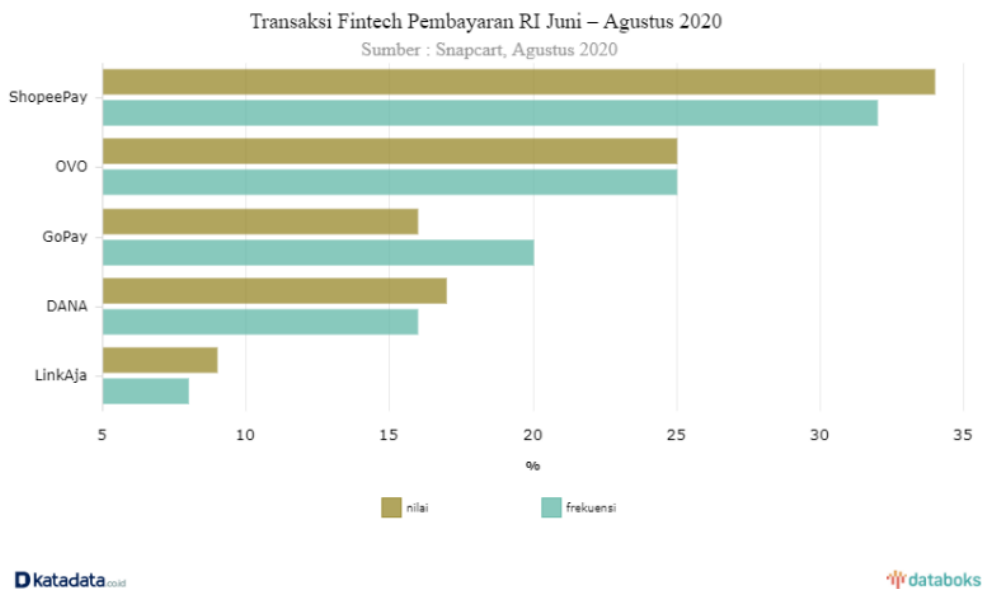
Gambar 1. 3 Jumlah Uang Elektronik Beredar 2022

Sumber : (BankIndonesia, 2022)

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, jumlah uang elektronik yang beredar mengalami kenaikan dalam 6 bulan terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya pengguna *e-money* di Indonesia. Penggunaan *e-money* menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Keberlanjutan penggunaan pembayaran mobile dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai pada ekonomi nasional yang sangat besar, mewakili sebanyak 1.5% dari PDB (Hugh Thomas, 2013). Transaksi Non tunai sejalan dengan program Bank Indonesia Gerakan Nasional Non Tunai yang bertujuan agar masyarakat dapat *Less Cash Society (LCS)*. Faktor

kenaikan tersebut juga dipengaruhi oleh terjadinya Pandemi Covid-19, penggunaan pembayaran nontunai di masa pandemi dirasakan sangat penting dalam upaya pencegahan penyebaran virus COVID-19, dengan meminimalisir terjadinya kontak fisik dalam transaksi menggunakan *e-wallet* dalam transaksi di merchant *offline* (Humairoh *et al*, 2020) . Penggunaan *E-money* di Indonesia melonjak sebesar 44 persen selama pandemi Covid-19 (Ipsos,2019).

Dengan adanya *e-money* di kehidupan masyarakat, banyak perusahaan *start-up* yang mengembangkan bisnis *online* sehingga memunculkan uang elektronik yang disebut dengan *e-wallet*. Terdapat ada 38 *e-wallet* yang telah diizinkan oleh BI (Bank Indonesia) salah satunya yaitu DANA yang merupakan produk dari PT Debit Espay Indonesia Koe. Seperti dilansir MarkPlus Inc. dan Nielsen, peningkatan jumlah pengguna dompet digital dan transaksi terjadi di masyarakat Indonesia. Sebagian besar platform dompet digital, DANA, OVO, dan ShopeePay, mengumumkan peningkatan jumlah pengguna aktif dan baru, serta transaksi, sejak pandemi terjadi di Indonesia.



