

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Espay Debit Indonesia Koe atau yang lebih dikenal dengan dompet digital DANA merupakan *platform* pembayaran digital yang membawa *open platform* yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai online dan konvensional dimanapun. DANA berdiri pada tanggal 5 Desember 2018 didirikan oleh Vincent Iswara yang merupakan CEO DANA.



Gambar 1.1 Logo DANA

Sumber: DANA.id, 2019

Vincent Iswara memulai mendirikan DANA melihat peluang untuk membuka industri *Financial Technolog (fintech)* di Indonesia sebab di Indonesia ekosistem digitalnya tidak kalah dengan belahan negara maju lainnya dan infrastruktur digital di Indonesia dari waktu ke waktu yang sudah mulai membaik. Vincent Iswara sudah memiliki basic kerja di industri *financial*. Awal mula didirikan DANA, Vincent Iswara mencari investor yang tertarik pada pasar di Indonesia. PT Elang Sejahtera Mandiri menjadi investor utama yang kepemilannya mencapai 99% yang memiliki kerjasama dengan Ant Financial, pemilik Alipay, kerjasama yang dilakukan dengan Ant Financial mendapatkan dukungan teknologi Alipay yang sudah diakui keamanan dan keandalannya di dunia transaksi digital.

DANA menawarkan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk bertransaksi sehari-hari seperti membeli pulsa, membayar tagihan listrik, PAM, hingga cicilan. DANA terhubung dengan sejumlah layanan *online* seperti Mobile Legends, Lazada, Uni Pin, UC Browser, Parkee, U point, Google Play, Bluebird, CODA SHOP, itemku, Vidio, tiketux, LAKUMAS, Razer Gold, meeber. Layanan *offline* seperti Ramayana, KFC, HokBen, baskin robbins, The Coffee Bean& Tea Leaf, Wendy's, Bakmi GM, kopi kenangan, sour sally, Gulu Gulu, Mister Baso, Rice Bowl, Cuppa Coffee INC, Kyochon, CEWEI LAMIAN, Moka, BEAU, DQ, Domino's Pizza, Re.Juve, Quiznos, Bio Medika, Kedai Kopi KULO, MOR, Walao-EH, I-ta Suki, Kafe Betawi, FORE. Selain layanan *online* dan layanan *offline*, DANA juga memiliki *channel* seperti alfamart, alfamidi, BCA, Maybank, BNI, bank btpn, mandiri, ATM bersama, Dan+Dan. Selain itu DANA juga memiliki perbedaan akun yaitu akun biasa dan akun premium.

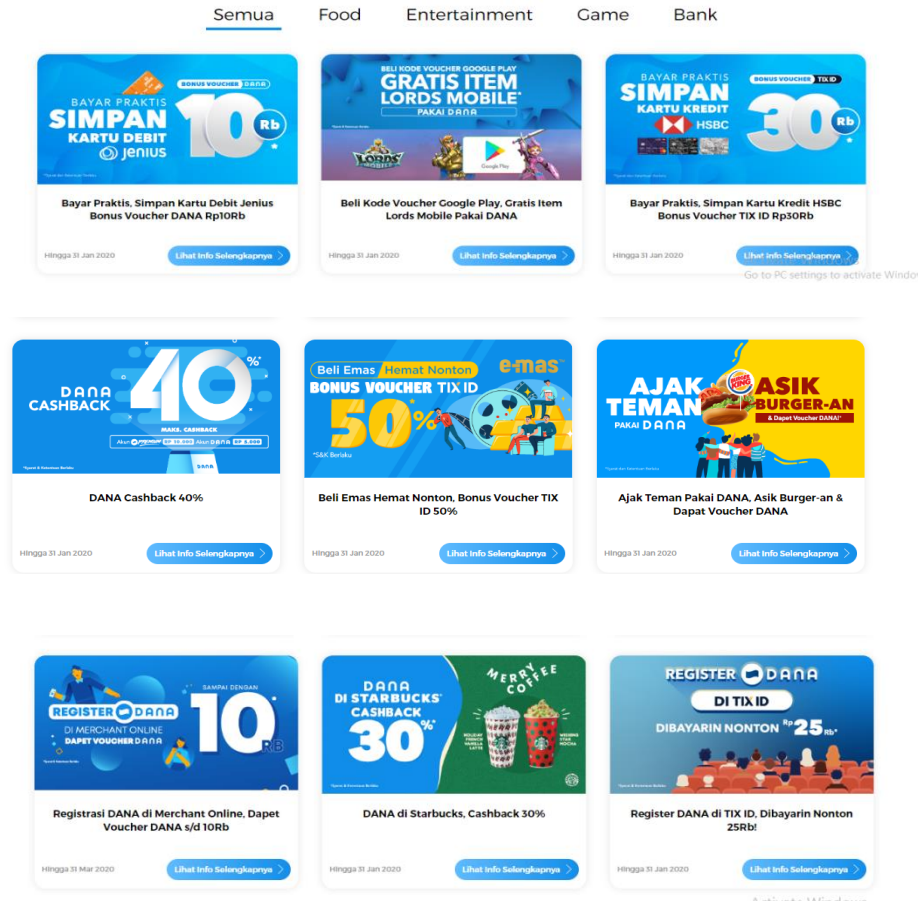
Cara mengaktifkan akun premium :

- a. Buka aplikasi DANA
- b. Tap saya
- c. Tap verifikasi akun saya
- d. Foto eKTP
- e. Selfie ditempat terang dan pastikan tempat terang
- f. Pastikan data kamu sesuai eKTP dan submit
- g. Verifikasi DANA berhasil

Cara pengiriman uang gratis antar DANA :

- a. Tap kirim
- b. Pilih cara kirim uang kenomor ponsel
- c. Masukkan nominal
- d. Pilih saldo DANA atau kirim kartu Debit untuk kirim uang
- e. Tap konfrimasi
- f. Kirim uang berhasil (DANA.id/product,2019)

DANA juga memberikan promo khusus untuk setiap pengguna akun baru DANAkun premium seperti gambar 1.2



Gambar 1.2 Promo DANA

Sumber: DANA.idpromo,2019

1.2 Latar Belakang

Semakin bertambahnya zaman semakin canggihnya teknologi membuat pelaku bisnis memiliki peluang bisnis yang tadinya *Handphone* hanya dapat digunakan untuk alat komunikasi saja, karena bertambahnya teknologi dan banyaknya inovasi menjadikan *Handphone* menjadi *Smartphone* yang berbasis internet, digunakan bukan hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga menjadikan alat transaksi seperti berbelanja keperluan, memesan makanan, membeli keperluan rumah tangga dengan mudah, praktis dan dapat digunakan secara bersamaan hanya dengan mengandalkan

dompet digital yang sudah banyak ditawarkan di pasar Indonesia. Menurut peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *Financial Technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (bi.go.id/id/,2019).

Konsep *Financial Technology (Fintech)* mengadaptasi dari perkembangan teknologi yang dipadukan pada bidang financial pada lembaga perbankan, diharapkan bisa memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih efektif, praktis, aman dan modern. *Financial Technology (Fintech)* sangat berpotensi menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah yang sedang beredar di masyarakat. Salah satu faktor yang diberikan bagi pengguna *Financial Technology (Fintech)* adalah mempermudah masyarakat untuk mengakses lembaga perbankan untuk lebih mudah, dilihat dari masalah yang di hadapi masyarakat sekarang pengetahuan tentang teknologi untuk lembaga perbankan masih relatif rendah, dapat dilihat dari masyarakat pelosok yang sangat sulit untuk mendapatkan jasa layanan perbankan karena kurangnya akses layanan perbankan untuk masuk ke tempat-tempat pelosok di Indonesia, selain itu juga dikarenakan kurang meratanya akses jasa layanan perbankan menjadi permasalahan yang terus dihadapi oleh lembaga perbankan dan jasa keuangan tersebut (Chrismanto,2017). Namun kini dengan berkembangnya teknologi di Indonesia yang asal mulanya pengguna *Financial Technology (Fintech)* hanya sekitar 7% kini hampir 80% pengguna *Financial Technology (Fintech)* dengan meningkatnya pertumbuhan penggunaan *Financial Technology (Fintech)* di Indonesia banyak masyarakat beranggapan bahwa *Financial Technology (Fintech)* akan menjadi saingan bank-bank konvensional, hal tersebut justru meningkatkan atau membantu kinerja perbankan dan institusi keuangan lainnya karena memudahkan pengguna *Financial Technology (Fintech)* untuk melakukan transaksi menjadi lebih praktis, efektif dan aman (kompasiana.com).

