

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: VERONICA ONG

NIM: 115180205

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: VERONICA ONG

NIM: 115180205

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Veronica Ong
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180205
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : Citra 5 blok E8 no 21, Kalideres, Jakarta Barat

Telp. 021-55958098
HP. 085777108786

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Januari 2022



Veronica Ong

Nama Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Veronica Ong
NIM : 115180205
PROGRAM / JURUSAN : S1/Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Keuangan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan,
dan Literasi Keuangan terhadap Minat
Penggunaan LinkAja

Jakarta, 17 Desember 2021

Pembimbing,



(Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Veronica Ong
NIM : 115180205
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan,
dan Literasi Keuangan terhadap Minat
Penggunaan LinkAja

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 28 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Yusi Yusianto, SE., ME
2. Anggota Penguji : Dr. Nuryasman MN, SE., MM
Joyce Angelique Turangan, SE., M.Pd

Jakarta, 7 Februari 2022

Pembimbing,



(Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.)

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

- A. VERONICA ONG (115180205)
- B. *THE EFFECT OF PERCEIVED RISK, PERCEIVED EASE OF USE, AND FINANCIAL LITERACY TOWARDS INTENTION TO USE LINKAJA*
- C. xiv + 96 pages, 2022, 18 tables, 16 pictures, 6 attachments
- D. *FINANCIAL MANAGEMENT*
- E. *Abstract: This research aimed to analyze the effect of perceived risk, perceived ease of use, and financial literacy on intention to use of LinkAja. 90 respondents were chosen through purposive sampling method, and conducted with university students in Jakarta. The research was conducted by distributing questionnaires online using Google Form and data were processed using SmartPLS version 3.2.9. The results of this research indicate that perceived risk and financial literacy have a positive and significant effect on intention to use, while perceived ease of use do not affect intention to use.*
- F. ***Keywords: Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Financial Literacy, Intention to Use***
- G. *Reference list: 44 (2011 – 2021)*
- H. Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- A. VERONICA ONG (115180205)
- B. PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA
- C. xiv + 96 halaman, 2022, 18 tabel, 16 gambar, 6 lampiran
- D. MANAJEMEN KEUANGAN
- E. Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja. Sebanyak 90 orang responden terpilih melalui teknik *purposive sampling*, dan responden berasal dari mahasiswa/i di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan Google Form dan data yang diperoleh diolah dengan SmartPLS versi 3.2.9. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat penggunaan.
- F. **Kata Kunci: Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan, Minat Penggunaan**
- G. Daftar referensi: 44 (2011 – 2021)
- H. Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

“Ada banyak cara untuk menjalani hidup, kamu bisa mengambil jalan pintas yang lebih cepat dari yang lain. Tapi jika melewati batas, kamu akan melukai mereka dan diri sendiri.”

(Ji Yoon Su – Melancholia)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah mengasihi saya dengan kasih karunia-Nya dan tentunya keluarga saya yang telah mendukung saya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan LinkAja” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Tarumanagara. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terealisasikan tanpa adanya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M, MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Orang tua penulis, yaitu ayah, ibu, dan adik penulis yang telah memberikan dukungan materi dan motivasi selama ini sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi, terutama dalam masa tersulit penulis selama pembuatan skripsi ini.
7. Kepada “Cupet Kidoz” yaitu Abigaiel, Agnes, Michella, Natasya, Shania, Shellina, dan Tania yang telah memberikan penulis semangat dari awal semester (2018) sampai sekarang.
8. Kepada Cupcake Management yang telah mempertemukan penulis dengan orang-orang baik yang telah mendukung penulis dalam

pembuatan skripsi dengan canda tawa, yaitu Adrian, Alfy, Chelsea, David, Ko Bet, Ko Ica, Marcell dan Videa.

9. Kepada teman-teman seperbimbingan penulis, terutama Marcelina yang telah membantu penulis dan berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam memberikan dukungan yang melimpah kepada penulis.

Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik agar skripsi ini dapat disempurnakan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 4 Januari 2021

Veronica Ong

DAFTAR ISI

	halaman
COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	6
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah.....	8
B. TUJUAN DAN MANFAAT	8
1. Tujuan	8
2. Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Gambaran Umum Teori	10
B. Definisi Konseptual Variabel.....	10
C. Kaitan antara Variabel-variabel	13
D. Penelitian yang Relevan.....	15

	halaman
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Populasi dan Teknik Pengumpulan Data	29
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	30
D. Teknik Analisis Data	32
E. Asumsi Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Deskripsi Subjek Penelitian	40
B. Deskripsi Objek Penelitian	44
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	48
D. Hasil Analisis Data	55
E. Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan dan Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95
HASIL TURNITIN.....	96

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. G., & Patricia, E. (2020). *The Effect of Financial Attitude, Financial Knowledge, and Income on Financial Management Behavior*. 439(Ticash 2019), 107–112. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.019>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Al-sharafi, M. A., Arshah, R. A., Herzallah, F. A. T., & Alajmi, Q. (2017). The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust. *International Journal of Innovative Computing*, 7(1), 9–14.
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Anastasia, N., & Santoso, S. (2020). Effects of Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, and Perceived Usefulness towards Intention to Use Credit Cards in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01032. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601032>
- Annur, C. M. (2020). *ShopeePay Kalahkan OVO&GoPay saat Pandemi Corona*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay-kalahkan-ovo-gopay-saat-pandemi-corona>
- Annur, C. M. (2021). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai 25,4 Triliun pada Juli 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-254-triliun-pada-juli-2021>
- Fadare, O. A., Ibrahim, M. B., & Edogbanya, A. (2016). A survey on perceived risk and intention of adopting internet banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1–21.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Strategic Management Research: A Review of Past Practices and Recommendations for Future Applications. *Long Range Planning*, 45(5–6), 320–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.008>
- Hartarto, A. (2018). *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri 4.0*. <https://kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-4.0>

- Himel, M. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, M. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing, 37*(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Islam, T., Saif-Ur-Rehman, Abid, C. M. S., & Ahmer, Z. (2020). How perceptions about ease of use and risk explain intention to use mobile payment services in Pakistan? The mediating role of perceived trust. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science, 14*(1), 34–48.
- LinkAja. (n.d.). *Tentang LinkAja*. <https://www.linkaja.id/>
- Maciejewski, G. (2011). The Meaning Of Perceived Risk In Purchasing Decisions Of The Polish Customers For citation : Maciejewski G . (2011), The meaning of perceived risk in purchasing decisions of the polish customers , Scientific Annals of the “ Alexandru Ioan Cuza ” Univers. *Scientific Annals of the University of Iasi, LVIII*(August).
- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing, 36*(2), 277–289. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0166>
- Mouna, A., & Jarboui, A. (2015). Financial literacy and portfolio diversification: an observation from the Tunisian stock market. *International Journal of Bank Marketing, 33*(6), 808–822. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2015-0032>
- Mudzingiri, C., Muteba Mwamba, J. W., & Keyser, J. N. (2018). Financial behavior, confidence, risk preferences and financial literacy of university students. *Cogent Economics and Finance, 6*(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1512366>
- Muhammad, R. (2020). *Riset e-Wallet Markplus, Inc.: Semakin Banyak Orang yang 'Hijrah' ke Pembayaran Digital di Masa Pandemi*. <https://mobitekno.com/read/2020/02/09/riset-e-wallet-markplus-inc-semakin-banyak-orang-yang-hijrah-ke-pembayaran-digital-di-masa-pandemi/>
- Muslichah, I., & Sanusi, S. (2019). The effect of religiosity and financial literacy on intention to use Islamic banking products. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM), 1*(2), 85–92. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art2>
- Namahoot, K. S., & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors.

- International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 256–276.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0159>
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behaviour. *Journal of High Technology Management Research*, 23(1).
- Nur Aini, N. S., & Lutfi, L. (2019). The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(3), 401.
<https://doi.org/10.14414/jebav.v21i3.1663>
- Nursiah. (2017). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Preceived Usefulness Terhadap Behaviour Intention to Use. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer STMIK Bina Mulia*, 3(2), 39–47.
- Nuryasman, M.N, & Warningsih, S. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). *SURAT EDARAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 1/SEOJK.07/2014*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/seojk-nomor-1-seojk-2014.pdf>
- Phongsatha, T., & Jirawoottirote, V. (2018). Factors Influencing Online Purchase Intention. *Assumption University-EJournal of Interdisciplinary Research (AU-EJIR)*, 3(2). <https://www.proquest.com/scholarly-journals/factors-influencing-online-purchase-intention/docview/2384090686/se-2>
- Rajan, S., & Santhakumar, S. (2018). Diffusion of crisis signals across the world: evidence from subprime crisis of 2008-2009. *International Journal of Emerging Markets*, 13(2), 410–430. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-04-2017-0113>
- Ramayah, T., Cheah, J. H., Cheah, F., & Ting, H. (2018). *artial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An Updated Guide and Practical Guide to Statistical Analysis (2nd Edition)* (Pearson (ed.)).
- Raza, S. A., Umer, A., & Shah, N. (2017). New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(1), 44–65.
<https://doi.org/10.1504/IJECRM.2017.086751>
- Sandy, E., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10275>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior: 11th ed.*

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons Ltd. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Shehata, S. M., Abdeljawad, A. M., Mazouz, L. A., Aldossary, L. Y. K., Alsaed, M. Y., & Sayed, M. N. (2021). The moderating role of perceived risks in the relationship between financial knowledge and the intention to invest in the Saudi Arabian stock market. *International Journal of Financial Studies*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.3390/IJFS9010009>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tolok, A. D. (2020). *Jokowi Curhat Indeks Inklusi Keuangan RI Tertinggal dari Negara Tetangga*. <https://finansial.bisnis.com/read/20201111/563/1316330/jokowi-curhat-indeks-inklusi-keuangan-ri-tertinggal-dari-negara-tetangga>
- Yap, R. J. C., Farida, K., & Ihsan, H. (2016). *The Effect of Financial Literacy and Attitude on Financial Management Behavior and Satisfaction*. 23(3). <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.90>
- Yu. (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: Empirical evidence from the UTAUT model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104–121.
- Yuliati, L. N., Dradjat, H. A., Simanjuntak, M., & Wright, L. T. (2020). Online bike : Role of perceived technology , perceived risk , and institution-based trust on service usage via online trust. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1798067>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Veronica Ong
Tempat/Tanggal Lahir : Bali, 8 Agustus 2000
Alamat : Citra 5 blok E8 no 21, Kalideres, Jakarta Barat
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Budha
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Handphone : 085777108786
E-mail : vveronicaong@gmail.com