Gambar 1. 4 Transaksi Fintech Pembayaran RI Juni-Agustus 2020  
Sumber: (Snapcart, 2020)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2020 ShopeePay menguasai pangsa pasar *e-wallet* di Indonesia karena terintegrasi dengan *e-commerce* Shopee sehingga mempunyai strategi promosi yang efektif. ShopeePay mendapatkan pangsa pasar tertinggi (68%), diikuti Ovo (62%), Dana (54%), GoPay (53%), dan LinkAja (23%). Namun saat ini, kebutuhan *users* terhadap DANA mengalami pertumbuhan positif pada tahun 2021 hal ini dibuktikan dari sisi jumlah pengguna menjadi 70 juta, dibandingkan akhir 2020 sebanyak 50 juta dan DANA mencatat rata-rata transaksi per hari tertinggi terjadi pada bulan Mei 2021. Dibandingkan dengan Mei 2020, pertumbuhan rata-rata transaksi per hari yang dibukukan pada Mei 2021 tercatat meningkat sebesar 164% (CNBC, 2021).

Saat penggunaan *e-wallet* telah menarik banyak perhatian dan penggunaannya merebak secara terus menerus oleh banyak pemakai layanan sehingga pentingnya kontinuitas penggunaan agar perusahaan terus beroperasi. Menurut (Davis, 1989), *continuance intention* didefinisikan sebagai minat atau keinginan dari seorang individu untuk terus menggunakan sebuah sistem. Selanjutnya menurut (Bhattacharjee, 2001), *continuance intention* diartikan sebagai minat untuk terus berpartisipasi atau ikut mengambil peran dalam sebuah sistem tertentu.

Keberlanjutan penggunaan pembayaran *mobile* sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan layanan pembayaran *mobile* (Zhou, 2012). Jika perusahaan *fintech* tidak dapat mempertahankan pelanggan dan memfasilitasi penggunaan berkelanjutan, mereka tidak akan dapat untuk menutupi biaya yang dikeluarkan dan mencapai kesuksesan jangka panjang (Teo, Lee, S, & G, 2015). *Continuance Intention* penting untuk memprediksi perilaku pelanggan di masa depan dalam jurnal Ispriandina (Hernandez-Ortega, Serrano-Cinca, & Gomez-Meneses, 2014). Dengan demikian, Keberlanjutan dalam penggunaan *e-wallet* ditunjukkan dengan adanya keinginan pengguna untuk menggunakan layanan tersebut secara terus-menerus dengan memanfaatkan fasilitas dalam fitur-fitur aplikasi *e-wallet*.



Gambar 1. 5 Survei Keberlanjutan Penggunaan e-wallet DANA

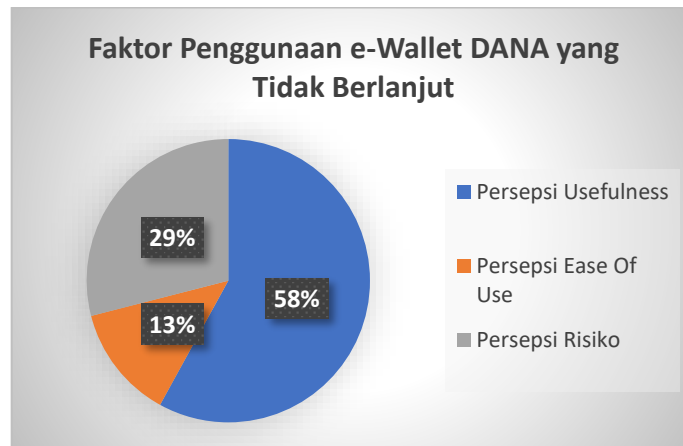
Sumber : Hasil Observasi Penulis, 2021

Penulis melakukan survei kepada 30 responden yang telah menggunakan *e-wallet* DANA di Kota Bandung mengenai keberlanjutan penggunaan *e-wallet* tersebut. Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa sebesar 63% responden menyatakan tidak akan melanjutkan penggunaan *e-wallet* DANA dan sebesar 37% akan terus berlanjut menggunakannya. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa minat untuk terus menggunakan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko (Yogananda & Dirgantara, 2017).

Niat untuk menggunakan Internet untuk transaksi online harus mempertimbangkan Konstruksi TAM (*Technology Acceptance Model*), yang berteori bahwa manfaat yang dirasakan dan kemudahan yang dirasakan penggunaan menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya (Pavlou, 2003). Kemudian, konstruk persepsi risiko ini digunakan karena konstruk ini merupakan ketidakpastian yang sering muncul apabila individu menggunakan internet atau layanan *e-money* sehingga (Pavlou, 2003) memunculkan konstruk tersebut dalam penelitiannya.

Beberapa pengguna yang ada masih ragu untuk terus menggunakan *fintech* karena kekhawatiran risiko yang cukup besar seperti keamanan data pengguna dan kehandalan dari platform *fintech*. Risiko penggunaan *fintech* dapat memengaruhi pengalaman pengguna secara negatif dan menghambat penggunaan berkelanjutan oleh para pemakaiannya (Sienatra, 2020).