Perkembangan transaksi non tunai atau digital tidak lepas dari pengaruh *mobile payment*, perangkat lunak *virtual cloud* personal layanan online dan teknologi komunikasi (Dapp,2014). Transaksi digital merupakan daya tarik bagi masyarakat untuk lebih berbelanja online dari pada berbelanja offline karena lebih efektif dan aman. Keuntungan pertama yang membuat masyarakat memilih menggunakan *mobile payment*, yaitu dapat lebih berhemat karena banyak para *mobile payment* melakukan banyak promosi berupa potongan harga atau gratis ongkos kirim untuk mengenalkan jasa yang mereka tawarkan (Huwaydi, Hakim, dan Persada, 2018). Menurut data Bank Indonesia, nilai transaksi *mobile payment* menyentuh Rp47,19 triliun ditahun 2018, angka itu terus meningkat empat kali lipat dibandingkan tahun 2017 yang sebesar Rp12,37 triliun. Survey yang dilakukan oleh Morgan Stanley yang merupakan Bank investasi di Amerika mengungkap dari 1.582 responden, 20% diantaranya lebih memilih menggunakan *mobile payment* dari perusahaan *Financial Technology (Fintech)* dibandingkan milik bank atau *E-Commerce*. Dilihat dari hasil survey tersebut *Mobile Payment* di Indonesia saat ini lebih dikuasai oleh perusahaan *Financial Technology (Fintech)* seperti Go-pay, OVO, dan DANA (finansial.bisnis.com,2019). Pengguna internet di Indonesia sejak tahun 2018 sebanyak Rp95,2 juta pengguna, tumbuh sebanyak 13,3%, dari tahun 2017 sebanyak Rp84 juta pengguna, pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 12,6% menjadi Rp107,2 juta pengguna internet. Pada tahun selanjutnya diproyeksi penggunaan internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Dari banyaknya pengguna internet di Indonesia banyaknya masyarakat yang memiliki keinginan berbelanja online menggunakan *Mobile payment* seperti DANA yang digunakan masyarakat untuk berbelanja online (databoks.katadata.co.id,2019)



Gambar 1.3 *Mobile Payment* di Indonesia

Sumber: inet.detik.com, 2019

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah terdaftar 38 layanan *Mobile payment* yang mendapatkan lisensi resmi. Pada tahun 2018 transaksi *Mobile payment* di Indonesia sudah mencapai angka USD 1,5 miliar dan diprediksi akan terus meningkat hingga USD 25 miliar pada tahun 2023. Dari data Q2 2019 dari App Annie, 4 besar aplikasi DANA dengan pengguna aktif di duduki oleh Go-pay, OVO, DANA, dan LinkAja. Di laporkan oleh ASEAN *Mobile payment* 2019 oleh Nomura, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mendorong untuk majunya DANA yang ada di Indonesia untuk meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Riset Jakpat bekerjasama yang dilakukan dengan Ant Financial mendapatkan dukungan teknologi Alipay yang sudah diakui keamanan dan kehandalannya di dunia transaksi digital. (Devita V. D., 2019)

Gopay sebagai salah satu produk dari startup decacorn yang pertama di Indonesia, 30% dari total transaksi berasal dari GoPay. Februari 2019 GoPay mampu menyentuk transaksi sebanyak USD 6,3 miliar dengan total 70% yang didapat dari transaksi Go-jek menggunakan GoPay sebagai pembayaran. Gofood yang bagian dari fitur Gojek juga sebagai pembayaran utama yang menggunakan metode pembayaran GoPay. OVO menjadi peringkat kedua yang diminati oleh masyarakat Indonesia, untuk melakukan pembayaran di Grab Indonesia, selain itu juga OVO bekerjasama dengan Tokopedia dengan OVO cash. Tak hanya Grab Indonesia dan Tokopedia, OVO juga bekerjasama dengan Lion Air Group untuk

mendapatkan loyalty point. DANA sebagai pendatang baru yang memperkenalkan layanan *open platform* mampu bersaing dipasar Indonesia dan mampu mengalahkan LinkAja sebagai *mobile payment* yang lebih terdahulu beroperasi, DANA bekerjasama dengan PT Elang Sejahtera Mandiri dan Ant Financial menjadi DANA resmi yang dapat digunakan untuk transaksi Bukalapak, TIX ID, dan Lazada. LinkAja merupakan DANA gabungan dari T-Cash yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) milik Telkomsel, Mandiri e-cash milik Bank Mandiri, UnikQu milik BNI, T-Money milik PT Telekomunikasi Indonesia, dan T-Bank milik BRI.

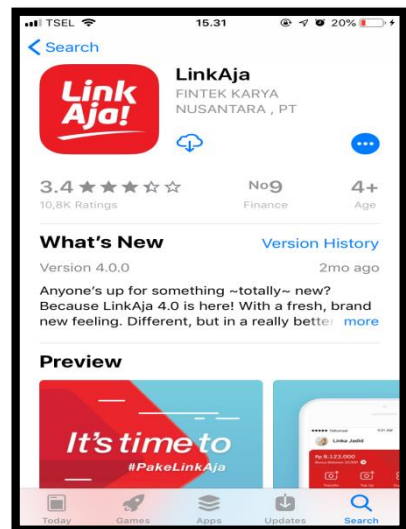
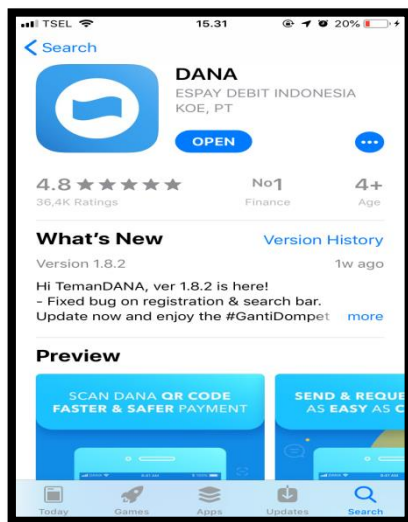
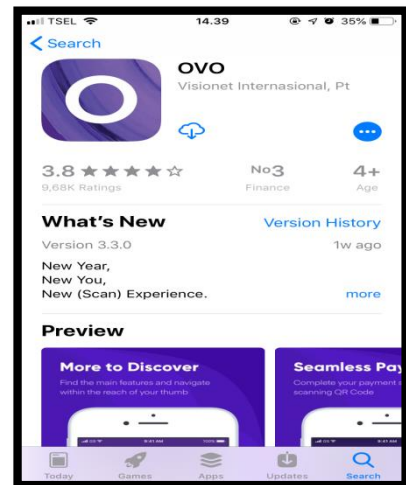
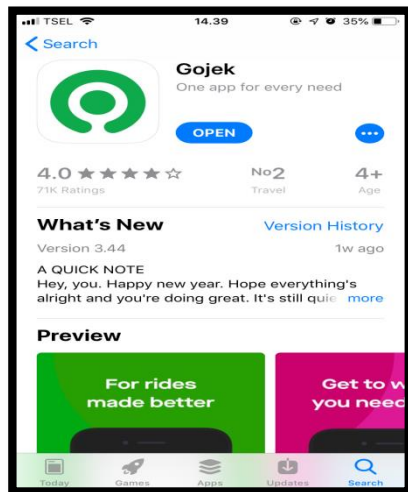
Inilah Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia



Gambar 1.4 Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia

Sumber: (Jayani, 2019)

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dilihat bahwa peringkat pertama diduduki oleh Gojek sebagai dompet digital dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia sejak tahun 2017, peringkat kedua diduduki oleh OVO yang berhasil unggul selama empat kuarta, sebelumnya OVO sempat bersaing dengan LinkAja untuk memperebutkan posisi kedua, pada kuartal kedua tahun 2019, posisi LinkAja berhasil digeser oleh DANA untuk peringkat ketiga, LinkAja harus turun ke peringkat keempat. Jenius masih bertahan di peringkat kelima walaupun pada kuartal ketiga pada tahun 2018 sempat naik ke peringkat keempat. (Rachmatunissa, 2019)

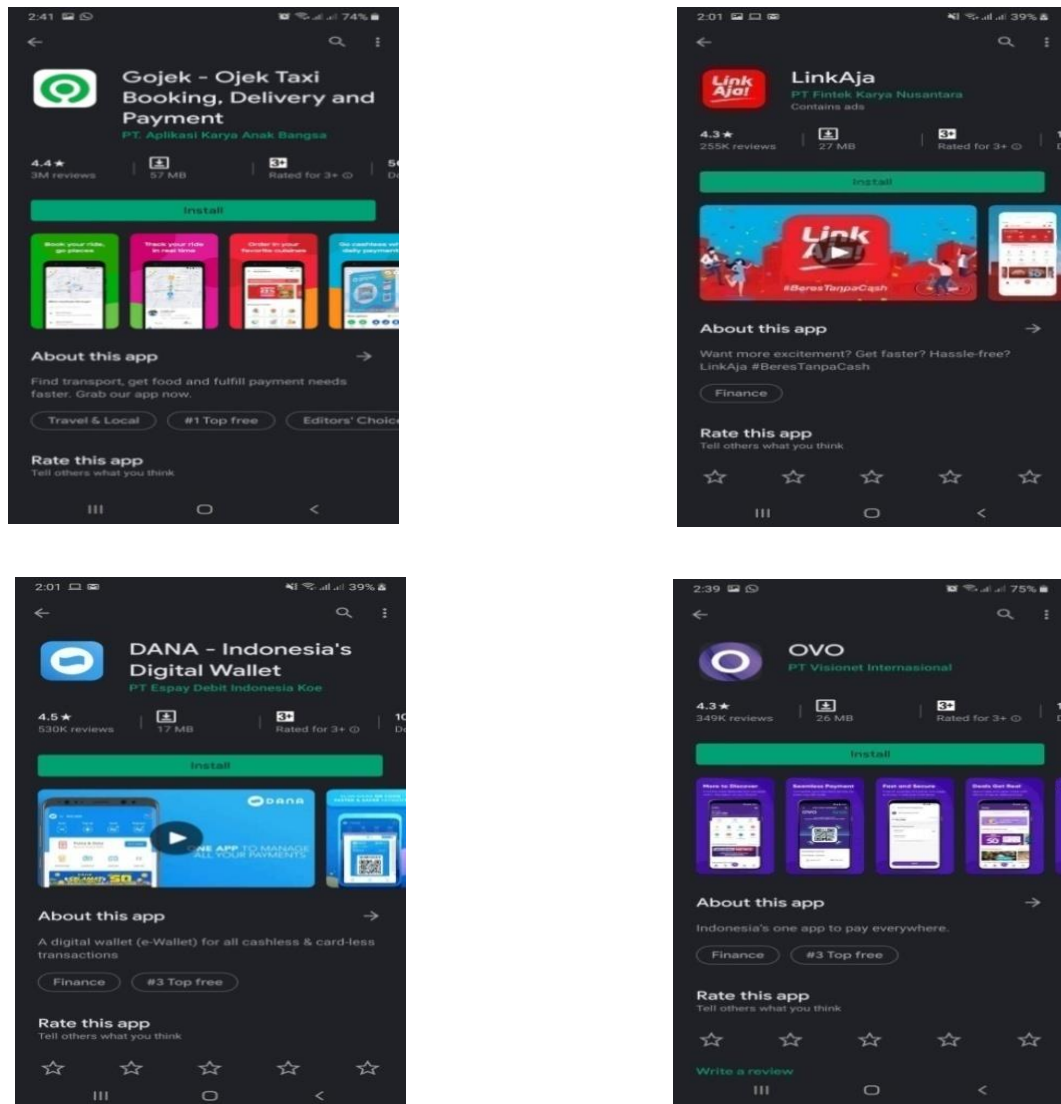


Gambar 1.5 Aplikasi Gojek, OVO, DANA, dan LinkAja di App Store

Sumber: App Store,2020

App Store adalah aplikasi untuk iOS yang dikembangkan dan dikelola oleh Apple Inc, digunakan untuk mengunduh aplikasi yang digunakan oleh pengguna *smartphone* dari Apple Inc. Dapat dilihat dari gambar 1.5 menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Gojek memiliki rating 4.0 dari 5, pengguna aplikasi OVO memiliki rating 3.8 dari 5, pengguna aplikasi DANA memiliki rating 4.8 dari 5, pengguna aplikasi LinkAja 3.4 dari 5. Rating tersebut didapatkan dari hasil

feedback dari pengguna aplikasi DANA yang mengunduh di App Store. Hasil dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna DANA tidak kalah saing dengan kompetitor DANA yang lain dengan penggunaan *Smartphone* Iphone.

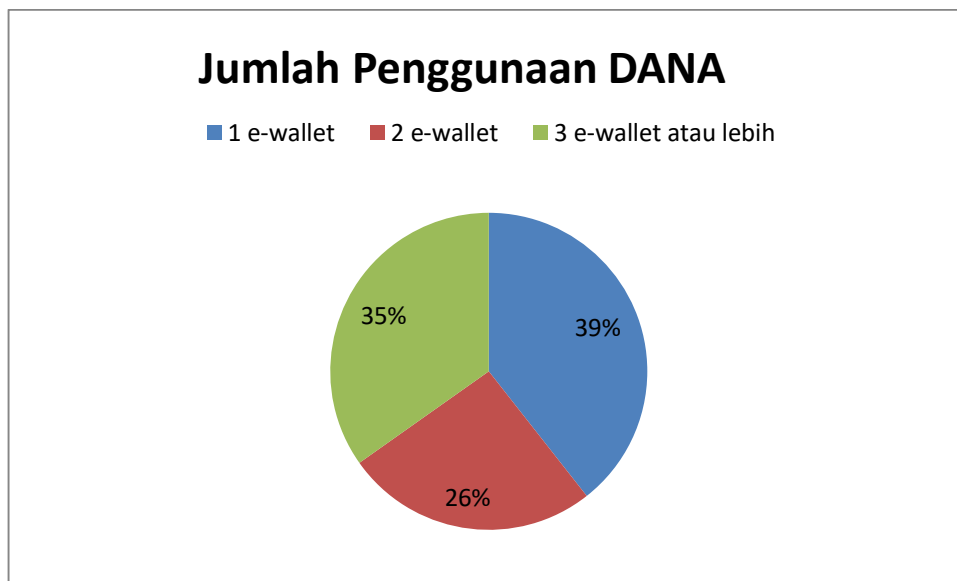


Gambar 1.6 Aplikasi Gojek, OVO, DANA, dan LinkAja di Play Store

Sumber: *Play Store*, 2020

Play Store adalah aplikasi yang dikembangkan oleh Google Play yang dimiliki Google LLC, Play Store digunakan untuk mengunduh aplikasi yang ingin digunakan oleh pengguna *Smartphone* Android. Pada gambar 1.6 menunjukkan pengguna aplikasi Gojek memiliki rating sebanyak 4.4 dari 5, pengguna aplikasi

OVO sebanyak 4.3 dari 5, pengguna aplikasi DANA 4.5 dari 5, sedangkan pengguna aplikasi LinkAja sebanyak 4.5 dari 5. Hasil rating tersebut didapatkan dari *Feedback* bagi pengguna aplikasi *DANA* tersebut yang diunduh di Playstore. Hasil dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna *Smartphone* Android yang menggunakan DANA tidak kalah saing dengan kompetitor DANA yang lain.



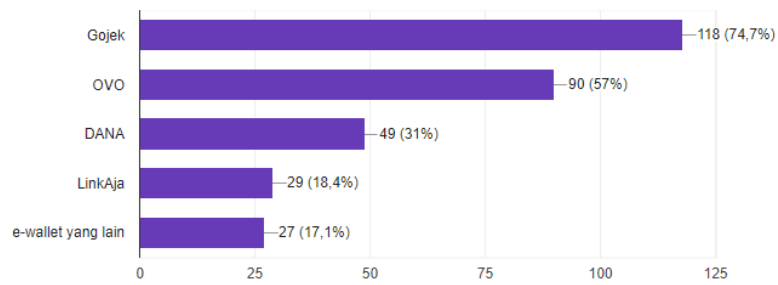
Gambar 1.7 Diagram Pengguna DANA

Sumber: Berdasarkan Hasil Pra-survei

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menggunakan 1 DANA sebanyak 39,4%, diikuti oleh responden yang menggunakan 2 DANA sebanyak 25,8%, responden yang menggunakan 3 DANA atau lebih sebanyak 34,8%. Hal ini sejalan dengan survey oleh Ipsos Marketing Submit Indonesia bahwa pengguna DANA di Indonesia paling banyak menggunakan 3 DANA sebanyak 47% . (Budiansyah, 2020)

apa e- wallet yang anda gunakan ?

158 tanggapan



Gambar 1.8 Diagram Total Variasi Pengguna DANA

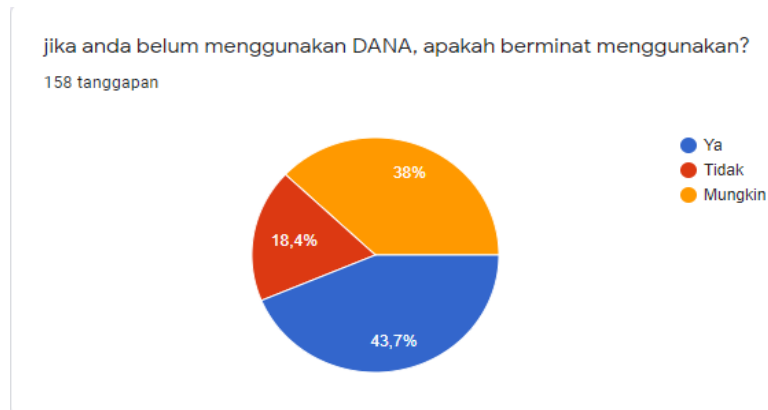
Sumber: Berdasarkan Hasil Pra-kuisisioner

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan pengguna DANA terbanyak adalah Gojek diikuti oleh OVO, DANA dan LinkAja. Hasil data tersebut didukung riset yang dilakukan oleh iPrice group yang berkolaborasi dengan App Annie yang menyatakan bahwa penggunaan DANA di Indonesia berdasarkan urutan di dominasi oleh Gojek, OVO, DANA dan LinkAja (<https://databoks.katadata.co.id>)



Gambar 1.9 Minat Menggunakan DANA

Sumber: Berdasarkan Hasil Pra-survei



Gambar 1.10 minat menggunakan DANA

Sumber: Berdasarkan Hasil Pra-survei

Berdasarkan survei terhadap 158 responden diketahui bahwa semua responden tersebut sudah menggunakan DANA seperti Gopay, Ovo, DANA dan Link Aja, hanya sebagian kecil yang menggunakan DANA lainnya. Data pada gambar 1.10 menunjukkan bahwa ada 57% responden yang ternyata berminat untuk menggunakan DANA lainnya dan 43,7% dari survei beminat menggunakan DANA.

DANA merupakan startup *Financial Technology (Fintech)* yang hadir bertujuan untuk meningkatkan ekonomi di Indonesia, melalui layanan pembayaran dan transaksi secara tunai dan nontunai, DANA dirancang oleh programmer handal asal Indonesia yang di sokong investro kelas dunia PT Elang Mahkota Teknologi atau lebih dikenal dengan EMTEK bersama dengan Ant Financial, beropersi pada tahun 2018 yang ingin berkontribusi pada Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). DANA memberikan tawaran infrastruktur *platfrom* terbuka untuk pembayaran yang semua pengguna mulai dari *Merchant* sampai pada konsumen untuk melakukan transaksi secara nontunai dan nonkartu secara mudah, aman, dan efektif. DANA dapat dimanfaatkan oleh beragam sektor mulai dari pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima. Dalam hal inovasi DANA mengadopsi teknologi kelas dunia yang dikembangkan oleh programmer milik Indonesia, karena layanan DANA menyangkut keuangan,

infrastruktur yang dilakukan DANA memiliki keamanan setingkat dengan keamanan perbankan. (Yadika, Liputan 6, 2019)

Keunggulan dari DANA adalah layanannya hasil karya anak bangsa tanpa campur tangan orang asing, layanan DANA didorong oleh dua data center agar menjamin transaksi dan berjalan tanpa gangguan, DANA sudah terintergrasi dengan sistem Kependudukan Catatan Sipil kementerian dalam negeri dan sudah mendapatkan empat lisensi dari Bank Indonesia untuk menjamin bahwa DANA sudah secure. DANA menyediakan layanan dan fasilitas transaksi menggunakan QR code dengan mesin di *Outlet* yang telah bekerja sama dengan DANA. (Clinton, 2018)

Dengan adanya fenomena-fenomena yang telah dibahas untuk melihat dari segi minat konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi DANA dengan sebuah model yang dijelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang disebut UTAUT (*Unified Theory OF Acceptance and Use Of Technology*) merupakan salah satu penerimaan teknologi yang menggunakan elemen-elemen pada delapan model penerimaan teknologi yang pernah ada, yaitu *theory of reasoned* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivation model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM dan TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT) dan *social cognitive theory* (SCT) untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai penerimaan teknologi terkini (Venkatesh et al,2003). Dengan variabel utamanya yaitu *performance expentacy*, *effort expentacy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Model metode ini sudah digunakan untuk penelitian tentang minat menggunakan suatu teknologi. Salah satunya penelitian terdahulu oleh Abrahao et al (2016). Dalam penelitiannya membahas tentang minat adopsi dari pengguna *mobile payment* menggunakan model penelitian UTAUT dengan menambahkan variabel risiko (*perceived risk*) dan biaya (*perceived cost*).

Performance expentacy adalah ukuran seberapa banyak masyarakat menyadari bahwa internet dan teknologi sangat membantu untuk melaksanakan

pekerjaan masyarakat sehari-hari (Abrahao et al,2016). DANA merupakan DANA pendatang baru yang mampu bersaing dengan kompetitornya dan menjadi pioner aplikasi DANA di Indonesia. Berdasarkan data riset iPrice DANA berhasil menjadi peringkat ketiga pada tahun 2019 menggantikan posisi LinkAja yang terlebih dahulu terjun ke pangsa pasar industri fintech. Riset ini diukur berdasarkan dari jumlah banyaknya pengguna yang mengunduh aplikasi dan pengguna aktif bulanan. Dari artikel tersebut menyatakan bahwa DANA, aplikasi pendatang baru mampu membuat pengguna internet untuk menggunakan aplikasi DANA untuk kebutuhan sehari-hari.