LATAR BELAKANG PRIBADI

2018 – 2022 : S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Tarumanagara
2015 – 2018 : SMA Kasih Kemuliaan
2012 – 2015 : SMP Kasih Kemuliaan
2006 – 2012 : SD Kemurnian III

HASIL TURNITIN

12/31/21, 11:46 AM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 31-Dec-2021 11:41 WIB
ID: 1736581458
Word Count: 11802
Submitted: 1


(Lerbin R. Artonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index

4%

Similarity by Source

Internet Sources:	4%
Publications:	2%
Student Papers:	N/A

PENGARUH PERSEPSI RISIKO,
PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN LINKAJA By
Sm Veronica Ong

2% match (Internet from 24-Jul-2021)

http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/digital/000000000000000016297/2019_TA_MJ_022151172_Bab_3.pdf

1% match (Internet from 12-Oct-2021)

http://repository.untar.ac.id/13332/1/buktiopenelitian_10189012_10A134016.pdf

1% match (Internet from 20-Jan-2020)

<http://enrints.perbanas.ac.id/6056/6/BAR%20II.pdf>

1% match ()

[Sari, Pita Kumala, Fedy Saputro, Muhammad, "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO PADA PEMBAYARAN ELEKTRONIK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ULANG GOPAY \(Studi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Kedokteran Gigi Universitas Muhammadiyah Surakarta\)", 2019](#)

SKRIPSI PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA DIAJUKAN OLEH: NAMA: VERONICA ONG NIM: 115180205 PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. PERMASALAHAN 1. Latar Belakang Masalah Dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0 dan mungkin sebentar lagi akan memasuki era revolusi industri 5.0, berarti telah terjadi perubahan besar-besaran di bidang industri, bisa dilihat dari adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan adanya internet yang membuat segala hal jadi lebih mudah. (Hartarto, 2018) selaku Menteri Perindustrian tahun 2016-2019 dalam acara Sosialisasi Roadmap Implementasi Industri 4.0, mengatakan bahwa Indonesia telah memasuki era revolusi industri 4.0 ini sejak tahun 2011, hal ini ditandai oleh meningkatnya interaksi, konektivitas, dan batas antara mesin, manusia, dan sumber daya lainnya yang semakin berpusat pada IT (teknologi informasi) dan komunikasi. Revolusi industri 4.0 juga memberikan terobosan baru di bidang keuangan, dengan adanya teknologi keuangan (financial technology) atau lebih dikenal dengan sebutan FinTech. Teknologi keuangan yang tersedia saat ini terdiri dari pencatatan uang digital, dompet digital (e-wallet), dan e-lending. Berdasarkan data yang pada Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa nilai transaksi uang elektronik kian meningkat setiap bulannya sejak beberapa bulan terakhir. Nilai transaksi tertinggi berada pada bulan Juli 2021 dengan nilai transaksi sebesar Rp 25,4 triliun. Angka ini juga menunjukkan seberapa sering masyarakat menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Terlebih lagi semenjak COVID-19 terjadi, penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran semakin meningkat karena transaksi elektronik ini lebih aman dan lebih banyak diskon yang ditawarkan, terutama di masa pandemi seperti ini. Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Sumber: (Annur, 2021) Uang elektronik sendiri merupakan alat pembayaran yang disimpan dalam bentuk elektronik di mana nilai uangnya disimpan dalam suatu media elektronik (Bank Indonesia, 2020). Uang elektronik itu sendiri terbagi menjadi dua, e-money yang berbasis chip yang ditanam pada kartu dan e-money yang berbasis internet atau lebih dikenal dengan nama dompet digital. Untuk itu, dalam penelitian ini akan berfokus pada dompet digital sebagai jenis dari uang elektronik. Saat ini ada sangat banyak aplikasi dompet digital yang beredar, sebut saja GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, LinkAja, dan lain-lain. Berikut ini terdapat data dari transaksi dari kelima aplikasi e-wallet di Indonesia, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya berdasarkan survey yang dilakukan oleh Katadata.com (dalam %): Gambar 1.2 Transaksi Fintech Pembayaran Juni - Agustus 2020 Sumber: (Annur, 2020) Jika dilihat

https://www.turnitin.com/hewreport_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=-1&id=1736581458&sid=0&n=0&m=2&sv=31&r=00.638487540850296&... 1/18