Gambar 1. 6 Faktor Penggunaan e-wallet DANA

Sumber : Hasil Observasi Penulis, 2021

Penulis melakukan survei kepada 30 responden yang telah menggunakan *e-wallet* DANA. Berdasarkan grafik diatas dari 30 responden tersebut, sebanyak 58% responden memilih persepsi manfaat (*usefulness*) untuk tidak melanjutkan menggunakan *e-wallet* DANA, kebanyakan responden menyebutkan bahwa, *e-wallet* DANA kurang memberikan benefit kepada users dalam kesehariannya, terdapat *e-wallet* lain yang lebih menguntungkan, tidak ada promosi untuk *users* terus menggunakan DANA sehingga tidak menjadi kebutuhan *users*. Sebanyak 13% responden memilih persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) yang menyatakan bahwa aplikasi DANA memberikan UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*) yang kurang memuaskan. Kemudian sebanyak 29% responden memilih persepsi risiko (*risk*) yang menyatakan bahwa masih terdapat ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi yang mungkin dialami dari keputusan pembelian mereka.

pembayaran dan tf  
★★★★★  
Dana memberikan aku pengalaman pembayaran tanpa ribet

Sat  
Plolaplolo

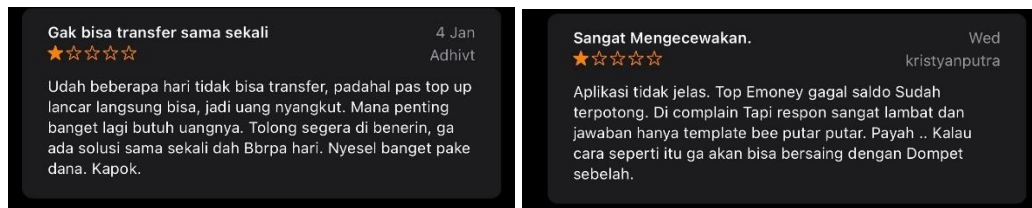
Simple praktis  
★★★★★  
Sangat membantu buat urusan sehari hari

Thu  
Jokayrival

Transaksi sering pending atau gagal  
☆☆☆☆☆

Tue  
angelinalfa

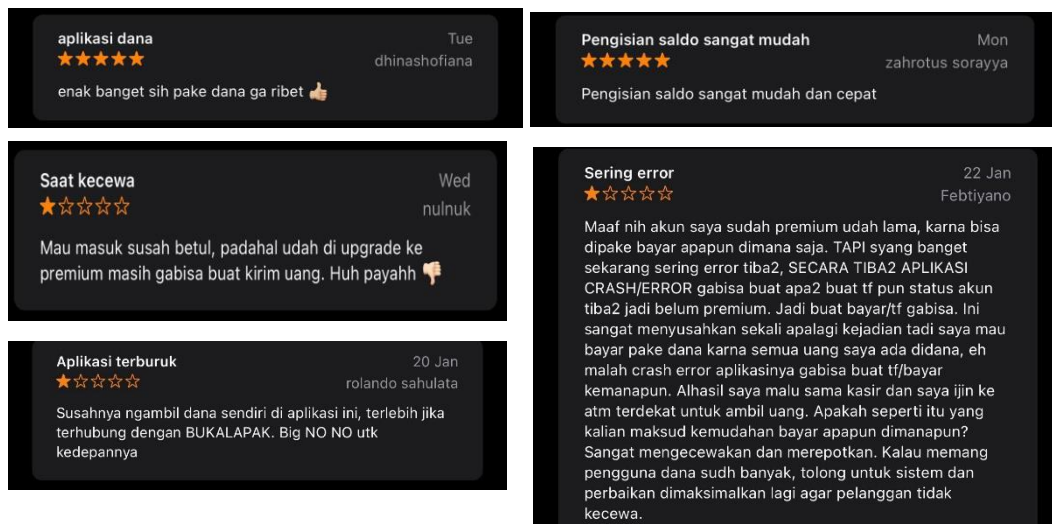
Saya sudah lama pake dana, awalnya aman2 aja tapi entah semakin kesini nggak bagus, transaksi transfer pending lama banget, isi saldo nggak masuk, keluhan ditanggapinya lama nggak fast response, jadi was2 pake dana sekarang, biarlah bayar transfer admin 6500 ke bank tapi lebih aman daripada pake ini aplikasi bisa gratis tp degdeg an transaksi kepending lama takutnya uang ilang engga balik..  
Mulai hapus kartu dari dana aja sekarang. Takut.



