

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia dapat menjadi lebih mudah jika dibantu dengan menggunakan teknologi. Seiring dengan berkembangnya teknologi, dibutuhkan juga inovasi baru yang dapat menjadikan berbagai kegiatan menjadi lebih mudah, efisien, cepat dan nyaman, terutama pada sektor finansial. Berkenaan dengan hal tersebut, pada sektor finansial juga ikut berkembang dan mulai mengusung inovasi baru agar membuatnya menjadi lebih efektif dan modern, inovasi teknologi tersebut dikenal sebagai *Fintech (Financial Technology)*. *Fintech* adalah bentuk nyata dari penyesuaian perkembangan teknologi terhadap sektor finansial dimana transaksi keuangan yang sebelumnya biasa dilakukan secara fisik atau tunai kini sudah di konversi menjadi bentuk digital.¹

Kehadiran *Fintech* akan sangat membantu masyarakat agar lebih mudah saat melakukan aktivitas transaksi, serta untuk mengakses berbagai produk keuangan lainnya.² Visa Inc, perusahaan teknologi pembayaran global, mengadakan survey tahunan mengenai pertumbuhan konsumen yang paham tentang teknologi digital serta perubahan metode pembayaran pada wilayah Asia Tenggara. Survei tersebut membawakan hasil yang menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mempercepat proses manifestasi *cashless society* (masyarakat non tunai) di Indonesia yang disebabkan karena banyak masyarakat yang khawatir akan penyebaran virus Covid-19.³

Kepala Departemen Komunikasi, Onny Widjanarko mengutarakan bahwa seiring dengan banyaknya pemakaian *platform* serta instrumen berbasis digital saat masa pandemi, kegiatan transaksi ekonomi dan keuangan juga ikut melonjak. Hal tersebut membuat preferensi serta penerimaan masyarakat akan transaksi

¹ Rizka Safitri dan Miftah Andriansyah, "Analisis Penerimaan Teknologi Keuangan (*Fintech*) Terhadap Penggunaan Aplikasi *Fintech* OVO," *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* 4, no. 4 (2020): 539.

² Nurdin Nurdin, Winda Nur Azizah, dan Rusli Rusli, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (*Fintech*) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu," *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2020): 200.

³ Selvi Mayasari, "Studi Visa: Penggunaan Uang Tunai oleh Konsumen Indonesia Berkurang Selama Pandemi," *Keuangan Kontan*, diakses 28 Februari 2021, <https://keuangan.kontan.co.id/news/studi-visa-penggunaan-uang-tunai-oleh-konsumen-indonesia-berkurang-selama-pandemi>.

digital semakin meningkat.⁴ Dengan diterimanya metode transaksi digital oleh masyarakat, banyak perusahaan *start up* mulai mendirikan serta mengembangkan bisnis *Fintech* dan kemudian menciptakan sebuah produk baru yang disebut dengan *e-wallet* (dompet elektronik). Sebenarnya *e-wallet* masih tergolong kedalam kategori uang elektronik, namun terdapat perbedaan yang terletak pada media penyimpanan saldonya.⁵ *E-wallet* merupakan sebuah aplikasi yang tersambung melalui internet yang dapat digunakan untuk menyimpan sejumlah saldo uang elektronik dan tidak memerlukan kartu dalam penggunaannya, namun dapat dijalankan melalui *smartphone* serta dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi.⁶

Potensi yang dimiliki *E-Wallet* untuk bisa berkembang di Indonesia cukup bagus, hal tersebut bisa diamati dari total *user smartphone* di Indonesia yang cukup tinggi. Menurut laporan dari *We Are Social* total *user smartphone* di Indonesia ada pada kisaran 355,5 juta orang. Dari jumlah tersebut, total pemakai internet aktif di Indonesia ada pada kisaran 150 juta orang, artinya 56% masyarakat Indonesia sudah memakai internet dan menurut prediksi akan terdapat peningkatan setiap tahunnya.⁷

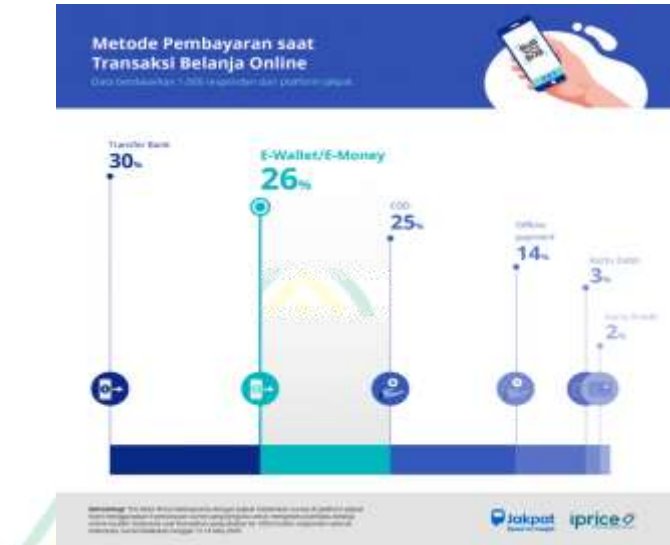
⁴ Abdul Malik, "Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp 17,23 Triliun, Ini Data Historisnya," Bareksa, diakses 27 Februari 2021, <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya>.

⁵ Wiwik Widiyanti, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* OVO di Depok," *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 55.

⁶ Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Pada Generasi Milenial Kota Semarang," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1, no. 2 (2020): 66.

⁷ Aji Charisma dan Nur Asnawi, "Memprediksi Niat Perilaku Terhadap *E-wallet*: Mengintegrasikan Budaya dalam Kerangka UTAUT 2," *AN-NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2021): 117.

Gambar 1.1 Metode Pembayaran Saat Transaksi Belanja Online



Sumber: iPrice

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh iPrice dan Jakpat, menjelaskan bahwa dari keseluruhan 1000 responden, 26% responden mengungkapkan bahwa mereka lebih suka untuk memakai *e-wallet/e-money* sebagai cara pembayaran saat berbelanja online.⁸ KPMG juga melakukan survei yang menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* telah naik dibandingkan dengan transfer bank, kartu debit, kartu kredit, kartu Prabayar, dan COD.⁹ Seiring dengan berkembangnya *e-wallet*, salah satu perusahaan *start up Fintech* baru telah memperkenalkan produk dompet digital Indonesia dengan layanan transaksi non tunai yang lebih efisien, transparan, dan aman, yaitu DANA.¹⁰ DANA merupakan sebuah aplikasi dompet digital yang hadir sebagai alternatif pembayaran non tunai bagi masyarakat.

⁸ Vivin Dian Devita, "E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020," iPrice, diakses 1 Maret 2021, <https://iprice.co.id/trend/insights/top-ewallet-di-indonesia-2020/>.

⁹ Eddy Madiono Sutanto dan Yessica, "Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran DANA," *JBB* 10, no. 1 (2020): 54.

¹⁰ "Mengenal DANA, Dompet Digital Indonesia," Dunia Fintech, diakses 1 Maret 2021, <https://duniafintech.com/dana-dompet-digital-indonesia/>.

DANA telah berhasil dirilis beberapa tahun silam, lebih tepatnya pada tanggal 22 maret 2018.¹¹

DANA merupakan sebuah aplikasi dompet digital Indonesia yang dikelola oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. Walaupun terbilang masih baru dibandingkan dengan pesaingnya, DANA telah berhasil menduduki peringkat tiga dalam kategori download terbanyak setelah Gopay dan OVO per kuartal II tahun 2019. DANA disokong oleh pemodal yang cukup kuat, salah satunya adalah PT Elang Mahkota Teknologi (Emtek Group) yang dipegang oleh Eddy Kusnadi Sariatmaja. Selain PT Elang Mahkota Teknologi, DANA juga mendapat dukungan dari perusahaan China yang menjadi operator aplikasi *digital payment* Alipay, yaitu *Ant Financial* yang dipunyai oleh Jack Ma. Dengan dukungan dari Emtek Group dan *Ant Financial*, DANA memiliki peluang untuk dapat bersaing dengan Gopay dan OVO yang telah diluncurkan terlebih dahulu.¹²

Dompet digital DANA dirancang dengan mengusung konsep *open platform* (platform terbuka) yang membedakannya dengan layanan transaksi keuangan digital lainnya, yang mengizinkan semua pemakai (baik merchant ataupun konsumen) agar bisa melakukan aktivitas transaksi secara non tunai dan non kartu dengan lebih mudah, aman dan efisien. Selain itu, dengan konsep *open platform* juga memungkinkan aplikasi DANA untuk dapat diintegrasikan bersama platform perdagangan serta saluran pembayaran lainnya. Dompet digital DANA juga bisa dipakai pada berbagai sector lain seperti pendidikan, layanan sosial, layanan publik, bahkan pedagang kaki lima.¹³ Walaupun terbilang masih cukup baru, namun hingga tahun 2020 dompet digital DANA telah mencatat kenaikan pengguna dengan total lebih dari 45 juta pengguna aplikasi.¹⁴

¹¹ Karja, "Dompet Digital Indonesia, DANA," Kumparan, diakses 2 Maret 2021, <https://m.kumparan.com/karjaid/dompet-digital-indonesia-dana-1rCsdnbyZJx/full>.

¹² Ringkang Gumiwang, "Geliat DANA di Bawah Dominasi Gopay dan OVO," Tirto.id, diakses 3 Maret 2021, <https://tirto.id/geliat-dana-di-bawah-dominasi-gopay-dan-ovo-egmo>.

¹³ Fiki Ariyanti, "Mengenal DANA, Dompet Digital dengan Tingkat Keamanan Sekelas Perbankan," Liputan6, diakses 5 Maret 2021, <https://m.liputan6.com/bisnis/read/3559895/mengenal-dana-dompet-digital-dengan-tingkat-keamanan-sekelas-perbankan>.

¹⁴ Maizal Walfajri, "Pengguna Dompet Digital DANA Naik Jadi 45 Juta Orang Hingga 2020," Keuangan Kontan, diakses 27 Februari 2021, <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-dompet-digital-dana-naik-jadi-45-juta-orang-hingga-2020>.

Dengan banyaknya pengguna, dapat mengindikasikan bahwa minat untuk menggunakan aplikasi DANA terbilang cukup tinggi. Minat penggunaan aplikasi tersebut tentunya dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Diantara faktor-faktor tersebut, salah satu hal yang dapat mempengaruhi minat ialah pengetahuan produk. Pengetahuan seseorang mengenai suatu produk sangatlah penting, karena dapat memberikan peranan dalam mengambil sebuah keputusan. Jika seseorang memiliki banyak pengetahuan tentang suatu objek, biasanya orang tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan.¹⁵ Maka sebelum memutuskan untuk menggunakan produk *e-wallet* DANA, konsumen biasanya akan mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai apa yang akan didapatkan dari penggunaannya.¹⁶

Faktor persepsi manfaat juga mengambil peranan yang penting. Menurut Davis, persepsi manfaat adalah salah satu faktor yang bisa memberikan pengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Persepsi manfaat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang atau individu mempercayai bahwa dengan memakai suatu sistem atau teknologi bisa menaikkan performa mereka dalam bekerja.¹⁷ Oleh karena itu, jika seseorang menganggap bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan membawa manfaat maka dia akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya.¹⁸

Selain pengetahuan produk dan persepsi manfaat, pengaruh sosial juga memiliki andil yang tidak kalah penting untuk mempengaruhi minat seseorang. Pengaruh sosial terkait pada bagaimana keputusan perilaku individu dipengaruhi oleh orang lain. Pengaruh sosial merupakan sejauh mana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh jaringan sosial melewati pesan dan sinyal dari orang lain yang memudahkan penciptaan nilai masyarakat yang dirasakan dari suatu sistem atau teknologi. Bersamaan dengan hal

¹⁵ Mia Andika Sari, Indianik Aminah, dan Hastuti Redyanita, "Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok)," *Jurnal Ekonomi Bisnis* 19, no. 2 (2020): 99.

¹⁶ Ady Achadi dan Hari Winarto, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek," *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1 (2020): 15.

¹⁷ Atriani, Lalu Adi Permadi, dan Baiq Handayani Rinuastuti, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO," *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 54–61.

¹⁸ Mia Andika Sari, Indianik Aminah, dan Hastuti Redyanita, "Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok)," *Jurnal Ekonomi Bisnis* 19, no. 2 (2020): 99.

tersebut, pengaruh sosial memberikan pengaruh terhadap seseorang melalui kedua pesan mengenai harapan sosial serta perilaku yang diamati dari orang lain.¹⁹

Minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tidak terlepas dari keamanan pada sistem informasi. Untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka tingkat keamanan dari suatu sistem informasi juga harus diutamakan.²⁰ Jika tingkat keamanan semakin tinggi maka tingkat risiko dalam penggunaan semakin rendah, yang akan menyebabkan pengguna lebih bersedia untuk menggunakan teknologi tersebut.²¹ Karena layanan yang diberikan menyangkut transaksi keuangan, maka DANA harus memberikan solusi agar tetap aman dalam setiap kegiatan transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu Infrastruktur DANA dibangun dengan keamanan berperingkat tinggi yang selevel dengan perbankan dan mempunyai DC (*Data Center*) serta DRC (*Data Recovery Center*) di Indonesia.²²

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*. Diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ady Achadi dan Hari Winarto yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay.²³ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Habsari Candraditya dan Idris menunjukkan hasil bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik Flazz BCA.²⁴

¹⁹ Steven Haryono dan Ritzky Karina M.R. Brahmana, "Pengaruh *Shopping Orientation*, *Social Influence*, dan *System* Terhadap *Costumer Attitude* Melalui *Perceived Ease of Use* (Studi Pada *Apple Store*)," *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA* 3, no. 1 (2015): 4.

²⁰ Wahyu Meiranto, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak dengan Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus Pada Teknologi M-Dinar *Payment System*)," *Jurnal Akuntansi Indonesia* 1, no. 1 (2012): 52.

