



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNA E-WALLET DANA di BANGKALAN

Nova Auliatul Faizah¹, Aulia Dawam²
^{1,2}STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia

Email: aulizah0374@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2547>

Sections Info

Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 11 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 24 June 2026

Keywords:

Risk Perception

Information Exposure

Trust

User Interest

E-Wallet DANA



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of risk perception, information exposure, and trust on the interest of DANA e-wallet users in Bangkalan Regency. This study uses a quantitative-descriptive deductive method. This method is used to provide an overview of the characteristics and relationships between variables of DANA e-wallet users in Bangkalan. Through field data collection and statistical analysis, this approach systematically tests theory-based hypotheses to produce accurate and objective evidence of the phenomenon. The population in this study was DANA app users in Bangkalan whose exact number is unknown. Sampling was carried out using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, resulting in a sample of 96 respondents based on the Lemeshow formula calculation. Data were collected through a Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis methods through the T test (partial) and F test (simultaneous). The results showed that partially, risk perception, information exposure, and trust had a positive and significant effect on user interest, with trust as the most dominant factor. Simultaneously, these three variables also had a positive and significant impact on user interest.

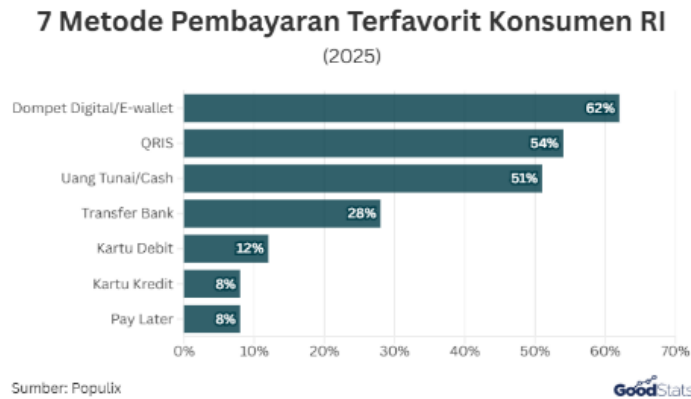
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan terhadap minat pengguna e-wallet DANA di Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan metode deduktif kuantitatif-deskriptif. Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik dan hubungan antarvariabel pada pengguna e-wallet DANA di Bangkalan. Melalui pengumpulan data lapangan dan analisis statistik, pendekatan ini secara sistematis menguji hipotesis berbasis teori guna menghasilkan pembuktian fenomena yang akurat dan objektif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi DANA di Bangkalan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, menghasilkan sampel sebanyak 96 responden berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda melalui uji T (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna, dengan variabel kepercayaan sebagai faktor yang paling dominan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna.

Kata kunci: Persepsi resiko, Paparan Informasi, Kepercayaan, Minat Pengguna, E-Wallet DANA

PENDAHULUAN

Sistem pembayaran global telah mengalami transformasi signifikan, bergerak dari sistem barter tradisional menuju adopsi uang fisik (tunai dan giral), hingga kini memasuki era digitalisasi yang mengedepankan transaksi non-tunai (*cashless*). Di era Revolusi Industri 4.0, integrasi teknologi digital dan internet terbukti mengonstruksi efisiensi proses bisnis serta mengubah preferensi perilaku konsumen dalam bertransaksi. Transformasi ini didukung penuh oleh otoritas keuangan seperti Bank Indonesia melalui Peraturan No.18/40/PBI/2016 yang menstimulasi inovasi layanan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology* (www.bi.go.id). Salah satu instrumen fintech yang mengalami penetrasi paling pesat di masyarakat adalah *electronic wallet* (e-wallet) atau dompet digital.

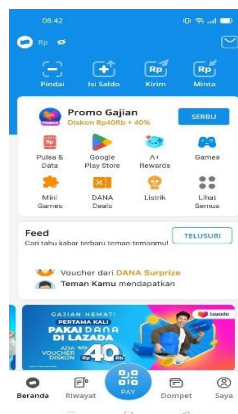


Gambar 1. Komposisi Metode Pembayaran Digital Indonesia 2025

Sumber: www.goodstats.id 2025

Di Indonesia, adopsi e-wallet berkembang masif pasca-pandemi Covid-19. Data terbaru dari GoodStats (2025) menunjukkan bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran digital paling dominan di Indonesia dengan persentase penggunaan mencapai 62%, mengungguli QRIS 54%, uang tunai 51%, transfer bank 28%, kartu debit 12%, kartu kredit 8%, serta pay later 8%. Fenomena ini memicu kontestasi ketat antar-platform penyedia layanan seperti DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, dan LinkAja. Salah satu platform yang relevan untuk dikaji adalah DANA yang diluncurkan sejak 2018 dengan visi mendorong inklusi keuangan melalui sistem transaksi yang aman dan praktis (Kesuma dan Nurbaiti, 2023: 695).

