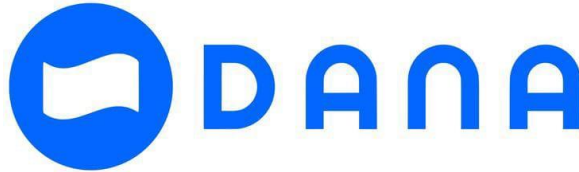


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan DANA

Sumber : DANA (2023)

DANA telah ada sejak 2017 dan resmi diluncurkan pada 5 November 2018, *Fintech* DANA dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe sebagai dompet *digital* yang memungkinkan pembayaran *non-tunai* dan *non-kartu* secara *digital* (Yesidora, 2022). *Chief Executive Officer* (CEO) DANA merupakan Vincent Iswara, dengan harapan DANA menjadi aplikasi pembayaran yang memungkinkan pengguna memperoleh poin loyalitas dan layanan keuangan dengan dukungan dari digital KMK Online (Nabila, 2023)

DANA adalah Penyedia Jasa Pembayaran Kategori I yang diawasi dan terdaftar di Bank Indonesia serta Kominfo yang menawarkan beragam layanan pembayaran bagi para pengguna dana (DANA, 2023). Dengan melalui DANA, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi, termasuk pembayaran tagihan, *top up game online*, kredit atau DANA *Paylater*, transaksi menggunakan *barcode scan*, sampai *e-commerce*. (Nabila, 2023)

DANA memiliki Visi menjadi jembatan bagi masyarakat Indonesia menuju era nontunai dengan peningkatan literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik dan Misi menghubungkan semua elemen dalam ekosistem ekonomi *digital*, mulai dari pemerintah, mitra, hingga pengguna, guna meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia (DANA, 2023).

Untuk menjalankan 3 prinsip DANA yaitu *Trusted*, *Friendly*, dan *Accessible*, DANA memiliki kerjasama dengan PT Aliansi Teknologi Indonesia, PT Aliansi Wikrama Sejahtera, dan PT Aliansi Saka Rinjani (DANA, 2023). DANA *E-Wallet* menyediakan akses yang mudah dan cepat, dimana pengguna dapat mengakses dompet digital melalui ponsel dengan lancar dan tanpa kendala saat melakukan transaksi pembayaran (DANA, 2023).

DANA memiliki berbagai fitur, antara lain sebagai berikut:

1. Fitur *Transfer* seperti DANA kaget, tarik Saldo, bayar patungan, kirim *chat*, tarik tunai, tarik ke bank.
2. Fitur Layanan *Digital* seperti pulsa dan data, pascabayar, uang elektronik, item *digital*, *digital voucher*, eSIM smartfren.
3. Fitur Tagihan seperti *Mybills*, pascabayar, kirim ke *e-wallet*, air, listrik, PLN *Non Taglis*, Telkom, PGN Gas, IPL, internet TV dan kabel, bayar asuransi, BPJS ketenagakerjaan, BPJS Kesehatan.
4. Fitur Pembayaran seperti DANA donasi, dompet dhuafa, *e-commerce*, kartu kredit, cicilan, pendidikan, parkir, parkee, persembahan gereja.
5. Fitur Aktivitas dan Hiburan seperti TIX ID, video, games, mini games, *Google Play Store*, *Google One*, kode *voucher Google Play*, *DANA deals*, *DANA point*, *nearby*, koleksi *digital*, *voucher Free Fire*, tiket wisata, *loyalty*, *A+Rewards*, Lazada, hadiah gratis.
6. Fitur Keuangan seperti e-Mas, DANA bisnis, Bank *service*, *DANA Goals*, *DANA Siaga*, dan *Family Account*.
7. Fitur Layanan Pemerintahan seperti PBB, PBB DIY, Pajak Daerah, Retribusi, SBN, Passport, SIGNAL, SIM, E-Samsat, E-Tilang, Penerimaan Negara. (Aplikasi DANA, 2024).

Selain itu DANA juga memiliki berbagai promo melalui penawaran keuntungan atau insentif yang ditawarkan untuk menggunakan fitur dan layanan pembayaran DANA (DANA, 2023).

Dana memiliki 2 jenis yaitu DANA Premium dan biasa. Berikut ini merupakan perbedaan antara DANA Premium dan Biasa:

1. Limit saldo untuk Akun DANA Biasa dibatasi hingga maksimal Rp2 juta, sedangkan untuk Akun DANA Premium, pengguna dapat menyimpan saldo hingga Rp 10 juta.
2. Dalam fitur transaksi, DANA Biasa meliputi *transfer* antar akun DANA, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa, sementara Akun DANA Premium menawarkan cakupan transaksi yang lebih luas.
3. Untuk memastikan keabsahan data pengguna, pengguna DANA Premium perlu melalui proses verifikasi yang melibatkan penggunaan KTP sebagai persyaratan utama (Bisnis, 2023).

Berikut ini cara untuk menjadi pengguna DANA premium:

1. Buka aplikasi DANA.
2. Pilih menu Saya.
3. Tekan Verifikasi Akun Saya.
4. Ambil foto e-KTP Anda.
5. Ambil selfie di tempat terang, pastikan wajah Anda terlihat jelas.
6. Pastikan bahwa data Anda sesuai dengan e-KTP dan klik submit.
7. Verifikasi untuk DANA Premium berhasil (DANA, 2023)

DANA pendatang baru dalam pasar dompet digital, yang mampu bersaing dengan dompet digital yang lain yaitu memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu DANA, berkomitmen untuk terus mendukung upaya pemerintah dalam mempromosikan transaksi elektronik (Septiantika & Rachmawati, 2023). Dengan *E-Wallet* DANA memiliki berbagai keuntungan seperti tidak perlu membawa uang tunai ke mana-mana, hanya membawa ponsel saja karena sudah bisa membayar dan menarik uang, mendapatkan 10 kali gratis biaya tarik saldo, DANA bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik, air, internet, iuran BPJS, pembelian pulsa, dan belanja di aplikasi bukalapak.com, Lazada.com, dan lainnya, serta bisa melakukan *top-up* saldo DANA dengan minimal Rp. 10.000 (Setiawan, 2023)

1.2 Latar Belakang

Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia tahun 2023 yang dirilis oleh APJII memperlihatkan pertumbuhan yang signifikan. Kenaikan tingkat penetrasi ini tetap dipicu oleh peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap penggunaan internet, terutama sejak dimulainya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 (Devina, 2023).



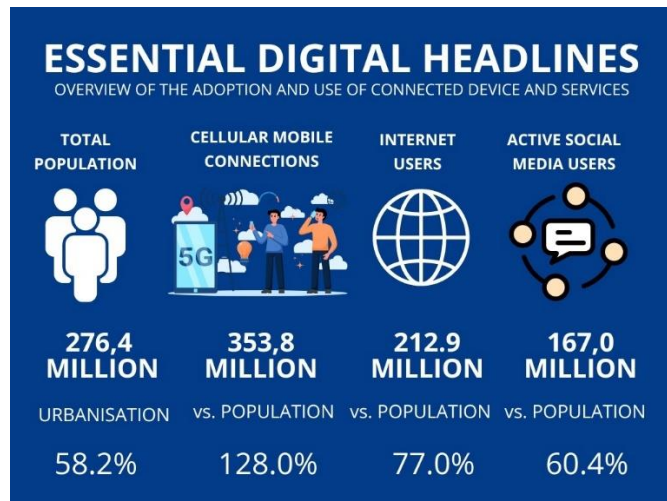
Gambar 1. 2 Pengguna internet di indonesia tahun 2013 – 2023

Sumber: *We Are Social* (2023).

Berdasarkan *studi We Are Social* (2023), 213 juta orang Indonesia sudah online pada Januari 2023, atau 77% dari 276,4 juta penduduk negara ini. Ini mewakili persentase negara tersebut terhadap populasi global. Pada Januari 2022, terdapat 202 juta pengguna internet baru di seluruh dunia, meningkat 5,2% dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya. Selama dekade terakhir, terlihat tren peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia secara signifikan, dengan pertumbuhan mencapai 142,5 juta dari 70,5 juta orang pada Januari 2013 (Annur, 2023).

Pertumbuhan tercepat sepanjang periode ini tercatat pada Januari 2022 dengan pertumbuhan tahunan hanya sebesar 0,5%, sedangkan pertumbuhan terbesar tercatat pada Januari 2016 yang mencapai 50,16%. Rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit sehari, menurut penelitian, dengan 98,3% pengguna mengaksesnya melalui perangkat seluler. Meskipun demikian, sebagian besar penduduk Indonesia masih belum memiliki akses terhadap internet. Studi tersebut memperkirakan bahwa pada awal tahun 2023, masih terdapat 63,51 juta orang yang belum terhubung dengan internet di Indonesia, menjadikannya negara dengan populasi tidak terhubung internet

tertinggi kedelapan di dunia. Dengan 730,02 juta orang yang belum memiliki akses internet, India berada pada posisi teratas dalam hal ini (Annur, 2023).



Gambar 1. 3 Total populasi serta pengguna internet digital di Indonesia per Januari 2023

Sumber: We Are Social (2023)

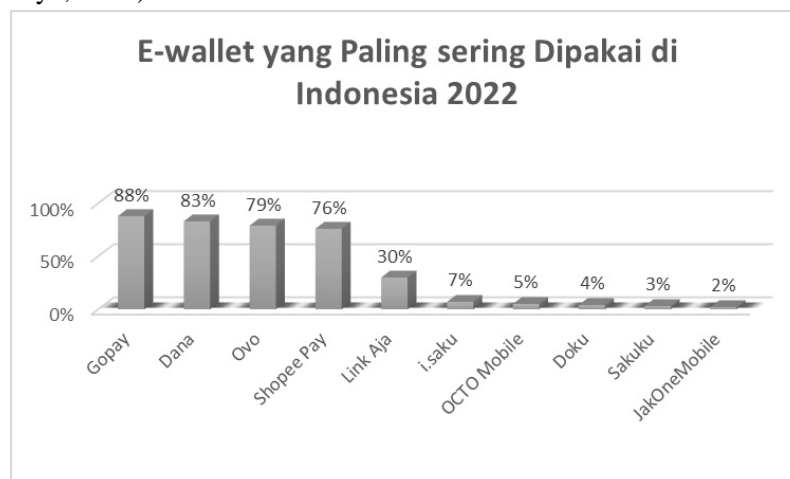
Menurut *studi We Are Social (2023)*, teknologi komunikasi berbasis internet sangat berpengaruh pada masyarakat Indonesia. Jumlah masyarakat dengan akses internet telah meningkat secara signifikan dan terus bertambah. Akibatnya, kehidupan dan pola pikir manusia dalam berbagai aspek sehari-hari mulai mengalami perubahan yang cepat. Sebagai pemerintah daerah di Jawa Barat yang aktif mengadopsi transaksi elektronik, Pemkot Bandung berhasil menduduki posisi teratas di Jawa Barat dalam beberapa tahun terakhir. Pemkot Bandung terus mendorong layanan transaksi *digital* yang lebih cepat, seperti pembayaran PBB melalui QRIS. Selama pandemi, seluruh prosedur layanan dilakukan secara *online* dan transisi penuh ke transaksi *digital* telah diselesaikan (Jabarprov, 2022).

Inovasi *digital* adalah inovasi yang menggunakan teknologi *digital* untuk menciptakan hasil baru dari proses digitalisasi (Wahyuningtyas dkk., 2021). Salah satu contohnya adalah perkembangan inovasi di sektor teknologi keuangan. Menurut Carney (2016), inovasi dalam sektor keuangan memiliki potensi untuk mengubah dasar dari bank sentral dan menghadirkan revolusi bagi semua pengguna layanan keuangan. Layanan keuangan dan teknologi semakin terintegrasi, sehingga menyebabkan pergeseran model bisnis secara signifikan dari yang lama ke yang kontemporer. Inovasi ini dikenal dengan istilah *financial technology* atau disingkat *fintech*. Dahulu, pembayaran melibatkan pertemuan tatap muka dan

menggunakan uang tunai, tetapi saat ini, berkat *fintech*, transaksi dapat dilakukan secara elektronik dengan kecepatan seketika (bi.go.id, 2020).

Hasil survei yang dilakukan oleh perusahaan teknologi finansial (*fintech*) Xendit, pada tahun 2021 terjadi lonjakan signifikan dalam penggunaan dompet *digital*, dengan 43% pengguna melakukan transaksi keuangan melalui metode pembayaran *digital* (Septiantika & Rachmawati, 2023). Pembayaran non-tunai adalah kunci perkembangan tren *mobile payment* saat ini, menarik banyak perusahaan untuk menawarkan solusi pembayaran bagi pelanggan. Peningkatan pengguna *mobile payment* dan pasar yang luas di Indonesia terjadi karena banyak orang yang tidak memiliki rekening bank, sehingga memilih menggunakan teknologi *e-wallet* yang kini menjadi tren (Akhamadi & Martini, 2020).

Uang tunai mungkin menjadi alat pembayaran *non-tunai* yang kurang nyaman dan tidak efektif karena kemajuan *fintech* dalam sistem pembayaran *digital*. Menurut Bank Indonesia (BI), jumlah penukaran uang secara elektronik pada Juli 2021 sebesar Rp25,4 triliun, naik 5% dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp24,1 triliun. Angka tersebut mencatatkan rekor tertinggi dalam satu tahun terakhir. Data ini mencerminkan bahwa masyarakat secara rutin menggunakan uang elektronik sebagai sarana transaksi dalam kehidupan sehari-hari (Departemen Komunikasi, 2018). Selain itu, Penyedia pembayaran *digital* mengembangkan dan menyediakan teknologi layanan pembayaran yang lebih murah dan ramah pengguna dengan menawarkan berbagai layanan, seperti transaksi untuk barang dan jasa, serta pengelolaan aset keuangan (Iradianty & Aditya, 2021).

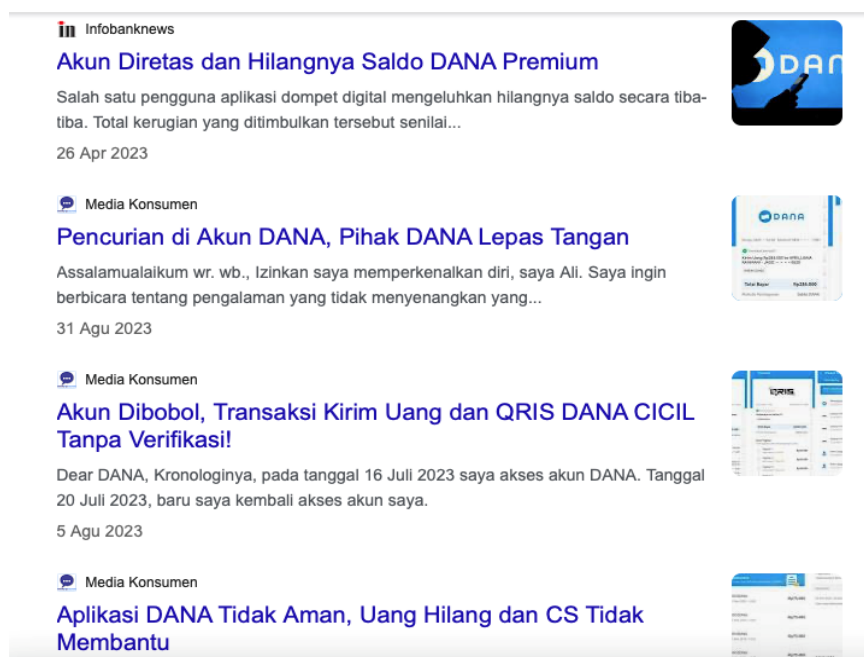


Gambar 1. 4 E-wallet yang Paling sering Dipakai di Indonesia 2022

Sumber: Populix (2022)

Berdasarkan temuan polling Populix tahun 2022 di atas, *e-wallet* yang paling populer di kalangan responden adalah Gopay dengan tingkat penggunaan

88%, Gopay menjadi dompet digital terpopuler di Indonesia. Di peringkat kedua DANA mendapatkan perhatian dari 83% responden survei Populix. Setelah itu disusul oleh Ovo yang berada di peringkat ketiga dengan 79% responden. Sementara itu, Shopee Pay, yang terafiliasi dengan Shopee, menduduki posisi keempat dengan 76% responden yang menggunakan layanannya. Dan pada peringkat kelima Link Aja mendapatkan persentase yang cukup jauh dari keempat pesaing di atasnya yang hanya mendapatkan sebanyak 30% responden. Beberapa *E-wallet* lainnya mendapatkan responden dibawah 10%.



Gambar 1. 5 Kasus Hilang Uang di DANA

Sumber: Google, 2024

Namun, pada gambar 1.6, tahun 2023 terdapat banyak keluhan dan kekecewaan pengguna terkait kehilangan uang atau saldo pada *E-wallet* DANA (Ibrahim, 2024). Hilangnya saldo dalam *e-wallet* adalah masalah utama yang dikhawatirkan pengguna. Penyebabnya bisa berupa kesalahan teknis, kejahatan siber, atau gangguan eksternal, yang semuanya dapat mengakibatkan kerugian finansial. Saat melaporkan masalah ini, pengguna sering menghadapi respons yang lambat, prosedur klaim yang rumit, dan terkadang kegagalan dalam pengembalian dana yang hilang (Kamila & Efendi, 2023)

DANA mengatasi kasus kehilangan saldo atau uang dengan meluncurkan kampanye edukasi berjudul "Bye Modus Penipuan! Yuk, Cek Tips Aman untuk Transaksi yang Nyaman" di situs web mereka. Kampanye ini memberikan informasi terkait beberapa modus penipuan seperti oknum yang mengatasnamakan DANA, sosial media palsu yang mengklaim sebagai DANA, tautan palsu "DANA Kaget", kartu fisik palsu DANA, dan tautan palsu yang mengaku bisa memulihkan akun yang dibekukan (DANA, 2023). Sharon Issabella, Kepala Komunikasi DANA Indonesia, menegaskan komitmennya untuk meningkatkan pengalaman transaksi digital yang lebih aman, mudah, dan nyaman, serta terus menerus melakukan inovasi fitur dan produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Anggreani, 2023).

Meskipun memiliki beberapa kasus kehilangan uang atau saldo, penggunaan transaksi *digital* di Indonesia terus meningkat. Data Bank Indonesia Januari 2024 menunjukkan transaksi uang elektronik naik 39,28% (YoY), dan transaksi QRIS tumbuh 149,46% (YoY). DANA mendapatkan peringkat pertama dalam *Top Publisher Awards 2024* untuk kategori *Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score (Finance Genre)*, berdasarkan jumlah unduhan di *iOS App Store* dan *Google Play* yang mengalami peningkatan hingga mencapai 170 juta pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan minat masyarakat terhadap teknologi informasi yang semakin meningkat terhadap aplikasi DANA (DANA, 2024).

Memanfaatkan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), sebuah kerangka kerja yang menggambarkan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi, bersama dengan fenomena yang telah diatasi untuk mengevaluasi minat pelanggan dalam mengadopsi layanan aplikasi DANA. UTAUT adalah sebuah model yang menggambarkan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi, yang mengintegrasikan delapan model yang terbukti efektif dalam masa lalu. Variabel seperti ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi upaya (EE), pengaruh sosial (SI), risiko yang dirasakan (PR), dan biaya yang dirasakan (PC) merupakan faktor UTAUT yang digunakan untuk mengukur adopsi dan penggunaan aplikasi DANA (Kanthi dkk., 2022).

Performance expectancy adalah indikator sejauh mana masyarakat menyadari bahwa internet dan teknologi memiliki kontribusi yang signifikan dalam menyelesaikan tugas-tugas sehari-hari mereka (Kosim & Legowo, 2021). DANA, mencatatkan peningkatan jumlah pengguna menjadi 170 juta pada 2023, naik 23% dengan transaksi QRIS meningkat drastis sebesar 272% dari 2022 ke 2023, sementara fitur Kirim Uang tumbuh 147% dalam periode yang sama. DANA juga mencatat sejarah dengan menjadi pelopor implementasi *QR Cross Border* di tiga negara berurutan: Thailand, Malaysia, dan Singapura. Langkah ini tidak hanya mendukung inklusi keuangan sesuai Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 dari Bank Indonesia, tetapi juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi digital di ASEAN. Sehingga DANA tidak hanya mencerminkan antusiasme pengguna terhadap fitur-fiturnya, tetapi juga menunjukkan keberhasilan layanan ini dalam memenuhi kebutuhan finansial pengguna (Antara, 2024).

Effort expectancy merujuk pada sejauh mana pengguna merasakan tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem, terutama dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Hwang & Mulyana, 2022). Kemajuan teknologi telah menggerakkan ke arah yang lebih maju dan memberikan kemudahan dalam kegiatan sehari-hari. Contohnya adalah penggunaan pembayaran digital melalui berbagai aplikasi di smartphone. Pemerintah percaya dengan digitalisasi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan akses teknologi merata untuk masyarakat (DANA, 2023). Selain itu, fitur-fitur yang lengkap pada layanan *E-Wallet* DANA memanfaatkan teknologi untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi, baik secara *online* maupun *offline*, tanpa perlu berhubungan langsung dengan customer service atau teller. Fitur-fitur seperti Kirim Dana, Minta Dana, *Nearby Me*, *Top Up*, dan *Dana News* memberikan kemudahan bagi pengguna dalam bertransaksi sehari-hari (Abrillia & Sudarwanto, 2020)

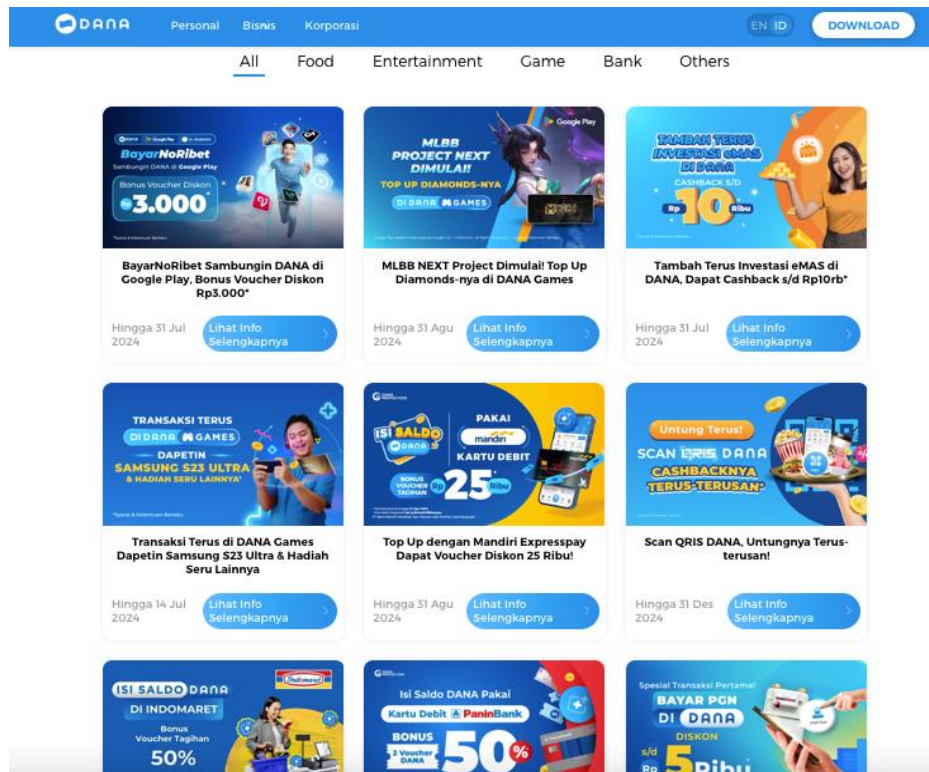
Social influence merujuk bagaimana seseorang mampu memengaruhi orang lain agar menggunakan suatu sistem yang dianggap baik menurut pandangan mereka (Tiffany & Nuryasman, 2023). *Social Influence* juga dapat diartikan informasi dan dorongan yang diberikan oleh orang-orang di sekitar pelanggan yang berperan

dinamis dalam berkontribusi terhadap kesadaran serta niat pelanggan." (Anggraini & Rachmawati, 2019)

Dalam penelitian Azzahra & Supriyadi (2022) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan *E-wallet* DANA. Hal ini memberikan bahwa semakin besar pengaruh sosialnya, semakin tinggi kemungkinan seseorang menggunakan aplikasi pembayaran digital tersebut (Azzahra & Supriyadi, 2022)

Perceived risk merujuk pada persepsi kerugian yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu sistem (Penney dkk., 2021). DANA, menyuarakan keprihatinannya terhadap lonjakan kejahatan siber yang merugikan penggunanya, termasuk kasus pembobolan saldo yang terjadi secara tiba-tiba. Adri Awwal, VP of *Product* DANA Indonesia, menegaskan komitmen DANA dalam melawan kejahatan siber dengan mengembangkan fitur-fitur baru di aplikasinya. Meskipun sadar akan prevalensi kejahatan siber, DANA terus fokus pada pengembangan fitur DANA Proteksi, berkolaborasi dengan Kominfo, dan telah mematuhi regulasi dari Bank Indonesia (BI) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) (Ibrahim, 2024).

Perceived cost merujuk pada persepsi pengguna mengenai keterjangkauan harga dalam menggunakan suatu sistem, yang mencakup pertimbangan terhadap biaya, waktu, dan usaha yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan (Paat dkk., 2022).



Gambar 1. 6 Promo Pada E-wallet DANA

Sumber: Dana.id, 2024

Dari gambar diatas dapat dilihat setiap hari DANA menyediakan beragam promo yang mencakup pesan, hiburan, game, layanan perbankan, dan banyak lagi. (DANA, 2023)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana pelanggan berencana menggunakan layanan dompet digital dengan menerapkan model UTAUT, yang menggambarkan perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi tersebut (Zidan & Auliya, 2023). Ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, persepsi bahaya, dan persepsi biaya merupakan beberapa elemen yang memengaruhi perilaku konsumen dan keinginan mereka untuk menggunakan teknologi (Paat dkk., 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas dapat penulis mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Cost* dan *Perceived Risk* Terhadap minat menggunakan *e-wallet DANA* di Kota Bandung”. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, yang menjadi kota dengan peringkat satu dalam transaksi digital di Jawa Barat, sehingga dalam

penelitian memiliki pertimbangan khusus dalam menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari (Rabbani & Haryatiningsih, 2024)

1.3 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi di era digital saat ini membawa dampak signifikan dalam perubahan perilaku konsumen, terutama dalam hal penggunaan *e-wallet*. Salah satu pusat kemajuan teknis dan ekonomi di Indonesia, Bandung, adalah tempat yang menarik untuk dipelajari guna mempelajari lebih lanjut tentang variabel-variabel yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* DANA. Untuk menggambarkan faktor-faktor signifikan yang mempengaruhi pilihan pelanggan dalam menggunakan layanan *e-wallet*, penelitian ini berfokus pada enam variabel: ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, risiko yang dirasakan, dan biaya yang dirasakan (Phan dkk., 2020). Dengan hal itu peneliti dapat menentukan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* terhadap minat menggunakan *E-wallet* DANA Di Kota Bandung?
2. Bagaimana *Effort Expectancy* mempengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA Di Kota Bandung?
3. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet* DANA Di Kota Bandung?
4. Bagaimana *Perceived Risk* mempengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA Di Kota Bandung?
5. Apakah *Perceived Cost* memainkan peran dalam mempengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA Di Kota Bandung?

Dengan merumuskan pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian dapat menggali pengaruh variabel "*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, dan Perceived Cost*" terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan pembayaran digital DANA di Kota Bandung.

1.4 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* terhadap minat menggunakan *E-wallet* DANA di Kota Bandung.

2. Untuk menilai sejauh mana *Effort Expectancy* mempengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA di Kota Bandung.
3. Untuk mengevaluasi pengaruh Social Influence terhadap minat penggunaan *E-wallet* DANA di Kota Bandung.
4. Untuk menilai bagaimana *Perceived Risk* memengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA di Kota Bandung.
5. Untuk menentukan sejauh mana *Perceived Cost* berperan dalam memengaruhi minat penggunaan *E-wallet* DANA di Kota Bandung.

Dengan tujuan tersebut, studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi minat warga Kota Bandung dalam mengadopsi pembayaran digital DANA.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut:

A. Aspek Teoritis

1) Kegunaan Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana bagi peneliti dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya. Serta, penyusunan laporan tugas akhir merupakan salah satu wujud untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Universitas Telkom.

2) Bagi Universitas Telkom

Hasil penelitian dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pentingnya pengaruh *performance expectation*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived risk*, *perceived cost* terhadap minat pengguna mengadopsi pembayaran elektronik.

B. Aspek Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi

perusahaan mengenai adanya pengaruh *performance expectation*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived risk*, *perceived cost* terhadap minat pengguna mengadopsi pembayaran elektronik.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi guna melakukan penelitian sejenis.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Mengandung informasi mengenai struktur dan penjelasan singkat laporan penelitian, terdiri dari Bab I hingga Bab V:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan gambaran yang komprehensif dan ringkas tentang topik penelitian. Isinya mencakup Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan perkembangan gagasan, dimulai dari konsep yang luas dan secara bertahap menjadi lebih tepat. Ini mencakup tinjauan penelitian yang ada dan diakhiri dengan kerangka penelitian. Jika berlaku, hipotesis juga disertakan.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memberikan penjelasan komprehensif tentang taktik, metode, dan strategi yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Meliputi penjelasan Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (dalam penelitian kuantitatif) / Situasi Sosial (dalam penelitian kualitatif), proses Pengumpulan Data, Pengujian yang dilakukan untuk menilai Validitas dan Keandalan, dan Teknik yang digunakan untuk Analisis Data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memberikan penjelasan komprehensif mengenai temuan dan pembahasan penelitian, selaras dengan rumusan masalah dan

tujuan penelitian. Bagian ini dipisahkan menjadi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian, sedangkan bagian kedua mendalami analisis dan pembahasan hasil penelitian. Pembicaraan dimulai dengan memaparkan hasil analisis data, yang kemudian dianalisis dan kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Selama percakapan, disarankan untuk membuat perbandingan dengan temuan masa lalu atau kerangka teori terkait.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan temuan yang menjawab pertanyaan penelitian, diikuti dengan rekomendasi mengenai manfaat penelitian.