Gambar 1. 7 Ulasan tentang Persepsi Manfaat Pengguna DANA

Sumber : Review Pengguna dalam Apple Store & Play Store, 2022

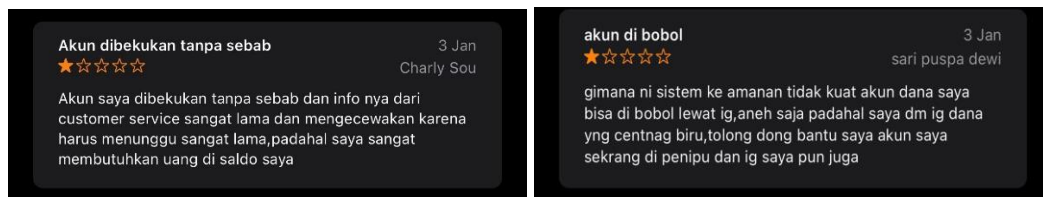
Menurut Jogiyanto (2019:933) Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Berdasarkan ulasan pengguna *e-wallet* DANA, bagi sebagian pengguna DANA memberikan pengalaman baik yang dapat membantu mereka dalam kesehariannya. Namun terdapat GAP (kesenjangan) dalam *review* tersebut dimana dalam salah satu ulasannya *e-wallet* tersebut tidak membantu mempercepat pekerjaan pengguna, namun sebaliknya DANA memberikan kerugian berupa kegagalan dalam bertransaksi. Menurut Davis (1989) teknologi tersebut seharusnya meningkatkan kinerja *users*, mempercepat pekerjaan, serta meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi pembayaran.



Gambar 1. 8 Ulasan tentang Persepsi Kemudahan Penggunaan DANA

Sumber : Review Pengguna dalam Apple Store & Play Store, 2022

Kemudian menurut (Jogiyanto, 2019) Jogiyanto (2019:934) Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tidak membutuhkan banyak usaha dalam mengoperasikannya. Dalam kasus DANA masih terdapat ulasan bahwa dalam pengoperasian *e-wallet* DANA masih ditemukan kesulitan untuk masuk ke aplikasi tersebut. Selain itu, terdapat kesenjangan dimana teknologi yang seharusnya fleksibel dapat digunakan kapan saja dan dimana saja dan memberikan kemudahan dalam penggunaannya tidak sesuai dengan kenyataannya.



Gambar 1. 9 Ulasan tentang Persepsi Risiko Pengguna DANA

Sumber : Review Pengguna dalam Apple Store & Play Store, 2022

Kemudian (Schiffman, Kanuk, & Hansen, 2013) mendefinisikan persepsi risiko (*perceived risk*) sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi yang mungkin dialami dari keputusan pembelian mereka. Dalam penggunaan *e-wallet* DANA terdapat kasus ketidakpastian yang dihadapi pengguna seperti ketidakpastian uang yang akan kembali setelah akun *e-wallet* nya dibekukan oleh pihak *e-wallet* DANA, selain itu terdapat persepsi negatif konsumen bahwa penyedia jasa tidak memberikan sistem keamanan yang baik.

Persepsi Manfaat (*perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai konstruk utama dalam teori TAM serta persepsi risiko (*perceived risk*) sebagai konstruk tambahan. *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan sebagai dasar dari berbagai studi sistem informasi teknologi (Pavlou, 2003).

Pengguna ingin menentukan nilai yang diharapkan dari penggunaan *fintech*, dengan mempertimbangkan manfaat dan risikonya. Pelanggan akan menggunakan layanan jika manfaatnya lebih besar dari risikonya. Dengan demikian, perusahaan *fintech* ditantang untuk meningkatkan potensi manfaat penggunaan *fintech* serta membatasi potensi risikonya Chan dalam (Sienatra, 2020). Dalam penelitian (Vedadi & Warkentin, 2015) *perceived usefulness* penting bagi *continuance intention*, tetapi efeknya tidak tergantung pada kepuasan, karena hanya menangkap pengalaman pengguna masa lalu, sedangkan *perceived usefulness* manfaat yang diharapkan dari penggunaan masa mendatang. Menurut (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989) persepsi manfaat mempunyai dampak langsung terhadap pengadopsian suatu teknologi, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung terhadap pengadopsian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Cho & Sagynov, 2015) menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to shop online*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Paul A Pavlou (2003) yang menyatakan bahwa risiko yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan memiliki efek signifikan pada niat transaksi pada *e-commerce*. Kemudian penelitian (Priambodo & Prabawani, 2016) menyatakan bahwa hasil penelitian Variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat menggunakan layanan uang elektronik sedangkan Variabel Persepsi Risiko mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada masyarakat kota Semarang.

Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko serta *Continuance Intention* penting untuk diteliti, mengingat perlunya suatu bisnis untuk memperluas cakupan keputusan penggunaan berkelanjutan secara eksplisit dengan memasukkan faktor positif (manfaat yang dirasakan) dan negatif (risiko yang dirasakan) secara bersamaan (Sienatra, 2020). Sehingga penting untuk meningkatkan *continuance intention* pengguna dalam operasi perusahaan (Han *et al*, 2018)

Kota Bandung dipilih sebagai objek penelitian karena berdasarkan Survei di 4 Kota Besar di Indonesia, dipilihnya keempat kota tersebut berdasarkan jumlah pengguna internet dan smartphone yang paling aktif di Indonesia. Vincent Iswara selaku CEO DANA menyatakan bahwa dari survei tentang penggunaan dompet digital yang dilakukan terhadap 757 orang responden di keempat kota tersebut. Jumlah pengguna dompet digital terbesar terdapat di Bandung (69,4 persen). Kemudian, posisi kedua diikuti Jakarta (65,9 persen), Yogyakarta (63,8 persen), dan terakhir Surabaya (37,5 persen). (Lifepal.co.id, 2019)

Keunikan penelitian ini dilihat dari variabel yang digunakan yaitu memasukkan faktor positif (manfaat yang dirasakan) dan negatif (risiko yang dirasakan) secara bersamaan. Selain itu, terletak pada fenomena pengguna *e-wallet* DANA yang memiliki banyak pengalaman mulai dari pengalaman positif hingga negatif yang menyebabkan *users* ingin melanjutkan atau tidak melanjutkan penggunaannya.

Berdasarkan isu-isu pada uraian di atas, penelitian ini bertujuan dapat melihat adanya **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap *Contiuance Intention* Pada *e-Wallet* DANA di Kota Bandung”** diharapkan hasil pada penelitian mampu merekomendasikan gambaran partisipasi untuk penggerak di bidang bisnis digital dan mampu merekomendasikan adanya perbaikan hal-hal yang berhubungan dengan aturan bisnis digital khususnya bisnis *e-wallet* di masa mendatang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana Persepsi Manfaat pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?
- b. Bagaimana Persepsi Kemudahan Penggunaan pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?
- c. Bagaimana Persepsi Risiko pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?
- d. Bagaimana *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?
- e. Bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?
- f. Bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara parsial terhadap *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis bertujuan melakukan penelitian tersebut sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Persepsi Manfaat pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung
- b. Untuk mengetahui Persepsi Kemudahan Penggunaan pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung
- c. Untuk mengetahui Persepsi Risiko pada *e-wallet* DANA Kota Bandung
- d. Untuk mengetahui *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung
- e. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara Simultan terhadap *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Bandung
- f. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko secara Parsial terhadap *Continuance Intention* pada *e-wallet* DANA di Kota Bandung

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk pelaku bisnis yang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman perihal tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap *Continuance Intention* Pada *E-Wallet* DANA (PT Debit Espay Indonesia Koe) Di Kota Bandung. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara tertulis maupun referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian di bidang yang berkaitan dengan tema atau topik yang terkait.

### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dengan melihat dari persepsi manfaat dan persepsi risiko khususnya pada pengguna generasi milenial yang terlibat dalam penelitian ini agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Dimana hal tersebut dapat memberikan inspirasi-inspirasi terkait Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap *Continuance Intention* Pada *E-Wallet* DANA (PT Debit Espay Indonesia Koe) Di Kota Bandung.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami isi Laporan Proposal Skripsi ini, maka laporan penelitian ini disajikan dalam beberapa bab pembahasan dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi uraian tentang gambaran objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi uraian teoritik mengenai tinjauan pustaka bagi teori-teori yang mendasari, relevan dan terkait dengan penelitian, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi uraian mengenai metode penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Berisi uraian tentang karakteristik responden, analisis/pembahasan terhadap masalah yang sedang diteliti dan hasil akhir dari penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan disertai rekomendasi dalam bentuk saran-saran yang relevan dari penulis terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian.