

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Gambaran Umum *E-Wallet* DANA

DANA merupakan sebuah aplikasi dompet digital yang dihadirkan sebagai alternatif pembayaran non tunai yang telah dirilis pada tanggal 22 maret 2018.¹ Aplikasi dompet digital DANA dikelola oleh PT Espay Debit Indonesia Koe dan disokong oleh pemodal yang cukup kuat, salah satunya adalah PT Elang Mahkota Teknologi (Emtek Group) yang dipegang oleh Eddy Kusnadi Sariatmaja. DANA juga mendapat dukungan dari perusahaan China yang menjadi operator aplikasi *digital payment* Alipay, yaitu *Ant Financial* kepunyaan Jack Ma. Dengan dukungan dari Emtek Group dan *Ant Financial*, DANA memiliki peluang untuk dapat menyaingi posisi Gopay dan OVO.² Walaupun terbilang masih cukup baru, namun hingga tahun 2020 dompet digital DANA telah mencatat kenaikan pengguna menjadi lebih dari 45 juta orang.³

b. Visi dan Misi *E-Wallet* DANA

Visi: “Menjadikan setiap pelaku kegiatan ekonomi di negeri ini makin produktif dan berdaya saing tinggi sehingga ekonomi mereka berkembang secara signifikan.”

Misi: “Sebagai infrastruktur transaksi pembayaran non tunai dan non kartu yang selalu mampu memberikan kemudahan dan kecepatan, serta cerdas, fleksibel dan terjamin keamanannya.”⁴

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

² 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>.

³ Walfajri, “Pengguna Dompet Digital DANA Naik Jadi 45 Juta Orang Hingga 2020.”

⁴ “Dompet Digital DANA Dorong Ekonomi Masyarakat Lebih Produktif,” Sentralberita, diakses 28 Februari 2021, <https://sentralberita.com/2019/03/dompet-digital-dana-dorong-ekonomi-masyarakat-lebih-produktif/>.

2. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Persentase Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Besumber dari keterangan pada tabel tersebut diketahui jenis kelamin dari setiap responden yang menggunakan *e-wallet* DANA di kota Kudus, keseluruhan responden laki-laki sebesar 45 orang (45%). Sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 55 orang (55%).

b. Usia Responden

Tabel 4.2

Persentase Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<20 Tahun	8	8%
2	20-25 Tahun	67	67%
3	26-35 Tahun	21	21%
4	>35 Tahun	4	4%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Besumber dari keterangan pada tabel tersebut, dapat diketahui mengenai usia responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus. Dari data tersebut, peneliti mengelompokkan usia responden menjadi empat kategori, yang membuktikan jika responden yang berusia <20 tahun sebanyak 8 orang (8%), diikuti responden yang memiliki usia berkisar antara 20-25 tahun sebanyak 67 orang (67%). Berikutnya responden yang memiliki usia berkisar 26-35 tahun sebanyak 21 orang (21%), serta responden yang berusia >35 tahun sebanyak 4 orang (4%).

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Persentase Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	62	62%
2	PNS	6	6%
3	Pegawai Swasta	20	20%
4	Wiraswasta	8	8%
5	IRT	4	4%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Bersumber dari keterangan pada tabel tersebut, bisa diketahui tentang pekerjaan responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus. Dari data tersebut dapat diketahui jika responden yang memiliki pekerjaan atau yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 62 orang (62%), berikutnya yang memiliki pekerjaan atau yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 6 orang (6%), yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 20 orang (20%), selanjutnya wiraswasta sebanyak 8 orang (8%), dan diikuti oleh responden IRT sebanyak 4 orang (4%).

d. Penghasilan Responden

Tabel 4.4
Persentase Penghasilan Responden

No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
1	<1.500.000	62	62%
2	1.500.000-2.500.000	26	26%
3	>2.500.000	12	12%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Bersumber dari keterangan pada tabel tersebut, bisa diketahui tentang kisaran penghasilan responden yang menggunakan *e-wallet* DANA di kota Kudus. Dari data tersebut bisa diketahui bahwa responden yang berpenghasilan <1.500.000 sebanyak 62 orang (62%), diikuti oleh responden yang berpenghasilan antra 1.500.000-2.500.000 sebanyak 26 orang (26%), kemudian responden yang berpenghasilan >2.500.000 sebanyak 12 orang (12%).

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus adalah yang berpenghasilan <1.500.000.

3. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan informasi hasil jawaban dari responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Pengetahuan Produk (X1)

Tabel 4.5

Frekuensi Variabel Pengetahuan Produk (X1)

Jawaban Responden	Skor					Total
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
Pertanyaan 1	0	3	20	49	28	100
Pertanyaan 2	0	1	21	47	31	100
Pertanyaan 3	1	2	26	43	28	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Bersumber dari keterangan pada tabel tersebut, informasi hasil jawaban kuesioner untuk variabel pengetahuan produk (X1) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada butir pertanyaan pertama pengetahuan produk, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 3 orang, ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), setuju sebanyak 49 orang (49%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju memilih aplikasi DANA karena menawarkan beragam fitur yang menarik.
- 2) Pada butir pertanyaan kedua pengetahuan produk, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang memberikan pernyataan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), ragu-ragu sebanyak 21 orang (21%), setuju sebanyak 47 orang (47%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (31%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena manfaat yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- 3) Pada butir pertanyaan ketiga pengetahuan produk, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus

yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), ragu-ragu sebanyak 26 orang (26%), setuju sebanyak 43 orang (43%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan puas dengan aplikasi DANA karena fitur menarik dan desain aplikasi yang kekinian.

b. Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Jawaban Responden	Skor					Total
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
Pertanyaan 1	1	2	12	50	35	100
Pertanyaan 2	0	1	27	44	28	100
Pertanyaan 3	0	1	23	46	30	100
Pertanyaan 4	0	3	17	55	25	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Bersumber dari keterangan pada tabel tersebut, informasi hasil jawaban kuesioner untuk variabel persepsi manfaat (X2) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada butir pertanyaan pertama persepsi manfaat, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), ragu-ragu sebanyak 12 orang (12%), setuju sebanyak 50 orang (50%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (35%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena dapat menyelesaikan proses transaksi lebih cepat.
- 2) Pada butir pertanyaan kedua persepsi manfaat, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang, ragu-ragu sebanyak 27 orang (27%), setuju sebanyak 44 orang (44%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena dapat meningkatkan kinerja dalam melakukan transaksi.
- 3) Pada butir pertanyaan ketiga persepsi manfaat, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus

yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), ragu-ragu sebanyak 23 orang (23%), setuju sebanyak 46 orang (46%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena dapat meningkatkan efektifitas dalam bertransaksi.

- 4) Pada butir pertanyaan keempat persepsi manfaat, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), ragu-ragu sebanyak 17 orang (17%), setuju sebanyak 55 orang (55%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (25%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena sangat bermanfaat bagi pengguna.

c. Variabel Pengaruh Sosial (X3)

Tabel 4.7

Frekuensi Variabel Pengaruh Sosial (X3)

Jawaban Responden	Skor					Total
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
Pertanyaan 1	0	3	20	50	27	100
Pertanyaan 2	0	7	31	32	30	100
Pertanyaan 3	1	14	30	28	27	100
Pertanyaan 4	1	11	35	30	23	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Bersumber dari keterangan pada tabel tersebut, informasi hasil jawaban kuesioner untuk variabel pengaruh sosial (X3) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada butir pertanyaan pertama pengaruh sosial, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), setuju sebanyak 50 orang (50%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena memberikan dampak yang positif.
- 2) Pada butir pertanyaan kedua pengaruh sosial, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang

menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), ragu-ragu sebanyak 31 orang (31%), setuju sebanyak 32 orang (32%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju menggunakan aplikasi DANA karena saran dari orang-orang disekelilingnya.

- 3) Pada butir pertanyaan ketiga pengaruh sosial, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju adalah 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 14 orang (14%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (30%), setuju sebanyak 28 orang (28%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas masih ragu-ragu menggunakan aplikasi DANA walaupun mendapat dorongan dari teman.
- 4) Pada butir pertanyaan keempat pengaruh sosial, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju adalah 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), ragu-ragu sebanyak 35 orang (35%), setuju sebanyak 30 orang (30%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (23%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas masih ragu-ragu menggunakan aplikasi DANA karena mengikuti orang-orang disekelilingnya.

d. Variabel Keamanan (X4)

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Keamanan (X4)

Jawaban Responden	Skor					Total
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
Pertanyaan 1	0	4	24	44	28	100
Pertanyaan 2	0	1	24	40	35	100
Pertanyaan 3	1	2	17	48	32	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, informasi hasil jawaban kuesioner untuk variabel keamanan (X4) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada butir pertanyaan pertama keamanan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), ragu-ragu sebanyak 24 orang (24%), setuju sebanyak 44 orang (44%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan tidak khawatir informasi yang diberikan pada aplikasi DANA akan dimanipulasi oleh pihak ketiga.
 - 2) Pada butir pertanyaan kedua keamanan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), ragu-ragu sebanyak 24 orang (24%), setuju sebanyak 40 orang (40%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (35%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan yakin aplikasi DANA akan melindungi informasi yang dimiliki oleh pengguna.
 - 3) Pada butir pertanyaan ketiga keamanan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), ragu-ragu sebanyak 17 orang (17%), setuju sebanyak 48 orang (48%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (32%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan yakin bahwa saldo pada aplikasi DANA tidak akan dicuri atau dimanipulasi oleh pihak ketiga.
- e. **Variabel Minat Menggunakan (Y)**

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Minat Menggunakan (Y)

Jawaban Responden	Skor					Total
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
Pertanyaan 1	0	0	21	42	37	100
Pertanyaan 2	0	2	22	41	35	100
Pertanyaan 3	1	2	27	43	27	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, informasi hasil jawaban kuesioner untuk variabel keamanan (X4) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada butir pertanyaan pertama minat menggunakan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada (0%), ragu-ragu sebanyak 21 orang (21%), setuju sebanyak 42 orang (42%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (37%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan berniat menggunakan aplikasi DANA.
- 2) Pada butir pertanyaan pertama minat menggunakan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), ragu-ragu sebanyak 22 orang (22%), setuju sebanyak 41 orang (41%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (35%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan berpikir akan menggunakan aplikasi DANA sebagai alat pembayaran saat melakukan transaksi.
- 3) Pada butir pertanyaan ketiga minat menggunakan, responden pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus yang memberikan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), ragu-ragu sebanyak 27 orang (27%), setuju sebanyak 42 orang (42%), dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju dan berencana terus menggunakan aplikasi DANA sebagai alat pembayaran dimasa mendatang.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid jika pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan atau indikator tersebut

dinyatakan valid.⁵ Peneliti menyebar instrument penelitian dalam hal ini adalah kuesioner kepada 30 non responden. Non responden diberi pertanyaan dengan total sebanyak 17. Berdasarkan pengolahan uji validitas dengan program SPSS 26, diperoleh hasil berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Jml	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Kriteria
Pengetahuan Produk	3	X1.1	0,885	0,361	Valid
		X1.2	0,888	0,361	Valid
		X1.3	0,796	0,361	Valid
Persepsi Manfaat	4	X2.1	0,773	0,361	Valid
		X2.2	0,828	0,361	Valid
		X2.3	0,713	0,361	Valid
		X2.4	0,854	0,361	Valid
Pengaruh Sosial	4	X3.1	0,558	0,361	Valid
		X3.2	0,729	0,361	Valid
		X3.3	0,838	0,361	Valid
		X3.4	0,753	0,361	Valid
Keamanan	3	X4.1	0,880	0,361	Valid
		X4.2	0,881	0,361	Valid
		X4.3	0,802	0,361	Valid
Minat Menggunakan	3	Y.1	0,943	0,361	Valid
		Y.2	0,943	0,361	Valid
		Y.3	0,941	0,361	Valid

Sumber: Hasil SPSS yang diolah, 2021

Bersumber dari hasil olah data di atas, maka didapatkan nilai r_{hitung} selanjutnya r_{tabel} didapatkan melalui r_{tabel} statistic dengan nilai df = 28 (df = N-2, dimana N adalah jumlah responden sebanyak 30 orang). Dari keseluruhan item pertanyaan variabel pengetahuan produk (X1), persepsi manfaat (X2), pengaruh sosial (X3), keamanan (X4) dan minat menggunakan (Y) dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (r_{hitung} > 0,361) dengan taraf signifikansi 5% sehingga syarat validitas item terpenuhi.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*,

Suatu kuesioner dapat disebut reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrument dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>0,70$.⁶ Hasil uji reliabilitas memakai program SPSS 26, diperoleh hasil berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Pengetahuan Produk	0,817	0,70	Reliabel
Persepsi Manfaat	0,798	0,70	Reliabel
Pengaruh sosial	0,701	0,70	Reliabel
Keamanan	0,801	0,70	Reliabel
Minat Menggunakan	0,936	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel diatas, ditemukan masing masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70 sehingga seluruh instrumen variabel adalah reliabel. Reliabel artinya instrumen penelitian yang digunakan bisa memperoleh hasil yang konsisten meskipun dilaksanakan penelitian berulang kali, dengan demikian syarat reliabilitas instrumen memenuhi kriteria.

Dari hasil pengujian *Cronbach Alpha* menggunakan program SPSS 26, kelima angket tersebut memiliki nilai $>0,70$, yaitu uji reliabilitas pengetahuan produk (X1) mempunyai nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,817 > 0,70$. Uji reliabilitas instrument persepsi manfaat (X2) mempunyai nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,798 > 0,70$. Uji reliabilitas instrumen pengaruh sosial (X3) mempunyai nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,701 > 0,70$. Uji reliabilitas instrumen keamanan (X4) mempunyai nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,801 > 0,70$ dan uji

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 47-48.

reliabilitas instrumen minat menggunakan (Y) mempunyai nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,936 > 0,70$.

b. Uji Asumsi Klasik

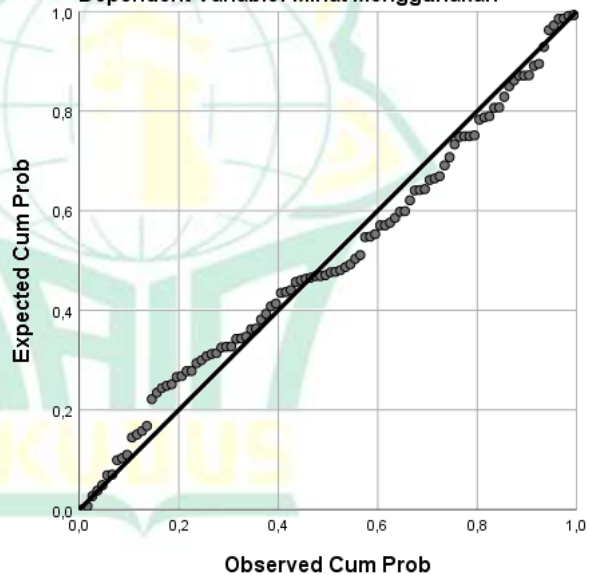
1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal.⁷ Bersumber dari hasil *ouput* program SPSS 26 maka didapatkan hasil berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Menggunakan



Sumber: Hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan grafik normal P-Plot tersebut, bisa diketahui jika titik-titik tersebut menyebar disekeliling garis diagonal dan mengikuti garis lurus yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal. Penulis juga melakukan uji Kolmogorov-

⁷ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 16.

smirnov untuk mendukung hasil uji tersebut. Berikut merupakan hasil uji Kolmogorov-smirnov:

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,06151096
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,059
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,116 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-smirnov, nilai signifikansinya adalah 0,116 yang berarti $>0,05$, maka bisa diambil kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel prediktor (independen).⁸ Nilai *cut off* yang biasa dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas ialah nilai tolerance $<0,10$. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat persoalan multikolinieritas diantara variabel independen. Namun saat nilai VIF <10 maka tidak terdapat permasalahan multikolinieritas diantara variabel independen.⁹

⁸ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, 17.

⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 105-106.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,489	,769		,637	,526		
	Pengetahuan Produk	,231	,092	,233	2,512	,014	,335	2,983
	Persepsi Manfaat	,154	,074	,187	2,073	,041	,355	2,814
	Pengaruh Sosial	,106	,048	,157	2,196	,031	,567	1,764
	Keamanan	,396	,081	,405	4,898	,000	,423	2,365

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

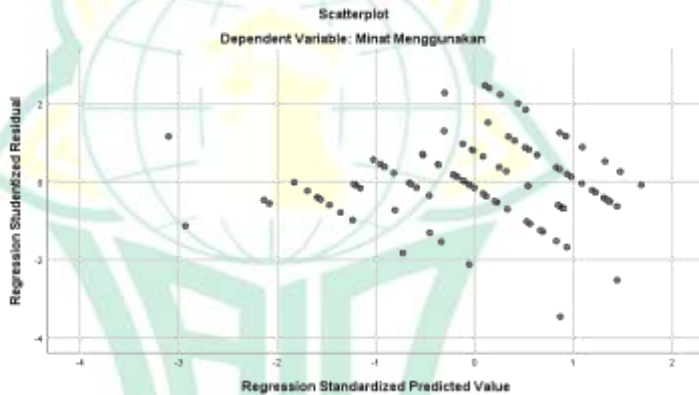
Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

berdasarkan hasil pengujian diatas, diketahui nilai tolerance variabel pengetahuan produk sebesar 0,335, persepsi manfaat sebesar 0,355, pengaruh sosial sebesar 0,567, dan keamanan sebesar 0,423. Nilai tolerance dari keempat variabel tersebut semuanya >0,10. Kemudian nilai VIF variabel pengetahuan produk sebesar 2,983, persepsi manfaat sebesar 2,814, pengaruh sosial sebesar 1,764, dan keamanan sebesar 2,365. Nilai VIF dari keempat variabel tersebut semuanya <10. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada suatu model regresi terjadi perbedaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁰ Jika variabel independen signifikan secara statistik berpengaruh terhadap variabel dependen (p value berada dibawah 0,05) maka mengindikasikan bahwa terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai p value (sig) berada diatas 5% (0,05) maka model regresi tidak mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas.¹¹ Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan:

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji diatas, diketahui bahwa titik-titik menyebar di bawah maupun diatas angka nol pada sumbu Y, serta tidak memiliki pola yang beraturan baik itu menyempit, melebar, ataupun bergelombang. Hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas. Penulis juga melakukan uji heteroskedastisitas dengan cara lain, yaitu menggunakan uji glejser untuk mendukung hasil tersebut,. Berikut adalah hasil dari uji glejser:

¹⁰ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, 16.

¹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 141-143.

Tabel 4.14
Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,025	,505		-,049	,961
	Pengetahuan Produk	,028	,061	,080	,464	,643
	Persepsi Manfaat	,053	,049	,183	1,086	,280
	Pengaruh Sosial	-,027	,032	-,112	-,838	,404
	Keamanan	,001	,053	,002	,013	,990

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

berdasarkan hasil uji glejser, diketahui nilai signifikansi pada variabel pengetahuan produk adalah sebesar 0,663, untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,280, variabel pengaruh sosial sebesar 0,404, dan untuk variabel keamanan sebesar 0,990. Semua variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi >0,05, maka bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau dalam kata lain residual dari observasi satu kepada observasi lain memiliki varians yang sama (homoskedastisitas).

c. Uji Hipotesis

1) Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda berfungsi untuk menguji pengaruh dari dua variabel bebas (independen) atau lebih terhadap satu variabel terikat (dependen). Model regresi linier berganda memberikan asumsi bahwa terdapat hubungan satu garis lurus (linier) antara variabel dependen dengan masing-masing

prediktornya.¹² Berdasarkan pengolahan data menggunakan program SPSS 26 maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,489	,769		,637	,526
	Pengetahuan Produk	,231	,092	,233	2,512	,014
	Persepsi Manfaat	,154	,074	,187	2,073	,041
	Pengaruh Sosial	,106	,048	,157	2,196	,031
	Keamanan	,396	,081	,405	4,898	,000
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,489 + 0,231X_1 + 0,154X_2 + 0,106X_3 + 0,369X_4$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan:

- a) Nilai konstanta 0,489 artinya jika variabel pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan adalah nol, maka nilai variabel minat menggunakan adalah 0,489.
- b) Variabel pengetahuan produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,231, bisa dipahami apabila nilai variabel pengetahuan produk terjadi peningkatan

¹² Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS, Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), 13.

sebesar 1%, maka minat menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,231.

- c) Variabel persepsi manfaat mempunyai nilai koefisien sebesar 0,154, bisa dipahami apabila nilai variabel persepsi manfaat terjadi peningkatan sebesar 1%, maka minat menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,154.
 - d) Variabel pengaruh sosial mempunyai nilai koefisien sebesar 0,106, bisa dipahami apabila nilai variabel pengaruh sosial terjadi peningkatan sebesar 1%, maka minat menggunakan akan mengalami kenaikan sebesar 0,106.
 - e) Variabel pengaruh sosial mempunyai nilai koefisien sebesar 0,396, bisa dipahami apabila nilai variabel pengaruh sosial terjadi peningkatan sebesar 1%, maka minat menggunakan akan mengalami kenaikan sebesar 0,396.
- 2) **Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹³ Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,852 ^a	,726	,714	1,084
a. Predictors: (Constant), Keamanan, Pengaruh Sosial, Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk				
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan				

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,852, hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara vvariabel bebas dan variabel terikat karena nilai R mendekati 1. Nilai R² (koefisien determinasi) sebesar 0,726 artinya 72,6% minat menggunakan *e-wallet*

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 97-98.