Meskipun secara nasional terdapat platform seperti GoPay yang memiliki jumlah pengguna besar, DANA dipilih dalam penelitian ini bukan semata berdasarkan jumlah pengguna, melainkan berdasarkan kesesuaian fenomena dengan variabel penelitian. Adanya pemberitaan terkait isu keamanan serta strategi promosi digital yang aktif menjadikan DANA relevan untuk menguji persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan.



Gambar 2. Tampilan Awal E-Wallet DANA

Data resmi mengenai jumlah spesifik pengguna DANA di Kabupaten Bangkalan tidak dipublikasikan secara terbuka oleh pihak perusahaan. Namun, urgensi pengumpulan data primer di wilayah ini sangat tinggi mengingat Bangkalan memiliki basis pasar yang besar dengan jumlah penduduk mencapai 1.102,54 ribu jiwa, serta didukung oleh tingkat penetrasi pengguna *e-wallet* di Jawa Timur yang telah mencapai 7,45% (Mukaromah dan Arisinta, 2025).

Penelitian pada konteks daerah lokal seperti Bangkalan penting dilakukan karena sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada kota-kota besar, sehingga kajian pada wilayah non-metropolitan masih terbatas. Kabupaten Bangkalan dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah penduduk yang cukup besar di Pulau Madura yang mencapai 1.102,54 ribu jiwa serta mengalami perkembangan aktivitas ekonomi dan digitalisasi yang meningkat (www.bps.bangkalan). Selain itu adanya isu keamanan terkait kehilangan saldo seperti yang dilansir dari surabaya.tribunnews.com, (2025) pada Senin 10 Maret 2025 dimana seorang nasabah di Desa Jaddih, Kecamatan Socah, kehilangan saldonya sebesar Rp 5,1 juta. Fenomena ini berpotensi memengaruhi persepsi risiko dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan DANA, sehingga relevan untuk dikaji dalam penelitian ini.

Secara teoretis, minat masyarakat untuk mengadopsi teknologi keuangan dipengaruhi oleh interaksi multidimensi antara persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan. Kebijakan atau keputusan konsumen kerap dibayangi oleh persepsi risiko berupa ketidakpastian akan keamanan data dan kerugian finansial. Di sisi lain, paparan informasi – baik berupa promosi digital maupun pemberitaan media berperan penting membentuk sikap awal konsumen sebelum bertransaksi. Sikap tersebut pada akhirnya akan bermuara pada aspek kepercayaan (*trust*), yakni kesediaan pengguna untuk bergantung pada platform digital dengan keyakinan bahwa privasi dan aset mereka terlindungi.

Menurut Davis dalam Prakosa dan Wintaka, (2020) minat menggunakan didefinisikan sebagai tingkat kekuatan keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, dalam hal ini menggunakan sebuah aplikasi atau sistem. Sejalan dengan pendapat Ajzen dalam Rahman, (2014), minat adalah kecenderungan individu yang menunjukkan keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Selanjutnya Wardhana, (2024) menyatakan bahwa minat adalah keinginan seseorang terhadap suatu produk setelah melalui proses pertimbangan yang matang, yang mencerminkan cara konsumen dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi produk berdasarkan pengalaman maupun kebutuhan tertentu. Dalam penelitian ini, indikator minat pengguna yang diungkapkan Frizeay, (2023) **yakni:** Keinginan untuk menggunakan, Percaya akan layanan *e-wallet*, Mengetahui kekurangan dan kelebihan *e-wallet*.

Menurut Pavlou dalam Rodiah dan Melati, (2020), menyatakan bahwa persepsi risiko ialah pandangan-pandangan mengenai ketidakpastian yang berasal dari akibat-akibat yang tidak diinginkan saat menggunakan layanan maupun produk. Persepsi risiko dapat dipahami sebagai ketidakpastian yang dialami oleh pembeli saat mereka tidak dapat memprediksi apa yang akan terjadi setelah mereka memilih dan memutuskan untuk belanja (Sciffman dan Kanuk dalam Nadia dan Ritonga, 2022). Selaras dengan pendapat Zusrony dkk., dalam Pratiwi, (2024) risiko adalah suatu bentuk penerimaan yang dirasakan oleh individu saat memanfaatkan suatu teknologi. Indikator persepsi risiko yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator menurut Pavlou dalam Septiani, (2024) yaitu: Adanya risiko tertentu, Mengalami kerugian, Pemikiran bahwa berisiko.

Menurut KBBI, paparan adalah hasil dari memaparkan, yaitu keterangan, penjelasan, atau uraian yang disajikan atau dibentangkan (www.kbbi.web.id). Menurut Ardianto dkk, dalam Mimanda, (2020) terpaan ialah kegiatan seseorang atau kelompok yang meliputi mendengarkan, melihat, dan membaca pesan dimedia atau pengalaman dan perhatian seseorang terhadap pesan tertentu. Terpaan media juga dapat disebut dengan terpaan informasi yang merupakan perubahan perilaku individu karena bannyaknya informasi yang diterima dan dengan waktu yang lama Yusuf dan Subekti dalam (Deborah dan Anggraeni, 2022) Penggunaan media mencakup seberapa lamanya pengguna menghabiskan waktunya untuk berinteraksi dengan media, pesan yang disampaikan dari media sehingga dapat dikonsumsi oleh pengguna,, dan interaksi antara pengguna dengan pesan dari media tersebut atau dengan mediana (Rakhmat dalam Mimanda, 2020). Menurut Rakhmat dalam Mimanda, (2020) paparan informasi dapat diukur dengan berbagai dimensi yakni: Frekuensi, Durasi, Atensi.

Menurut Mayer dkk, kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bergantung pada pihak lain dengan harapan akan kemampuan, integritas, dan niat baik dari pihak tersebut (Rofik dan Mula dalam Aini, (2020). Sejalan dengan pendapat Moerman dkk, kepercayaan merupakan kesiapan individu untuk mengandalkan orang lain dalam proses pertukaran yang didasarkan pada keyakinan yang dimilikinya Muzammil dkk, 2018 dalam (Aini, 2020). Menurut Gefen dkk dalam Jauhari dan Nuzil, (2025) kepercayaan dalam transaksi digital melibatkan keyakinan pelanggan bahwa perusahaan menunjukkan integritas, kemampuan, dan perhatian terhadap kebutuhan mereka. Indikator kepercayaan menurut Utami dalam Farahdiba, (2019: 34) yakni sebagai berikut: Menjaga privasi data pemakai, Menjaga kepercayaan pemakai, Menjaga keamanan proses transaksi

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan yang menggambarkan fenomena social yang saling berhubungan (Sudaryono 2018). Metode ini menggunakan logika deuktif dengan memisahkan dunia social menjadi komponen-komponen empiris yang disebut variabel. Penelitian ini berlokasi di Bangkalan dan berfokus pada analisis pengaruh persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan terhadap minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh masyarakat Bangkalan yang menggunakan *e-wallet* DANA. Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan (Sudaryono 2018).

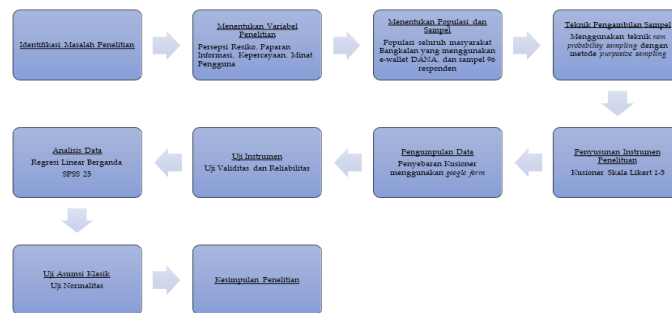


Gambar 3. Peta kabupaten Bangkalan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna *e-wallet* DANA

yang berdomisili di Kabupaten Bangkalan. Karena jumlah pasti populasi tidak diketahui secara keseluruhan, pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini ukuran populasinya tidak terbatas (*unknown population*), sehingga penentuan jumlah sampel minimal dihitung menggunakan rumus Lemeshow Faza dan Melati (2025), maka sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96 responden.

Dalam penelitian ini penyebaran data dilakukan dengan menyebarkan kusioner secara online melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan skala Likert yang diukur dari kuesioner dari setiap variabel penelitiannya. Data dalam penelitian ini diolah dengan melalui analisis deskriptif dan inferensial. Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menampilkan data dengan menjelaskan informasi yang diperoleh secara langsung, tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulan yang lebih luas. Analisis inferensial yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda yang meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas), uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji t). Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik IBM SPSS 25.0 untuk menghitung koefisien regresi, nilai R², nilai F dan nilai t serta menentukan signifikansi hubungan antar variabel.



Gambar 4. Langkah-Langkah Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan dari hasil uji validitas Teknik Corrected Item-Total Correlation yang dilakukan peneliti dengan bantuan SPSS dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan setiap variabel dalam angket yang digunakan dinyatakan valid. Nilai koefisien dari masing-masing item lebih besar dari nilai *r*-tabel nyana yang sebesar 0,2006 dengan taraf signifikansi 5%. Nilai kolerasi total variabel persepsi resiko berkisar antara 0,790 dan 0,906. Nilai kolerasi variabel paparan informasi berkisar antara 0,726 sampai 0,873. Selanjutnya nilai kolerasi variabel kepercayaan sebesar 0,809 sampai 0,914 dan untuk variabel minat pengguna nilai kolerasinya berkisar antara 0,835 sampai 0,899. Seluruh item juga memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Hasil perhitungan ini mengindikasikan bahwa setiap item dari variabel pertanyaan memiliki kemampuan yang baik dalam mempresentasikan variabel yang diteliti, sehingga dapat digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti mengindikasikan seluruh variabel dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel, dengan nilai Crombach's Alpha yang telah melebihi batas minimum yakni 0,60. Variabel persepsi memiliki nilai sebesar 0,928, variabel paparan informasi sebesar 0,902, variabel kepercayaan sebesar 0,949, dan variabel minat pengguna sebesar 0,936. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa instrument penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, sehingga dapat digunakan untuk analisis data pada tahap selanjutnya.

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Error	Std. Deviation
X1 Persepsi Resikio	96	7	30	24,46	0,445	4,357
X2 Paparan Informasi	96	6	30	22,34	0,494	4,838
X3 Kepercayaan	96	6	30	24,38	0,486	4,758
Y Minat Pengguna	96	6	30	23,84	0,474	4,660

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Hasil analisis statistic deskriptif dapat diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 96 orang. Variabel persepsi resiko memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 24,46, nilai standar error nya 0,445, dan nilai standar deviasi nya sebesar 4,357. Variabel paparan informasi memiliki nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 22,34, nilai standar error nya 0,494, dan nilai standar deviasi nya sebesar 4,838. Variabel kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 24,38, nilai standar error nya 0,486, dan nilai standar deviasi nya sebesar 4,758. Variabel minat pengguna memiliki nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 23,84, nilai standar error nya 0,474, dan nilai standar deviasi nya sebesar 4,660. Hasil ini mencerminkan bahwa data pada variabel dan menunjukkan secara umum bahwa responden memiliki tingkat jawaban yang relative baik yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata yang cukup tinggi pada masing-masing variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini, pengujian uji normalitas dilakukan pada nilai residual untuk menilai apakah data berdistribusi secara normal. Kriteria pengujian ini ialah jika nilai signifikansi residual >0,05 maka data dinyatakan normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi residual <0,05 maka data dinyatakan tidak normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One Kolmogorov-Smirnov Test.

Tabel 2. Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)
96	0,16

Sumber: diolah peneliti tahun 2026

Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi nya 0,16 > 0,05 ($p > 0,05$). Berdasarkan kriteria di atas maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian di nyatakan berdistribusi secara normal, sehingga persyaratan asumsi normalitas dalam regresi telah terpenuhi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Uji Regresi Linie Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.205	1.076	
Persepsi resiko (X1)	.344	.110	.322
Paparan Informasi (X2)	.121	.055	.126
Kepercayaan (X3)	.513	.102	.524

Sumber: diolah peneliti tahun 2026

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji regresi linear berganda, dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y=0.205+0.344X1+0.121X2+0.513X3$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa jika variabel persepsi risiko (X1), paparan informasi (X2), dan kepercayaan (X3) bernilai nol atau konstan, maka nilai minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan adalah sebesar 0,205. Koefisien Persepsi Risiko 0,344, menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 0,344 antara persepsi risiko dengan minat pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi risiko, maka minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan akan meningkat. Koefisien Paparan Informasi 0,121, menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 0,121 antara paparan informasi dengan minat pengguna. Peningkatan paparan informasi akan diikuti oleh peningkatan minat pengguna secara linear. Koefisien Kepercayaan 0,513, menunjukkan pengaruh positif terbesar dengan nilai 0,513. Hal ini menandakan bahwa variabel kepercayaan memiliki kontribusi paling dominan dalam meningkatkan minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan.

3. Uji Hipotesis

Uji R²

Tabel 4. Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.854	.849	1.809

Sumber: diolah peneliti tahun 2026

Berdasarkan tabel 4 diperoleh hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,849. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau pengaruh secara simultan yang diberikan oleh variabel independen yakni persepsi resiko, paparan informasi, kepercayaan terhadap variabel dependen yakni minat pengguna *e-wallet* DANA sebesar 84,9%.

Sementara itu, sisanya sebesar 15,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Nilai *Adjusted R Square* mendekati angka 1. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan sangat kuat dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji T

Uji T ialah Teknik analisis yang digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial. Uji ini dilakukan untuk mengidentifikasi variabel mana yang memiliki pengaruh signifikansi serta besarnya kontribusi pada masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 5. Uji T

Model	T	Sig.
(Constant)	.191	0.849
Persepsi Resiko (X1)	3.138	0.002

1	Paparan Informasi (X ₂)	2.206	0.030
	Kepercayaan (X ₃)	5.025	0.00

Sumber: diolah peneliti tahun 2026

Dari tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini nilai t-tabel nya ialah 1,985. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung variabel persepsi resiko lebih besar dari t-tabel nya ($3,138 > 1,985$) dan tingkat signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,02 < 0,05$). Maka variabel persepsi resiko berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent yakni minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung variabel paparan informasi lebih besar dari t-tabel nya ($2,206 > 1,985$) dan tingkat signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,030 < 0,05$). Maka variabel paparan informasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent yakni minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan. Serta dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung variabel kepercayaan lebih besar dari t-tabel nya ($5,025 > 1,985$) dan tingkat signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent yakni minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan.

Uji F

Tabel 6. Uji F

F	Sig.	Keterangan
179.351	0.000 ^b	Positif dan Signifikan

Sumber: diolah peneliti tahun 2026

Berdasarkan tabel 6 di atas, hasil uji F diketahui bahwa F-hitung sebesar 179.351 dengan signifikansi sebesar 0.000. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan α 0,05 atau 5%. Pada penelitian ini nilai F-tabel nya ialah sebesar 2.70. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria yakni nilai signifikansi penelitian ini diperoleh sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih kecil dari standar yang di tentukan yakni 0.05. Nilai F-hitung pada penelitian ini yakni 179.351 yang mana nilai ini lebih besar dari F-tabel yang ber nilai 2.70. Dari ke dua kriteria tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent pada penelitian ini yakni persepsi resiko, paparan informasi, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent yakni minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan.

Pembahasan

Pengaruh Peersepsi Resiko terhadap Minat Pengguna E-Wallet DANA di Bangkalan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan peneliti, secara parsial variabel persepsi resiko memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen yakni minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan dengan nilai t-hitung sebesar 3,138. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin aman persepsi resiko yang dirasakan pengguna, maka minat untuk menggunakan layanan *e-wallet* semakin meningkat.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, (2024); Wulandari dan Septiani, (2024) bahwa persepsi resiko berpengaruh secara signifikan dan positif baik secara parsial maupun simultan. Meskipun penelitian ini memiliki perbedaan karakteristik populasi dimana penelitian terdahulu berfokus pada kelompok akademis seperti mahasiswa, sedangkan penelitian ini berfokus pada masyarakat di kabupaten Bangkalan namun ke dua studi ini menunjukkan hasil yang konsisten bahwa

persepsi resiko tetap menjadi indikator umum yang penting dalam menentukan minat pengguna teknologi keuangan.

Pengaruh Paparan Informasi terhadap Minat Pengguna E-Wallet DANA di Bangkalan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan peneliti, secara parsial variabel paparan informasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen yakni minat pengguna e-wallet DANA di Bangkalan dengan nilai t-hitung sebesar 2.206. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intensif dan berkualitas paparan informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai layanan e-wallet, maka minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut akan semakin meningkat.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mimanda, (2020) dengan hasil bahwa media exposure berpengaruh secara signifikan dan positif walaupun terdapat perbedaan pada variabel dependen (Y) yang digunakan, di mana penelitian terdahulu berfokus pada minat beli online sedangkan penelitian ini berfokus pada minat pengguna e-wallet. Meskipun variabel Y yang diukur berbeda, kedua penelitian ini menunjukkan hasil yang konsisten bahwa media eksposur atau paparan informasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa dalam ekosistem digital, informasi berperan sebagai stimulus utama yang universal dalam menggerakkan niat berperilaku konsumen, baik untuk berbelanja maupun untuk menggunakan layanan keuangan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Pengguna E-Wallet DANA di Bangkalan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan peneliti, secara parsial variabel paparan informasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen yakni minat pengguna e-wallet DANA di Bangkalan dengan nilai t-hitung sebesar 5.025. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor paling dominan yang menentukan apakah seseorang berniat menggunakan layanan e-wallet atau tidak.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kandhi, (2024) dengan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan positif. Hasil penelitian ini menunjukkan konsistensi di mana kepercayaan terbukti menjadi prediktor paling kuat dalam membentuk behavioral intention atau minat perilaku konsumen dalam ranah fintech. Meskipun terdapat kemungkinan perbedaan dalam hal lokasi penelitian dan populasi, esensi dari temuan ini tetap sama: tanpa adanya rasa percaya, adopsi teknologi keuangan tidak akan pernah terjadi.