²¹ Hanif Adinugroho Widyanto, Kunthi Afrilinda Kusumawardani, dan Amreyzal Septyawanda, "Encouraging *Behavioral Intention To Use Mobile Payment: An Extension of UTAUT2*," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (2020): 90.

²² Ariyanti, "Mengenal DANA, Dompot Digital dengan Tingkat Keamanan Sekelas Perbankan."

²³ Ady Achadi dan Hari Winarto, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek," *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1 (2020): 11-23.

²⁴ Habsari Candraditya dan Idris, "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)," *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 3 (2013): 1–11.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.²⁵ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.²⁶

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wendy Suhendry yang menunjukkan hasil bahwa *social influence* (pengaruh sosial) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan OVO.²⁷ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aries Andrianto menunjukkan hasil bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital.²⁸ Berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sulisty Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.²⁹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Faqih Afghani dan Emma Yulianti menunjukkan hasil bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking*.³⁰

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu, masih terdapat kontra diantara penelitian yang serupa sehingga perlu untuk dikaji lebih lanjut agar dapat mengetahui hasil penelitian manakah yang dapat didukung. Serta untuk melakukan pengujian lebih lanjut temuan empiris tentang minat penggunaan *e-wallet* DANA khususnya di kota Kudus. Karena penelitian mengenai hal tersebut

²⁵ Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*,” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (2019): 157–168.

²⁶ Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana, “Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money,” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13, no. 2 (2016): 131–145.

²⁷ Wendy Suhendry, “Minat Penggunaan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology*,” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 6, no. 1 (2020): 1–12.

²⁸ Aries Andrianto, “Faktor yang Memengaruhi Behavior Intention untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Model UTAUT2,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25, no. 2 (2020): 111–122.

²⁹ Sulisty Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati, “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta),” *Balance* 14, no. 2 (2017): 29–41.

³⁰ Moh Faqih Afghani dan Emma Yulianti, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi *E-Banking* Di Bank BRI Surabaya,” *Journal of Business & Banking* 6, no. 1 (2017): 113–128.

belum banyak dilakukan, maka perlu untuk diteliti agar dapat mengetahui hasilnya. Peneliti memutuskan untuk memilih *e-wallet* DANA dikarenakan walau tergolong masih baru, namun DANA telah berhasil menempati peringkat ketiga dalam kategori paling banyak didownload serta pengguna aktif bulanan terbanyak, padahal masih banyak *e-wallet* lainnya yang telah memulai debut terlebih dulu dibandingkan DANA. Selanjutnya alasan peneliti memilih lokasi penelitian di kota Kudus adalah karena penggunaan *e-wallet* untuk kegiatan bertransaksi disana terbilang masih belum cukup optimal dibandingkan dengan beberapa kota besar lainnya.

Penelitian ini menggunakan variabel persepsi manfaat dari model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang telah terbukti secara teoritis dapat membantu untuk memprediksi serta menjelaskan penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Selain persepsi manfaat, peneliti juga akan menambahkan beberapa variabel lain yang bisa mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*, variabel tersebut yaitu pengetahuan produk, pengaruh sosial dan keamanan.

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat menggunakan *e-wallet*, dengan judul penelitian **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA (Studi pada Pengguna E-Wallet DANA di Kota Kudus)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka beberapa masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.
3. Untuk menguji pengaruh *social influence* (pengaruh sosial) terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.
4. Untuk menguji pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian di atas, diharapkan hasil dari penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak yang berkepentingan, baik itu secara teoritis ataupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara teoritis, diharapkan agar penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan memberikan kontribusi berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan minat seseorang untuk menggunakan dompet digital atau *e-wallet* DANA, khususnya di kota Kudus.
 - b. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan landasan teoritis bagi peneliti baru agar dapat membantu dalam meneliti dan memecahkan masalah yang serupa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Diharapkan penelitian ini bisa menambah literatur dan referensi yang bisa digunakan sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang permasalahan yang serupa.
 - b. Bagi perusahaan yang mengelola *e-wallet* DANA serta pihak yang berkepentingan, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA khususnya di kota Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Tujuan dari sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini ialah untuk memperoleh gambaran dan garis besar dari masing-masing bagian yang saling terhubung, agar dapat dihasilkan

penelitian yang sistematis serta alamiah. Sistematika ini dipakai sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian agar dapat mempermudah bagi para pembaca. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan disusun oleh penulis:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian Isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab yang saling terkait, antar lain:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori *technology acceptance model*, *financial technology*, pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, keamanan, minat menggunakan, *e-wallet*, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi variabel operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, uji usumsi klasik, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi daftar pustaka, daftar riwayat hidup penulis, dan lampiran-lampiran.

