

ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, FITUR LAYANAN, DAN  
PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-  
WALLET MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI  
KASUS PENGGUNA DANA DI PEKALONGAN

**Uswatul Chasanah<sup>1</sup>, Sobrotul Imtikhanah<sup>2</sup>, Teguh Purwanto<sup>3</sup>**

*Program Study Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Pekalongan Pekalongan  
[Uswatulc168@gmail.com](mailto:Uswatulc168@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan, Fitur Layanan, dan *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan melalui *Trust* Sebagai variabel *intervening* ( studi kasus pada pengguna Dana Di Pekalongan). Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar secara online dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan alat bantu SPSS versi 25. Analisis ini meliputi uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas), regresi linear berganda, uji hipotesis (uji T, uji F dan uji determinasi R<sup>2</sup>), analisis jalur serta uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana, Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana, Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*, Fitur Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*.

**Kata Kunci:** *Pengetahuan, Fitur Layanan, Perceived Usefulness, Trust, Minat Menggunakan*

## **ABSTRACT**

*The study aims to analyse the effect of knowledge, service features, and perceived usefulness on interest in using E-wallet through trust as an intervening variable (a case study on the dana users in Pekalongan). The data collection method was carried out through a questionnaire distributed online and the sample used in this research was 100 respondents using a purposive sampling technique. The data obtained then processed using SPSS version 25 tools. This analysis includes instrument testing (validity test and reliability test), classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test), multiple linear regression, hypothesis testing (T test, F test and R<sup>2</sup> determination test), path analysis and Sobel test. The result stated knowledge, service features, and perceived usefulness have significantly affected on interest in using E-wallet Dana. And, knowledge had also affected on it through Trust. Otherwise, service features have no significant effect on interest using e-wallet Dana through Trust. However, perceived usefulness has significantly affected on it through Trust.*

**Keywords:** *Knowledge, Service Features, Perceived Usefulness, Trust, Interest*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini membawa inovasi di dunia *fintech* yaitu perkembangan sistem pembayaran non tunai. Salah satu metode pembayaran non tunai adalah Dana. Dana adalah layanan keuangan digital yang didirikan pada tahun 2018 yang berada dibawah naungan PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK). Dana dikembangkan sebagai dompet yang dikhususkan menyimpan jumlah dana terbatas sesuai dengan regulasi Bank Indonesia dan standar keamanan.

Berdasarkan hasil survei oleh Populix 2022, merilis 10 besar *e-wallet* yang paling sering digunakan masyarakat, Dana menempati urutan kedua dengan jumlah persentase sebanyak 83% responden (Hasya, 2022). Dana terus berkembang dengan menghadirkan berbagai macam fitur dan layanan yang dapat memudahkan pengguna, antara lain fitur yang lengkap untuk berbagai kebutuhan seperti pembayaran tagihan listrik, internet, pembelian pulsa, iuran BPJS, PDAM, pembayaran melalui *Scan QR Code*, dan pembayaran tagihan lainnya, Dana juga mengadakan beberapa promosi untuk berbagai macam layanan dari membayar tagihan, membeli tiket nonton bioskop dengan potongan harga sebesar 50 % sampai dengan pemberian kupon kepada pengguna yang mengintegrasikan kartu kredit atau debit ke dalam *platform* Dana. Walaupun Dana memberikan penawaran yang terbaik,

namun masih terdapat kendala – kendala yang dirasakan seperti gagalnya proses *top up*, *cashback* yang tidak diberikan sesuai dengan promosi, gagalnya proses transaksi, dan kerusakan pada mesin *QR Code* (Suhendry, 2021), adanya kendala pada proses verifikasi data, tidak dapat melakukan *top up* lebih dari 10 juta, dan *voucher* diskon terbatas pada merchant-nya (Hikmah & Nurlinda, 2023).

Munculnya berbagai layanan *e-wallet* membuat persaingan semakin ketat. Minat timbul dikarenakan konsumen memiliki perasaan tertarik terhadap sesuatu yang dikerjakan atau suatu kegiatan. Untuk menarik pengguna yang lebih banyak, Dana harus mampu menganalisis faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* Dana, antara lain Pengetahuan, Fitur layanan, *Perceived usefulness*, dan *Trust*.

Menurut (Sumarwan, 2011) Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Selain itu, Pengetahuan Produk juga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk niat beli seseorang (Rosidi, 2021). Pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang baik tentang produk, mereka cenderung lebih mampu melakukan evaluasi produk dengan lebih baik (Moniaga & et.all, 2023).

Menurut Amijaya (2010) fitur layanan adalah atribusi produk terpenting dalam suatu produk sebagai upaya menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen (Endriyanto & Indrarini, 2022).

Menurut Jogiyanto (2007:114) *perceived usefulness* merupakan sejauh mana tingkat rasa percaya seseorang jika dengan menggunakan suatu teknologi akan dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaan yang dilakukan.