Pengaruh Persepsi Resiko, Paparan Informasi, dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna E-Wallet DANA di Bangkalan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F), diperoleh nilai F-hitung sebesar 179,351 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko, paparan informasi, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan e-wallet. Hasil ini membuktikan bahwa minat masyarakat di Kabupaten Bangkalan tidak dapat dibentuk hanya dengan mengandalkan satu faktor saja. Munculnya minat adopsi teknologi finansial yang kuat merupakan hasil sinergi dari adanya informasi yang masif diterima (paparan informasi), rasa aman dari potensi kerugian (persepsi risiko), serta keyakinan penuh terhadap keandalan platform digital tersebut (kepercayaan).

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor internal dan eksternal secara nyata menentukan

adopsi teknologi finansial di masyarakat. Secara parsial, persepsi risiko (3,138), paparan informasi (2,206), dan kepercayaan (5,025) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet* DANA di Bangkalan, di mana variabel kepercayaan hadir sebagai faktor paling dominan yang mempengaruhi minat pengguna. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berkolaborasi secara positif dan signifikan dalam menggerakkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan *e-wallet* DANA. Temuan ini menegaskan kembali bahwa minat perilaku digital tidak tumbuh secara instan, melainkan hasil dari kombinasi mitigasi risiko yang baik, informasi yang masif, dan pondasi kepercayaan yang kuat.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan sinyal kuat bagi penyedia layanan *e-wallet*, khususnya pihak manajemen DANA, bahwa untuk memperluas penetrasi pasar di tingkat daerah seperti Bangkalan, penguatan faktor kepercayaan (*trust*) harus menjadi prioritas utama melalui peningkatan sistem keamanan yang canggih dan jaminan perlindungan konsumen yang komprehensif. Selain itu, edukasi masyarakat melalui paparan informasi yang transparan mengenai cara kerja aplikasi serta minimnya risiko penggunaan akan secara langsung mengonversi keraguan sosiologis menjadi minat penggunaan aktif. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya khazanah literatur manajemen pemasaran dan perilaku konsumen terkait adopsi teknologi finansial pada karakteristik populasi semi-urban.

REFERENSI

- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET GO-PAY PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN ALALAK KABUPATEN BARITO KUALA. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.370>
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta). *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205–3220. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Annisa, A., Mariatun, I. L., & Sholeh, Y. (2023). Pengaruh Penerapan E-Ticket terhadap Kepuasan Konsumen PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Pelabuhan Kamal. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1743–1749. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1461>
- A'rof, M. F. (2024). Revolusi Uang dan Pembayaran: Dari Barter ke Uang Digital. *Finance and Society*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.2218/finsoc.v1i1.1369>
- Aswirah, Arfah, A., & Alam, S. (2024). PERKEMBANGAN DAN DAMPAK FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP INKLUSI KEUANGAN DI INDONESIA: STUDI LITERATUR. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 13(2), 180–186. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- BANK INDONESIA. (2016). *PERATURAN BANK INDONESIA*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI_184016.pdf
- BPS. (2025). *Statistik Daerah Kabupaten Bangkalan 2025*. <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=EelrAKvMtrGQVRXzlmukeUNHcWx3dWVMRzVib0xjZHBreForU3RNa0Q3ZGdXQTVpRIJDemlWMnI3UFRCMGtIYkR2RThCa2FRcFZialFhSz d2N0wyWlpxWU1MOWZheVdoeHM1QIJMUjgrWVhSMFJINzViVzIVYXBuMHptd2Q2>

