FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET

(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Pontianak)

TUGAS AKHIR

JESICHA MARGARETH MANURUNG
NIM. B1011201048

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
2025

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Alamat Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon (0561) 766840, Surel feb@untan.ac.id, Laman https://feb.untan.a.c.id/

SURAT KETERANGAN
Nomor: 5801/09.24/PlagiasiEP

Menjelaskan bahwa mahasiswa berikut:

Nama	:	Jesicha Margareth Manurung
NIM	:	b1011201048
Prodi	:	Ekonomi Pembangunan
Program	:	Reguler /~~PPAPK~~
Judul Skripsi/Tugas Akhir	:	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Setelah dilakukan pemeriksaan, naskah tugas akhir mahasiswa tersebut dinyatakan telah **MEMENUHI/~~TIDAK MEMENUHI~~** syarat ketentuan pemeriksaan plagiasi.

Demikian keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pontianak, 21 Juli 2025
Ketua TIM Pemeriksa Plagiasi
Jurusan IESP

Romi Suradi, S.E., M.E.
NIP. 198610022019031004

Coret yang tidak perlu

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Jesicha Margareth Manurung
NIM	:	B1011201048
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir	:	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Pontianak)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 21 Juli 2025



Jesicha Margareth Manurung
NIM. B1011201048

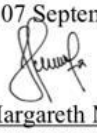
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Jesicha Margareth Manurung
NIM	: B1011201048
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir	: Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pengunaan E-Wallet (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang di kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 07 September 2025



Jesicha Margareth Manurung
B1011201048

LEMBAR YURIDIS

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET

(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Penanggung Jawab Yuridis

Jesicha Margareth Manurung
B1011201048

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA)	:	5 Agustus 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	M. Iman Taufik, S.E., M.E. NIP 198611232022031002	28/08/2025	
2.	Ketua Penguji	Yanto, S.E., M.Sc NIP 197706152003121004	27/08/2025	
3.	Anggota Penguji	Fara Dina, S.E., M.E. NIP 198607302019032010	27/08/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 26 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP. 197706152003121004

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Dengan ini, Pembimbing Tugas Akhir (TA) mahasiswa :

Nama	:	Jesicha Margareth Manurung
NIM	:	B1011201048
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir (TA)	:	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.*

	Nama/ NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
Pembimbing Tugas Akhir	M. Iman Taufik, S.E., M.E. NIP. 198611232022031002	18/7/2025	

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih, penyertaan, dan berkat-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini. Segala kemuliaan hanya bagi Tuhan yang senantiasa memberikan hikmat, kekuatan, dan kesehatan dalam setiap prosesnya. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Adapun judul Tugas Akhir ini adalah "**FAKTOR-FAKTOR YANGMEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Pontianak)**."

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari keterlibatan banyak pihak yang membantu, membimbing, mendukung, dan memberikan saran, masukan, serta doa. Dalam kesempatan ini penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Yanto, S.E, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Akademik saya yang telah banyak membimbing, membantu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat berjalan lancar dan selesai.
5. Bapak M. Iman Taufik, S.E., M.E selaku Pembimbing Skripsi saya yang telah banyak membimbing, membantu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat berjalan lancar dan selesai.
6. Bapak Yanto, S.E, M.Sc. selaku dosen penguji pertama yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Ibu Fara Dina, S.E., M.E. selaku dosen penguji kedua yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan banyak ilmunya kepada penulis terkhusus Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

9. Seluruh Staf Akademik, Perpustakaan, dan Tata Usaha serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang membantu dalam proses admnistrasi demi kelancaran tugas akhir ini.
10. Untuk kedua orang tua tercintaku, bapak dan mamak sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada bapak dan mamak yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan untuk mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun beliau tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan. Kepada bapak terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai ditahap ini, dan untuk mamak terima kasih atas segala motivasi, pesan, doa dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah anakmu untuk menjadi seseorang berpendidikan. Dan kiranya Tuhan Yesus membalas setiap kebaikan dan pengorbanan orang tua dengan berkat dan kesehatan yang melimpah.
11. Kepada saudara-saudara penulis tercinta Mikhael O Manurung dan Rianti O Manurung yang senantiasa memberikan dukungan, doa, perhatian, serta semangat dalam setiap langkah. Terima kasih atas kebersamaan, pengertian, dan kasih yang telah diberikan, sehingga penulis tidak pernah merasa sendiri dalam menyelesaikan proses ini. Kiranya Tuhan Yesus selalu memberkati setiap langkah hidup saudara-saudara dengan sukacita dan keberhasilan.
12. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar yang selalu memberikan doa, perhatian, dan dukungan dengan penuh kasih. Terima kasih atas kebersamaan, dorongan, serta motivasi yang menjadi kekuatan bagi penulis untuk tetap semangat hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Kehangatan dan kasih dari keluarga besar merupakan berkat yang sangat berarti dalam perjalanan hidup penulis. Kiranya Tuhan Yesus senantiasa memberkati setiap keluarga dengan sukacita, kesehatan, dan kasih yang melimpah.
13. Kepada sahabat dan teman-teman penulis Rahel, Melda, Okta yang sudah bersedia memberikan tumpangan kepada penulis semasa kuliah dan menemani semasa merantau di Pontianak sampai penulis bisa ditahap ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kiranya Tuhan Yesus membalas setiap kebaikan dan berkat serta kebahagiaan dalam kehidupan kalian masing-masing.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan angkatan 2020 yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan. Terkhusus teman-teman kelas B, terima kasih atas bantuannya dari masa mahasiswa baru hingga sekarang.
15. Kemudian kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya, terima kasih atas doa, dukungan, dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.

16. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Firdaus Barus terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, materi maupun waktu kepada penulis. Sudah selalu mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, serta menghibur penulis dalam kesedihan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Kiranya Tuhan Yesus senantiasa memberkati hubungan ini, sehingga tetap dipenuhi dengan kasih, sukacita, dan keberhasilan bersama di masa depan.
17. Terakhir penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri Jesicha Margareth Manurung. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih telah berjuang menjadi yang baik serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa di bilang tidak mudah. Sebagaimana pesan bijak dari Monkey D Luffy "*Tidak peduli seberapa sulit atau mustahil nya itu, jangan pernah melupakan tujuanmu"*. Berbahagialah selalu dimanapun berada Jesicha, adapun kurang lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bisa dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun dan bertujuan untuk perbaikan tugas akhir ini sangat diharapkan, sehingga menjadi tugas akhir yang baik.

Pontianak, 4 September 2025



JESICHA MARGARETH MANURUNG
NIM. B10112010

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Kota Pontianak dalam menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi digital. Tiga variabel independen yang dianalisis meliputi kegunaan aplikasi (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan promosi (X3), terhadap variabel dependen yaitu minat konsumen (Y). Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksploratif, menggunakan metode purposive sampling dan teknik survei melalui penyebaran kuesioner manual. Responden yang terlibat berjumlah 100 orang yang pernah maupun belum pernah menggunakan e-wallet. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai R Square sebesar 0,602. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi yang menarik dan kemudahan akses menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan masyarakat perkotaan.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Penggunaan E-wallet (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Jesicha Margareth Manurung
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat telah merevolusi sistem pembayaran global, termasuk di Indonesia. Transformasi ini tidak lagi sebatas pada penggunaan uang tunai atau kartu debit dan kredit, tetapi telah bergeser pada pemanfaatan dompet digital (e-wallet) yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan keamanan dalam bertransaksi. Momentum pandemi COVID-19 turut mempercepat adopsi sistem pembayaran digital ini karena meningkatnya kebutuhan transaksi non-tunai. Di Indonesia, berbagai platform e-wallet seperti OVO, GoPay, Dana, ShopeePay, dan LinkAja telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat. E-wallet tidak hanya praktis, tetapi juga mendukung inklusi keuangan, pengurangan risiko uang palsu, serta efisiensi sistem pembayaran. Pemerintah melalui Bank Indonesia pun aktif mendorong elektronifikasi transaksi lewat Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT).

Minat masyarakat dalam menggunakan e-wallet dipengaruhi oleh beragam faktor. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa kegunaan (perceived usefulness), kemudahan penggunaan, promosi, hingga kebiasaan dan kepercayaan, menjadi variabel penting yang menentukan intensi konsumen terhadap layanan digital ini. Promosi, misalnya, menjadi faktor dominan yang mampu membujuk konsumen melalui strategi pemasaran seperti diskon, cashback, dan kerja sama merchant. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, masih terdapat tantangan seperti rendahnya literasi digital dan kekhawatiran terhadap keamanan data yang dapat menghambat adopsi teknologi ini. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi krusial. Seperti dikemukakan oleh Setiadi (2019), perilaku konsumen terbentuk dari interaksi faktor internal seperti persepsi manfaat, serta eksternal seperti gaya hidup dan budaya.

Melihat besarnya potensi penggunaan e-wallet dan dinamika perilaku masyarakat urban seperti di Kota Pontianak, maka penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat

masyarakat dalam menggunakan e-wallet. Fokus penelitian ini adalah pada tiga variabel utama yaitu: persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan promosi. Diharapkan hasilnya dapat menjadi masukan penting bagi pengembang layanan keuangan digital untuk merancang strategi yang lebih efektif dan adaptif dengan kebutuhan konsumen.

2. Permasalahan

Meskipun penggunaan e-wallet semakin meningkat di kalangan masyarakat, masih terdapat kendala dan variasi dalam tingkat minat konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan promosi. Permasalahan utama yang ingin dijawab adalah sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi minat masyarakat Kota Pontianak dalam menggunakan e-wallet.

1. Bagaimana pengaruh kegunaan terhadap minat pengguna *e-wallet* pada Masyarakat di Kota Pontianak
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pengguna *e-wallet* pada Masyarakat di Kota Pontianak
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat pengguna *e-wallet* pada Masyarakat di Kota Pontianak

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan e-wallet pada Masyarakat di Kota Pontianak
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pengguna e-wallet pada Masyarakat di Kota Pontianak
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat pengguna e-wallet pada Masyarakat di Kota Pontianak

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan promosi terhadap minat konsumen dalam menggunakan e-wallet.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Pontianak yang telah menggunakan e-wallet. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier

berganda, serta dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

5. Hasil dan Pembahasan

4. **Promosi (X3) merupakan variabel paling dominan dengan koefisien regresi** tertinggi (0,413) dan **signifikansi** 0,000. Promosi seperti cashback, diskon, dan kerja sama merchant terbukti efektif dalam menarik minat pengguna. Ini sejalan dengan teori Kotler (2012) yang menekankan promosi sebagai alat penting dalam bauran pemasaran.

 Kemudahan penggunaan (X2) memiliki pengaruh signifikan dengan koefisien regresi 0,241 dan **signifikansi** 0,000. Artinya, semakin mudah aplikasi digunakan—baik dalam top-up, navigasi, maupun keamanan—semakin besar kemungkinan pengguna tertarik. Temuan ini mendukung pendapat Jogiyanto (2007) dan penelitian Setiawan & Sutrisno (2023) yang menyebutkan bahwa kemudahan adalah kunci penggunaan e-wallet.

 Kegunaan (X1) juga berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien 0,154 dan **signifikansi** 0,007. Manfaat seperti efisiensi waktu, kenyamanan transaksi, dan fitur praktis menjadi daya tarik utama. Meskipun kontribusinya lebih rendah dibanding dua variabel lainnya, faktor ini tetap penting dalam membentuk persepsi positif terhadap e-wallet.

6. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai *"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Penggunaan E-Wallet di Kota Pontianak"*, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan analisis data menggunakan metode kuantitatif melalui aplikasi SPSS, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. **Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)** berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi e-wallet digunakan, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakannya. Kemudahan seperti antarmuka yang ramah pengguna, proses transaksi yang cepat, dan fitur yang mudah dipahami menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi positif pengguna.

2. **Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)** juga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Konsumen akan semakin tertarik menggunakan e-wallet apabila mereka merasa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi tanpa tunai, dan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja.
3. **Promosi** menjadi faktor yang paling dominan dalam menarik minat konsumen terhadap e-wallet. Strategi promosi seperti cashback, diskon, dan voucher belanja memiliki pengaruh besar dalam membentuk minat masyarakat. Banyaknya promo yang ditawarkan oleh berbagai penyedia layanan e-wallet menjadikan masyarakat lebih terdorong untuk mencoba dan terus menggunakan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Dari ketiga variabel tersebut, promosi memberikan pengaruh yang paling kuat terhadap minat konsumen, diikuti oleh kemudahan penggunaan dan kemudian persepsi manfaat.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Bagi penyedia layanan e-wallet**, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang mudah digunakan dan ramah pengguna. Investasi pada teknologi antarmuka yang sederhana serta peningkatan keamanan data pengguna dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.
2. **Promosi harus dijalankan secara konsisten dan inovatif**. Mengingat promosi menjadi faktor dominan, penyedia layanan perlu melakukan strategi pemasaran yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya kalangan milenial dan gen Z yang cenderung responsif terhadap promosi digital.
3. **Pendidikan digital kepada masyarakat perlu ditingkatkan**, terutama bagi kelompok usia yang belum terbiasa dengan transaksi non-tunai. Hal ini dapat dilakukan melalui kampanye literasi digital atau kerja sama dengan instansi pemerintah dan pendidikan.
4. **Bagi peneliti selanjutnya**, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti faktor keamanan, kepercayaan, atau kebiasaan dalam penelitian guna melihat pengaruh lebih komprehensif terhadap minat penggunaan e-wallet.
5. Penelitian juga dapat diperluas pada wilayah atau segmentasi yang berbeda,

misalnya di kalangan pelajar, pekerja kantoran, atau masyarakat pedesaan, agar hasil penelitian menjadi lebih representatif dan aplikatif untuk pengembangan produk digital di Indonesia.

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN.....i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR..... iii
LEMBAR YURIDIS iv
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
ABSTRAK ix
RINGKASAN x
DAFTAR ISI xv
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR xx
ABSTRACT xxi
ABSTRAK xxi
1. PENDAHULUAN.....1
2. KAJIAN LITERATUR.....5
2.1 Keputusan Penggunaan 5
2.2 Kemudahan.....5
2.3 Promosi.....5
2.4 Perilaku Konsumen 6
2.5 Kajian Empiris.....6
2.6 Kerangka Konseptual 7
2.7 Hipotesis penelitian 8
3. METODE PENELITIAN.....9
3.1 Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian 9
3.2 Jenis dan Sumber Data.....9
3.2.1 Jenis Data 9
3.3 Populasi dan Sampel.....9
3.3.1 Populasi 9
3.3.2 Sampel.....9
3.4 Variabel Penelitian.....10

3.4.1 Variabel Independen 10
3.4.2 Variabel Dependen 10
3.5 Definisi Operasional 11
3.6 Metode Analisis Data 13
3.6.1 Analisis Deskriptif 14
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda 14
3.7 Uji Instrumen Penelitian 14
3.8 Uji Validitas 15
3.9 Uji Multikolinieritas 15
3.10 Uji Heteroskedasitas 16
3.11 Uji Regresi Linier Berganda 16
3.12 Uji Simultan (F) 16
3.13 Uji Parsial (t) 16
3.14 Uji Koefesien Determinasi(R_2) 17
3.15 Uji Ketetapan Model 13
4. HASIL DAN PEMBAHASAN 18
4.1 Hasil 18
4.1.1 Deskripsi Umum Responden 18
4.1.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian 18
4.1.3 Keputusan Penggunaan 19
4.1.4 Kemudahan 23
4.1.5 Promosi 20
4.1.6 Minat Konsumen E-Wallet 20
4.1.7 Pengujian asusmsi Klasik 20
4.1.8 Uji Ketetapan Model 24
4.1.9 Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda 25
4.2 Pembahasan 28
4.2.1 Pengaruh Kegunaan terhadap Minat Konsumen E-Wallet 28
4.2.2 Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Konsumen E-Wallet 30
4.2.3 Pengaruh Promosi terhadapMinat Konsumen E-Wallet 32
5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI 35
5.1 Simpulan 35
5.2 Rekomendasi 35

DAFTAR RUJUKAN 37
LAMPIRAN 41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional Variabel.....11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram E-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia.....1
Gambar 1.2 Grafik penggunaan E-wallet.....4
Gambar 2.1 Kerangka konsep.....8
Gambar 4.1 Uraian Statistik Penelitian 19
Gambar 4.2 Statistik Variabel Kegunaan (X1) 19
Gambar 4.3 Statistik Variabel Kemudahan (X2) 19
Gambar 4.4 Statistik Variabel Promosi (X3) 20
Gambar 4.5 Statistik Variabel Minat Konsumen E-wallet (Y) 20
Gambar 4.6 Grafik Distribusi Histogram Standardized Residual Regression 21
Gambar 4.7 Grafik Normal P-P Plot Regression Standardized Residual 22
Gambar 4.8 Hasil Multikolinearitas 22
Gambar 4.9 Hasil Diagnostik Multikolinearitas 22
Gambar 4.10 Hasil Heteroskedastisitas 23
Gambar 4.11 Hasil Koefisien Determinan 23
Gambar 4.12 Hasil Statistik-F 24
Gambar 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 34
Gambar 4.14 Hasil Statistik Residual Regresi Linear Berganda 35
Gambar 4.15 Hasil Statistik-F 36
Gambar 4.16 Hasil Statistik-t 37
Gambar 4.17 Hasil Koefisien Determinan 38

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Pontianak)

Jesicha Margareth Manurung[1]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the factors influencing consumer interest in using e-wallets as a digital payment method among residents of Pontianak City. The research examines three independent variables perceived usefulness (X1), ease of use (X2), and promotional offers (X3) and their impact on the dependent variable, consumer interest (Y). A quantitative approach was employed using a descriptive and exploratory method. Primary data were collected through questionnaires distributed manually to 100 respondents selected via purposive sampling. The results of the multiple linear regression analysis show that all three variables simultaneously have a significant influence on e-wallet usage interest, with a significance level of 0.000 and an R-squared value of 0.602. Partially, promotion is the most dominant factor, followed by ease of use, while perceived usefulness also contributes but to a lesser extent. These findings highlight the importance of effective promotional strategies and user-friendly features in driving consumer adoption of e-wallets..

Keywords: *E-Wallet, Consumer Interest, Perceived Usefulness, Ease of Use, Promotion*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Kota Pontianak dalam menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi digital. Tiga variabel independen yang dianalisis meliputi kegunaan aplikasi (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan promosi (X3), terhadap variabel dependen yaitu minat konsumen (Y). Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksploratif, menggunakan metode purposive sampling dan teknik survei melalui penyebaran kuesioner manual. Responden yang terlibat berjumlah 100 orang yang pernah maupun belum pernah menggunakan e-wallet. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai R Square sebesar 0,602. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi yang menarik dan kemudahan akses menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan masyarakat perkotaan.

Kata Kunci : *E-Wallet, Minat Konsumen, Kegunaan Aplikasi, Kemudahan Penggunaan, Promosi*.

[1] b1011201048@student.untan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Sistem pembayaran kini tidak hanya terbatas pada perantara fisik seperti uang tunai dan cek, melainkan juga merambah ke bentuk digital seperti kartu debit, kartu kredit, hingga dompet digital (E-wallet) yang berbasis aplikasi (Anjani et al., 2022). Transformasi ini mempermudah proses pembayaran dengan menyediakan kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang lebih baik (Hasibuan et al., 2024). Seiring meningkatnya digitalisasi dan perubahan gaya hidup masyarakat, transaksi non-tunai pun semakin digemari, khususnya pasca pandemi COVID-19 yang mendorong percepatan adopsi teknologi pembayaran digital (Desita & Dewi, 2022). Di Indonesia, berbagai *platform* E-wallet seperti *OVO*, *GoPay*, Dana, *ShopeePay*, dan LinkAja kini menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan bertransaksi tanpa uang tunai (Prameswari et al., 2022).

E-wallet bukan hanya menghadirkan kemudahan dan kepraktisan, tetapi juga dianggap dapat membantu mengurangi peredaran uang palsu berkat fitur keamanan digital yang diterapkan (Wibasuri et al., 2022). Hal ini sejalan dengan upaya Bank Indonesia yang secara aktif mendorong elektronifikasi transaksi melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), guna menciptakan sistem pembayaran yang efisien dan mendukung inklusi keuangan (Virginia & Puspitasari, 2023). Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti di Kota Pontianak terhadap 30 responden, diketahui bahwa mayoritas (80%) telah menggunakan E-wallet, dan memilihnya karena transaksi yang cepat, promosi menarik seperti cashback dan gratis ongkir, serta kemudahan penggunaan (Daniarti et al., 2024). Survei ini selaras dengan temuan Erlangga et al. (2025) yang menyebutkan bahwa faktor kemanfaatan, efisiensi waktu, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memakai layanan e-wallet, dengan kontribusi hingga 73%. Sementara Mahmud et al. (2025) menemukan bahwa e-wallet juga berdampak positif bagi pengelolaan keuangan UMKM, meskipun tantangan seperti literasi digital dan infrastruktur masih menjadi hambatan.