Effort eceptancy adalah tingkat kemudahan pada penggunaan sistem untuk masyarakat dalam menggunakan sehari-hari (Abrahao et al,2016). DANA memiliki perbedaan yang lebih ditonjolkan dari pada DANA lain yaitu sederhana, aman, dan cerdas. DANA sangat mudah dipakai oleh pengguna untuk melakukan pekerjaan sehari-hari, dikarenakan DANA dapat mengakomodasikan berbagai jenis layanan dan transaksi di gerai konvensional yang bisa memanfaatkan kode QR yang sudah tersedia pada aplikasi DANA untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi untuk menggunakan layanan atau ingin memindahkan uang ke pengguna lain hal ini membuat DANA sangat praktis dan beda dari para kompetitor yang lainnya (<https://infokomputer.grid.id/>,2020). DANA mudah digunakan sebab tujuan utama dari DANA adalah ingin membuat pengguna merasakan transaksi yang mudah dan praktis dengan membawa dompet pengguna hanya menggunakan *smartphone* dengan menggunakan aplikasi DANA.

Social influence adalah tingkat seseorang untuk mempengaruhi orang lain untuk menggunakan sistem yang menurut mereka baik untuk digunakan. (Abrahao et al, 2016). Pengaruh sosial sebagai salah satu penentu langsung seseorang untuk niat menggunakan sistem, hal ini dapat dipengaruhi oleh orang-orang terdekat seperti, keluarga, teman, bahkan *influencer* yang ada di sosial media ikut mempromosikan DANA untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hal tersebut terjadi karena pengguna DANA mendapatkan keuntungan setelah menggunakan DANA. Salah satu keuntungan dari menggunakan DANA adalah pengguna tidak perlu

membayar biaya admin jika ingin mengirimkan uang sesama pengguna DANA atau antar bank lain. (Abdillah N. , 2020)

Perceived risk adalah gambaran kerugian yang dirasakan bagi pengguna sistem (Abraham et al,2016). Dari banyaknya orang memandang teknologi juga memiliki resiko, yang utama karena pengguna menggunakan untuk melakukan transaksi menggunakan uang hal tersebut menjadikan kekhawatiran bagi pengguna, meskipun adanya risiko tersebut sebagian orang banyak yang tetap menggunakannya.(Priyono,2017). DANA memiliki tingkat keamanan tinggi selevel dengan keamanan perbankan, selain itu DANA memiliki Data Center (DC) dan Data Recovery Center (DRC), yang menjadi salah satu yang tercanggih dan mampu dalam menangani skalabilitas transaksi yang tinggi, dengan teknologi tersebut DANA mampu melakukan *risk management* yang canggih untuk melindungi pengguna DANA (liputan6.com/bisnis,2020).

Perceived cost adalah gambaran pengguna mengenai kesesuaian harga untuk menggunakan sistem untuk mempertimbangkan biaya, waktu dan usaha yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. (Abraham et al, 2016). DANA pada bulan November 2019 memberikan promo Rp 11 rupiah untuk semua pembelian makanan di *Merchant-Merchant* yang bekerjasama dengan DANA, dari tanggal 8 November sampai dengan 11 November (food.detik.com/berita-boga,2019).

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengambil peneliti mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Cost dan Perceived Risk* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna dompet digital DANA di Indonesia”. Dari hasil data yang menunjukkan bahwa.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh *performance expectancy* pada *behavioral intention* pengguna DANA?

- b. Seberapa besar pengaruh *effort expectancy* pada *behavioral intention* pengguna DANA?
- c. Seberapa besar pengaruh *social influence* pada *behavioral intention* pengguna DANA?
- d. Seberapa besar pengaruh *perceived risk* pada *behavioral intention* pengguna DANA?
- e. Seberapa besar pengaruh *perceived cost* pada *behavioral intention* pengguna DANA?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui :

- a. Seberapa besar pengaruh *Performance expectation* pada *behavioral intention* pengguna DANA.
- b. Seberapa besar pengaruh *Effort expectancy* pada *behavioral intention* pengguna DANA.
- c. Seberapa besar pengaruh *Social influence* pada *behavioral intention* pengguna DANA.
- d. Seberapa besar pengaruh *Perceived risk* pada *behavioral intention* pengguna DANA.
- e. Seberapa besar pengaruh *Perceived cost* pada *behavioral intention* pengguna DANA.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini disusun oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

1) Kegunaan Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya. Serta, penyusunan laporan tugas akhir ini

merupakan salah satu wujud untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Administrasi Bisnis 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. Kegunaan 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

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan bab demi bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori sebagai landasan dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak yang membutuhkan.