DANA di kota Kudus dipengaruhi oleh pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan kemanan, sedangkan sisanya 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Selanjutnya nilai *Adjusted R²* sebesar 0,714 menunjukkan bahwa penelitian ini menggambarkan sudah mendekati semua populasi.

3) Hasil Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan (uji f) berfungsi untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama, yang berarti seberapa besar pengaruh dari semua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.¹⁴ Berikut adalah tabel hasil dari uji f yang telah dilakukan:

Tabel 4.17
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	295,206	4	73,802	62,850	,000 ^b
	Residual	111,554	95	1,174		
	Total	406,760	99			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						
b. Predictors: (Constant), Keamanan, Pengaruh Sosial, Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk						

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

Dari hasil uji f yang sudah dilakukan, didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 62,850 dengan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan nilai f_{tabel} sebesar 2,47 yang didapat dari $df_1 = 4$ (jumlah variabel-1) dan $df_2 = 95$ ($df_2 = n-k-1$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen).

Dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($62,850 > 2,47$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa pengetahuan

¹⁴ Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 142-143.

produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

4) Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁵ Dalam penelitian ini menggunakan t_{tabel} dengan nilai 1,985 yang diperoleh dari tabel t-test dengan $\alpha = 0,025$ ($0,05/2$) dan $df = 95$ ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil dari uji t bisa dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.18
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,489	,769		,637	,526
	Pengetahuan Produk	,231	,092	,233	2,512	,014
	Persepsi Manfaat	,154	,074	,187	2,073	,041
	Pengaruh Sosial	,106	,048	,157	2,196	,031
	Keamanan	,396	,081	,405	4,898	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2021

Penjabaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

¹⁵ Riyanto dan Hatmawan, 141-142.

1) Variabel Pengetahuan Produk

Dari hasil uji t diatas, diperoleh nilai t_{hitung} 2,512 dengan nilai signifikansi 0,014. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,512 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,014 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

2) Variabel Persepsi Manfaat

Dari hasil uji t diatas, diperoleh nilai t_{hitung} 2,073 dengan nilai signifikansi 0,041. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,073 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,041 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

3) Variabel Pengaruh Sosial

Dari hasil uji t diatas, diperoleh nilai t_{hitung} 2,196 dengan nilai signifikansi 0,031. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,196 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,031 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

4) Variabel Keamanan

Dari hasil uji t diatas, diperoleh nilai t_{hitung} 4,898 dengan nilai signifikansi 0,000. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,898 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* DANA

Bersumber dari hasil output SPSS 26, didapatkan hasil persamaan regresi dengan nilai konstanta sebesar 0,489, artinya bahwa meskipun pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan bernilai nol, minat menggunakan masih bernilai 0,489. Keempat variabel

pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan secara simultan memiliki nilai f_{hitung} sebesar 62,850 > f_{tabel} 2,47 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan variabel pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil ini sesuai dengan teori minat (*interest*) yang dijelaskan sebagai kecenderungan dan gairah yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat adalah terminology dari aspek kepribadian yang menggambarkan adanya kemauan dan dorongan yang muncul pada diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Minat merupakan sesuatu yang muncul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian memunculkan ketertarikan untuk mencoba produk tersebut¹⁶

Berdasarkan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *e-wallet* DANA merupakan kecenderungan atau keinginan yang besar sehingga menimbulkan ketertarikan untuk menggunakan *e-wallet* DANA. Minat untuk menggunakan *e-wallet* DANA dapat muncul pada diri seseorang jika ia melihat produk tersebut atau produk lain yang serupa, kemudian menimbulkan ketertarikan untuk mencobanya. Suatu teknologi dapat dikatakan berhasil jika pengguna teknologi tersebut semakin banyak dan konsumennya terus menggunakan teknologi itu. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa minat merupakan suatu hal yang penting dan sangat berpengaruh terhadap niat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ady Achadi dan Hari Winarto¹⁷, Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana¹⁸, Wendy Suhendry¹⁹, dan

¹⁶ Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana, "Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money," *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13, no. 2 (2016): 135.

¹⁷ 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.

¹⁸ 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.

Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati²⁰ yang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

2. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* DANA

Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,231 dan t_{hitung} 2,512 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 serta mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,014 ($<0,05$). Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa H_1 diterima yang artinya pengetahuan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil tersebut sejalan dengan teori pengetahuan produk yang dijelaskan sebagai kumpulan dari berbagai macam informasi terkait suatu produk, yang meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk serta kepercayaan mengenai produk.²¹ Dalam mengambil sebuah keputusan, pengetahuan seseorang terhadap suatu objek juga memberikan peranan yang sangat penting. Jika seseorang memiliki lebih banyak pengetahuan tentang suatu objek maka biasanya orang tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan.²²

Konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakan suatu produk, jika ia memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk tersebut. Dengan adanya pengetahuan tentang objek tertentu, maka biasanya konsumen tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan. Konsumen yang mempunyai pengetahuan produk tinggi akan memiliki daya ingat

¹⁹ 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.

²⁰ Utami dan Kusumawati, "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)."

²¹ Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 53.

²² 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.

pengenalan, analisis, serta kemampuan logis yang lebih baik dibandingkan konsumen dengan pengetahuan produk rendah. Artinya pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen akan memberikan peranan dalam mempengaruhi minat konsumen tersebut untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

Terdapat beberapa penjelasan dalam al-Qur'an yang berkaitan dengan pengetahuan produk, yaitu pada al-Qur'an Surat Al-Hujarat ayat 6. Ayat tersebut dengan jelas memberikan larangan yang keras agar tidak lekas percaya pada berita yang dibawa oleh seorang yang fasik, yakni orang yang memburukkan seseorang atau suatu kaum. Berita ini jangan langsung di percaya atau di tolak, namun diselidiki terlebih dahulu benar atau tidaknya. Jangan sampai karna terburu-buru percaya hingga membuat keputusan yang buruk atas suatu hal. Dalam hal pengetahuan produk, sebaiknya memeriksa informasi mengenai suatu produk. Dengan adanya informasi atau pengetahuan akan suatu produk maka konsumen akan lebih bijak dalam menentukan pilihannya akan produk tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ady Achadi dan Hari Winarto yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay.²³

3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA

Dalam penelitian ini, variabel persepsi manfaat memiliki koefisien regresi sebesar 0,154 dan t_{hitung} 2,073 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 serta mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,041 ($<0,05$). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_2 diterima yang artinya persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil tersebut sesuai dengan teori persepsi manfaat yang dijelaskan sebagai suatu kepercayaan bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan terhadap penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang menganggap bahwa dengan menggunakan sistem

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.

atau teknologi akan memberikan manfaat maka dia akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya.²⁴

Sebelum memutuskan membeli atau menggunakan suatu produk, biasanya konsumen akan memikirkan dan menimbang terlebih dahulu mengenai manfaat yang akan didapatkan jika menggunakan produk tersebut. Jika dirasa dengan menggunakan produk tersebut akan membawa manfaat bagi dirinya, maka ia akan menggunakannya, dan jika manfaat yang didapatkan oleh konsumen dari penggunaan produk tersebut semakin besar, maka minat untuk menggunakan produk itu juga akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya. Artinya, jika konsumen merasa bahwa dengan menggunakan *e-wallet* DANA akan membawa manfaat bagi dirinya maka ia akan menggunakannya, dan jika manfaat yang didapatkan dari penggunaan *e-wallet* DANA semakin tinggi, maka hal tersebut akan menyebabkan minat menggunakan produk tersebut juga semakin besar.

Persepsi bisa dikatakan sebagai fungsi psikis penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhilafahan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Dalam al-Qur'an Surat Al-Mukminun ayat 12-24 dijelaskan mengenai proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan. Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar.

²⁴ Prinka Kurniasari dan Swast Priambada, "Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya," *Jurnal Administrasi Bisnis* 58, no. 2 (2018): 129–36.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.²⁵

4. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA

Dalam penelitian ini, variabel pengaruh sosial memiliki koefisien regresi sebesar 0,106 dan t_{hitung} 2,196 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 serta mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,031 ($<0,05$). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_3 diterima yang artinya *social influence* (pengaruh sosial) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil ini sesuai dengan teori pengaruh sosial yang dijelaskan sebagai usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk merubah sikap, kepercayaan, persepsi ataupun tingkah laku orang lain.²⁶ Pengaruh sosial terkait pada bagaimana keputusan perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang lain. Pengaruh sosial berhubungan dengan tekanan eksternal dari orang yang dianggap penting oleh seseorang seperti keluarga, kerabat, teman dan supervisor di tempat kerja.²⁷