***Sumber**: Riset InsightAsia 2022*

Gambar 1.1 Dompet Digital Favorit Masyarakat

Tidak hanya itu, penelitian lain juga menyoroti faktor-faktor tambahan yang memengaruhi minat penggunaan E-wallet. Ariel & Iriyanty (2023) menemukan bahwa kebiasaan (habit) menjadi faktor paling dominan yang memengaruhi intensi pengguna untuk terus menggunakan e-wallet, disamping faktor kemudahan, manfaat, kepuasan, dan kepercayaan. Temuan serupa juga diungkap oleh Altara & Triyanto (2023), yang menunjukkan bahwa biaya, manfaat, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa. Faktor promosi juga tak kalah penting, di mana upaya perusahaan untuk memperkenalkan keunggulan produknya terbukti mampu mendorong konsumen lebih tertarik memanfaatkan layanan e-wallet (Darmawan & Trimo, 2022). Menurut Philip Kotler (2012), promosi sebagai bagian dari bauran pemasaran adalah strategi kunci untuk membujuk konsumen agar memilih suatu produk, termasuk melalui periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung.

Di sisi lain, persepsi risiko juga menjadi faktor penghambat karena dapat mengurangi minat individu menggunakan e-wallet, mengingat konsumen masih memiliki kekhawatiran terhadap keamanan data dan potensi penyalahgunaan (Eliza et al., 2024). Meski demikian,

seiring perkembangan teknologi dan semakin intensnya edukasi digital, minat masyarakat Kota Pontianak terhadap e-wallet tetap tinggi, sebagaimana terlihat dari dominasi pembayaran digital untuk kebutuhan sehari-hari (Yanti et al., 2022). Pemahaman mengenai perilaku konsumen menjadi kunci penting, sebagaimana dijelaskan oleh Setiadi (2019), karena perilaku ini mencakup bagaimana individu memilih, membeli, dan menggunakan produk, yang dipengaruhi faktor *internal* dan *eksternal* seperti budaya, gaya hidup, dan persepsi manfaat.

Penggunaan E-wallet memberikan berbagai manfaat yang dirasakan langsung oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pertama, E-wallet mempermudah proses transaksi karena pengguna dapat melakukan pembayaran untuk kebutuhan belanja, transportasi, makanan, hingga tagihan hanya melalui aplikasi, tanpa harus membawa uang tunai. Kedua, E-wallet mampu meningkatkan efisiensi waktu, sebab transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan praktis tanpa perlu mengantre di mesin ATM atau melakukan transfer manual melalui bank. Selain itu, E-wallet juga dianggap lebih aman dibandingkan penggunaan uang tunai karena dapat mengurangi risiko kehilangan uang fisik sekaligus mencegah peredaran uang palsu. Manfaat lainnya adalah E-wallet mendukung inklusi keuangan, di mana masyarakat yang belum memiliki rekening bank tetap dapat bertransaksi secara digital melalui dompet elektronik. Tidak hanya itu, E-wallet juga membantu pengguna dalam mengelola keuangan pribadi karena adanya fitur riwayat transaksi yang memungkinkan pemantauan pengeluaran secara lebih teratur. Dengan berbagai manfaat tersebut, E-wallet menjadi salah satu inovasi teknologi finansial yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern akan layanan keuangan yang cepat, praktis, dan aman. Adapun kelebihan dan manfaat sebagai berikut :

a. Kelebihan E-wallet

- Praktis dan mudah digunakan (user friendly).
- Banyak promosi menarik seperti cashback, diskon, dan gratis ongkir.
- Bisa dipakai di berbagai merchant online maupun offline.

- Mendukung gaya hidup cashless dan contactless (terutama pasca COVID-19).
- Aman karena ada verifikasi OTP, PIN, dan enkripsi.

b. Kekurangan E-wallet

- **Ketergantungan pada internet** – tanpa koneksi, transaksi gagal.
- **Risiko keamanan data** – rawan jika ada kebocoran data atau penyalahgunaan akun.
- **Biaya tambahan** – ada batas top up, biaya transfer, atau biaya admin tertentu.
- **Tidak semua merchant mendukung** – meski makin banyak, masih ada UMKM kecil yang belum menerima pembayaran digital.
- **Keterbatasan literasi digital** – tidak semua kalangan (misalnya lansia) mudah beradaptasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dilihat bahwa tingginya penggunaan E-wallet di Kota Pontianak tidak hanya didorong oleh kemudahan dan kepraktisan, tetapi juga oleh faktor promosi, kebiasaan, manfaat yang dirasakan, serta pengaruh gaya hidup modern (Kurniawan & Nirawati, 2023; Saragih et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi lebih jauh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan E-wallet sebagai alat pembayaran, khususnya di kalangan masyarakat Kota Pontianak, dengan harapan hasilnya dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan layanan keuangan digital yang inklusif dan adaptif ke depannya.