UU11akhWdlJzckNrTFVyL20xbi9pdDhZeUxoek5yc29qK2FxSIU5TVJZOWFqZkhSa3FDcE9zRDVzaFZsL2VpUmdiVWlnSFllQXNiREJnbGY5QTRRdUVvcjVvRGpVSWVuS1ZYRURpYWliVnY3YXRHallvZmQ2d29SWWdON3Z2U3lmT1JDQjUvcHFpTFVbUU5QnVDYTJTUnE0dFhvSEs0V0Z3WWtTaThnPT0=&_gl=1*12yzm7n*_ga*MTEzMTI0NTA1NS4xNzYyMjYwMTkx*_ga_XXTTVXWHDB*cze3Njk4MDAzMTkkbzQkZzEkdDE3Njk4MDAzNjQkajE1JGwwJGgw

- Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo). *Jurnal Publish*, 92(2), 70–175. <https://share.google/7uRaK2GwqIYfFOG6v>
- Faisol, A. (2025). *Waspada Keamanan e-Wallet! Nasabah DANA di Bangkalan Laporkan Kehilangan Saldo Rp 5,1 Juta*. <https://surabaya.tribunnews.com/2025/03/11/waspada-keamanan-e-wall...>
- Faradhiba, E. S. (2019). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/31056/14312634%20Erfi%20Syachnia%20Farah%20Diba%20G.pdf?sequence=1>
- Farahdiba, E. S. (2019). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29339/14312634%20Erfi%20Syachnia%20Farah%20Diba%20G.pdf>
- Faza, R. A., & Melati, I. S. (2025). Pemahaman atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet di Kalangan Gen Z Kota Semarang. *Journal Management*, 24(1), 2655–2826. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/f63xpx38>
- Frizeay. (2023). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN CASHLESS SOCIETY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (STUDI KASUS MAHASISWA DI PURWOKERTO)*. https://repository.uinsaizu.ac.id/19169/1/Frizeay_pengaruh%20persepsi%20risiko%2C%20pengaruh%20persepsi.pdf
- Harahap, S. (2025). *Metode Pembayaran*. <https://cdn.gnfi.net/goodstats/uploads/images/66864/snapshot-1761907687839.png>
- Hikmawati, F. (2020). *METODOLIGI PENELITIAN* (4 ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Hildawati, Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., Wakhyudin, Setiawan, H., Hidayat, Y., Saktisyahputra, & Sroyer, A. M. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF & APLIKASI PENGOLAHAN ANALISA DATA STATISTIK* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- <https://www.khairpedia.com>. (2025). *13 Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) yang Paling Sering Dipakai oleh Masyarakat Indonesia*. <https://www.khairpedia.com/2025/11/13-aplikasi-dompot-digital-e-walle...>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis DATA KUANTITATIF*. Penerbit Lakeisha.
- Jauhari, J., & Nuzil, N. R. (2025). Pengaruh Digital Maeketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3525–3534. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2500>
- Kandhi, N. D. (2024). *PENGARUH FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E – WALLET PADA APLIKASI DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Pengguna*

- Aplikasi DANA*). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN.
- kbbsi.web.id. (t.t.). *KBBSI Paparan Media*. Diambil 24 Februari 2026, dari <https://kbbsi.web.id/papar-2>
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (A. Q. Habib, Ed.; 3 ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mimanda, A. (2020). *PERAN MEDIA EXPOSURE DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT BELI ONLINE DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI* [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA]. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28375/18911078%20Arika%20Mimanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mukaromah, S. S., & Arisinta, O. (2025). The Influence of Convenience, Benefits, and Security on Students' Interest in Using the DANA E-Wallet in the Context of Digital Literacy. *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 1162–1170. <https://doi.org/10.58737/jpled.v5i4.509>
- Nadia, & Ritonga, N. (2022). PENGARUH PERCEIVED OF RISK (PERSEPSI RISIKO) TERHADAP MINAT BELI ONLINE (Studi Pada Masyarakat Dusun 1 Desa Tambon Tunong Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara). *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 80–94. <https://share.google/RP5cShRcXW1QluQAH>
- Nurhasanah, D. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Sukabumi. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v7i1.310>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *DASAR-DASAR STATISTIK PENELITIAN*. SIBUKU MEDIA. www.sibuku.com
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 91–98. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/302>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Bismar (Bisnis dan Manajemen): The Journal Of Business and Management ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ULANG E-WALLET PADA GENERASI MILENIAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Bismar(Bisnis dan Mnajemen) The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85. <https://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bismar/article/view/623>
- Pratiwi, G. N. H. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman) [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/50726/20312110.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *PERILAKU KONSUMEN* (Sadiman, Ed.; 1 ed.). CV. Penerbit Anugrah Jaya. <https://share.google/F11NNlCEBnFjQ17Tq>
- Rahman, T. (2014). ANALISIS DETERMINAN MINAT INDIVIDU DOSEN DAN MAHASISWA TERHADAP BANK SYARIAH. *MUQTASID Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 53–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/muqtasid.v5i1.53-74>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko,

- dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Safitri, D., & Sholeh, Y. (2024). Digitalisasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Sinar Bintang Burneh. *Journal of Education Research*, 5(3), 3760–3765. <https://www.jer.or.id/index.php/jer/article/view/1250>
- Salsabila, Z. H., Susanto, & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, (Vol. 9 No. 1, 2021), . 87-96. <https://share.google/XPIbdjL8GPIHYcnAb>
- Saputri, D. R. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN APLIKASI DANA. http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/1823/1/312131824_Ringkasan_312824_DhilaRekaS.pdf
- Septiani, M. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN , PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) PADA MASYARAKAT KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU. <https://repository.uin-suska.ac.id/84950/2/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V.pdf>
- Shofiah, S. Al, & Suprihatmi. (2025). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E - WALLET SHOPEEPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(6 i), 435–445. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb>
- Steven, J., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Suyanto. (2023). MENGENAL DOMPET DIGITAL DI INDONESIA (1 ed.). CV. AA. RIZKY. <http://repository.ipwija.ac.id/3520/1/Buku%20Dompets%20Digital%20Juni%202023-Suyanto.pdf>
- swa.co.id. (2025). *Mengenal Sejarah e-Wallet dan Perkembangannya di Indonesia*. <https://swa.co.id/read/462641/mengenal-sejarah-e-wallet-dan-perkembangannya-di-indonesia>
- Syoviyana, R., Saputra, Y. A., Muhafillah, N., & Astuti, R. P. (2024). Sistem Pembayaran Di Indonesia. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 517–519. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i6.604>
- Tabun, M. A., Maria, Suhardi, Hariyani, D. S., Sulistiyo, M., Anwar, Karollah, B., Mariana, Indriani, R., Moonti, A., Nursansiwi, D. A., & Sijabat, F. N. (2023). *MANAJEMEN RISIKO BISNIS ERA DIGITAL (Teori dan Pendekatan Konseptual)* (A. Bairizki, Ed.; 1 ed.). Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL). <https://share.google/uXQDYYNF1w1emylUC>
- Wardhana, A. (2024a). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0-EDISI INDONESIA PENERBIT* (P. Mahir, Ed.). CV. EUREKA MEDIA AKSARA. https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/383464165_Kepercayaan_Pelanggan/links/66ceee4f2390e50b2c1ae47f/Kepercayaan-Pelanggan.pdf?origin=publication_detail&_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRG93bmxvYWQjLCJwcmV2aW91

c1BhZ2UiOijwdWJsaWNhdGlvbiJ9fQ&__cf_chl_tk=cEVcqHE9D9O7RzzZI2539YX4Eutzs
brBcf0R2wVCsBo-1768166863-1.0.1.1-

c_21cRRHq8KMXMTZF7mQHEHtb3VzjudYfLFHMP6a_Oo

Wardhana, A. (2024b). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL* (M. P. Pradana, Ed.; PERTAMA). EUREKA MEDIA AKSARA.

[https://www.researchgate.net/profile/Aditya-](https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/377159817_PERILAKU_KONSUMEN_DI_ERA_DIGITAL_PENERBIT_CVEUREKA_MEDIA_AKSARA/links/6597c9b10bb2c7472b33b007/PERILAKU-KONSUMEN-DI-ERA-DIGITAL-PENERBIT-CVEUREKA-MEDIA-AKSARA.pdf)

Wardhana/publication/377159817_PERILAKU_KONSUMEN_DI_ERA_DIGITAL_PENERBIT_CVEUREKA_MEDIA_AKSARA/links/6597c9b10bb2c7472b33b007/PERILAKU-KONSUMEN-DI-ERA-DIGITAL-PENERBIT-CVEUREKA-MEDIA-AKSARA.pdf

Wirastanti, T. Y., Gono, J. N. S., & Ulfa, N. S. (2024). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Dompot Digital DANA dan Persepsi Komentar pada Akun Instagram @dana.id terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA. *E-Journal UNDIP*, 12(3). <https://www.fisip.undip.ac.id>

Wulandari, E., & Septiani, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1), 87-95. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1141>

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:

CC-BY-SA