Pengaruh sosial bisa dipahami sebagai keputusan seseorang yang dipengaruhi oleh orang lain yang dianggap penting atau dipercaya, seperti keluarga, kolega, teman dekat, kerabat dan lain-lain. Maka dari itu, jika konsumen diajak atau dipengaruhi oleh orang lain yang dianggap dekat untuk menggunakan *e-wallet* DANA, maka konsumen tersebut akan lebih percaya dan kemungkinan untuk menggunakan produk itu akan semakin meningkat. Selain itu, jika kebanyakan orang disekitar konsumen seperti keluarga dan teman menggunakan *e-wallet* DANA, maka besar kemungkinan bagi konsumen tersebut untuk menggunakannya, karena pengaruh sosial juga

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 Muhammad Ghazali Bagus Ani Putra, Ike Herdiana, dan Ilham Nur Alvian, *Pengantar Psikologi Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2012), 233.

²⁷ 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.

dapat muncul disaat konsumen mengamati perilaku yang dilakukan oleh orang lain disekitarnya.

Pengaruh sosial sangat erat kaitannya dengan interaksi sosial. Adanya Interaksi, terjadi sebuah pertukaran informasi antarpribadi, peristiwa saling mempengaruhi satu sama lain, serta terciptanya suatu tindakan. Dalam al-Quran Surat Al-Hujurat ayat 13 dijelaskan bahwa interaksi yang dilakukan oleh masing-masing individu dengan kelompok atau sebaliknya, disamping menunjukkan proses saling mempengaruhi juga merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi, karena pada dasarnya manusia tidak bisa hidup sendirian tanpa kehadiran orang lain.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wendy Suhendry yang menunjukkan hasil bahwa *social influence* (pengaruh sosial) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan OVO.²⁸

5. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA

Dalam penelitian ini, variabel keamanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,396 dan t_{hitung} 4,898 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 serta mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_4 diterima yang artinya keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* DANA.

Hasil ini sesuai dengan teori kewanaman yang dijelaskan sebagai sebuah pegangan untuk mempercayai bahwa data pribadi milik konsumen tidak akan terlihat, disimpan, atau dimanipulasi oleh pengguna lain (yang tidak berhak) saat melakukan transaksi via online.²⁹ Jika tingkat keamanan pada sistem informasi semakin tinggi maka tingkat risiko dalam penggunaan semakin rendah, sehingga menyebabkan konsumen

²⁸ 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.

²⁹ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, dan Sienny Thio, "Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no. 1 (2020): 19-29.

atau pengguna lebih bersedia untuk menggunakan teknologi tersebut.³⁰

Dalam melakukan suatu kegiatan, terutama dalam transaksi keuangan, tentunya seorang konsumen akan memprioritaskan keamanan dalam bertransaksi, yang menyangkut keamanan data pribadi ataupun perlindungan saat melakukan transaksi berbasis digital. Untuk itu, suatu perusahaan harus mengutamakan keamanan sistem informasi pada aplikasinya, karena untuk mendapatkan rasa kepercayaan dan minat dari konsumen keamanan sistem harus menjadi hal yang utama. Jika keamanan *e-wallet* DANA semakin tinggi, maka risiko yang didapatkan dalam penggunaannya akan menjadi semakin rendah. Hal tersebut akan membawa dampak yang dapat menyebabkan para konsumen menjadi bersedia dan menaruh minat untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

Islam adalah agama yang banyak berbicara tentang masalah keamanan. Sebagai contoh, dalam QS. Al-Kahfi ayat 90-98 dijelaskan kisah Nabi Zulkarnaen AS yang diminta untuk membangun sebuah dinding tinggi dan tebal yang tidak dapat ditembus oleh Ya'juj dan Ma'juj untuk melindungi kaumnya dari kejahatan mereka. Dinding tersebut terbuat dari bahan tembaga dan besi panas. Fungsi dari dinding itu adalah untuk memenuhi kebutuhan kaum yang membutuhkan keamanan tersebut. Konsep dinding tembaga dan besi panas tersebut kemudian diadopsi dalam dunia teknologi yang populer dengan sebutan dinding api (*firewall*). Fungsi *firewall* ini tidak lain adalah untuk menghalau pengaksesan dari pihak-pihak yang tidak dikehendaki terhadap data atau komputer yang dimiliki oleh seseorang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulistyoto Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.³¹

³⁰ 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.

³¹ Utami dan Kusumawati, "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)."