Faktor kepercayaan berperan penting dalam penerimaan teknologi baru seperti *e-wallet*, tanpa adanya kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru tersebut. Layanan yang lamban dalam menangani keluhan pengguna dapat membuat reputasi perusahaan menurun dan menghilangkan rasa kepercayaan pengguna terhadap perusahaan (Nadhilah & Hasanah, 2022).

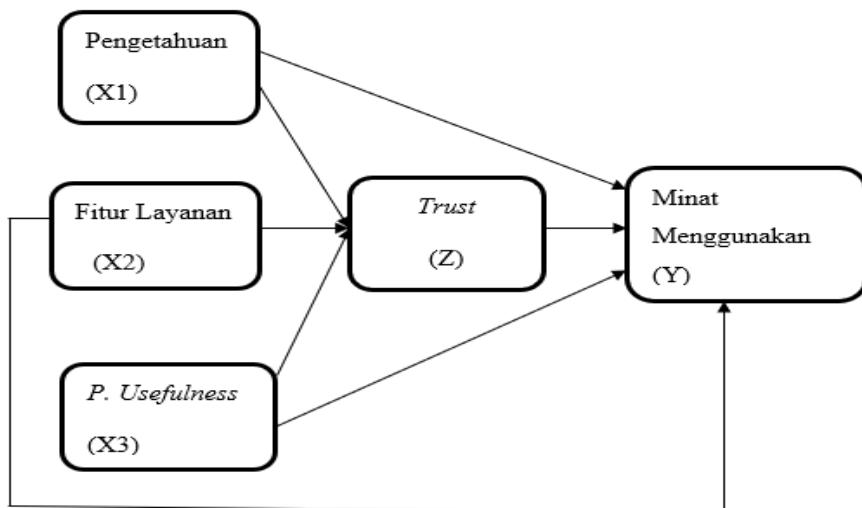
Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, fitur layanan dan *perceived usefulness* dalam menggunakan *e-wallet* Dana dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap minat pengguna. Kepercayaan tersebut berdampak pada peningkatan penggunaan *e-wallet* Dana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, fitur layanan, dan *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui *trust* sebagai variabel intervening.

---

---

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



### Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana

Penelitian yang dilakukan oleh Azma Nadhilah & Nurul Hasanah (2022) hasil penelitian ini menunjukkan Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja.

Artinya, konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik akan suatu produk, mereka akan memiliki persepsi terhadap produk atau jasa sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang baik terutama jika produk tersebut mendatangkan keuntungan.

*H<sub>1</sub>: Pengetahuan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan e-wallet Dana*

### Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana

Menurut (Kotler, 2008) Fitur layanan adalah suatu sarana untuk membedakan produk satu dengan produk yang lainnya. Dengan adanya suatu fitur layanan yang disediakan oleh e-wallet maka seseorang dapat memilih e-wallet yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Oleh karena itu minat akan muncul dalam bentuk respon terhadap objek yang menampilkan keinginan konsumen untuk menggunakan e-wallet. (Desita, 2022)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurya Dina Abrilia & Tri Sudarwanto (2020) hasil penelitian ini menunjukkan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi DANA di Surabaya.

*H<sub>2</sub>: Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan e-wallet Dana*

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana**

Menurut (Jogiyanto, 2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjanya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sallika Marra Rizki Darista & Mujilan (2021) hasil penelitian menunjukkan Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Hal ini berarti ketika seseorang akan menggunakan teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka.

*H<sub>3</sub>: Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Minat Menggunakan e-wallet Dana*

#### **Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Dana Melalui Trust**

Menurut Kotler (2000:401) dalam (Rukmanasari, 2017) pengetahuan merupakan suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. pengetahuan diartikan sebagai semua informasi yang dimiliki pengguna mengenai berbagai macam produk, serta informasi lainnya yang terkait dengan produk tersebut. Sebelum memutuskan untuk menggunakan produk *e-wallet*, pengguna harus memikirkan keuntungan menggunakan *e-wallet* Dana dan membandingkan produk lain yang serupa. Pertimbangan yang dilakukan biasanya meliputi kualitas, privasi, promo dan aspek terkait lainnya. Ketika pengguna memiliki pengetahuan luas akan cenderung meningkatkan penggunaan *e-wallet*, begitu pula sebaliknya.

Pada penelitian oleh Ady Achadi & Hari Winarto (2020) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan Gopay pada pelanggan Gojek.

*H<sub>4</sub>: Pengetahuan berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan e-wallet Dana melalui Trust*

### **Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Melalui *Trust***

Fitur layanan adalah perlengkapan yang digunakan untuk Interaksi pelanggan dalam layanan yang disediakan oleh *e-wallet*. Fungsi layanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam bertransaksi secara online (Pavlou, 2001: 56). Faktor kepercayaan dalam fungsi layanan adalah estimasi subjektif, dimana pengguna memiliki kepercayaan bahwa mereka dapat bertransaksi melalui *e-wallet* dengan konsisten dan kebutuhan yang diharapkan lengkap di dalamnya. (Asti & et.all, 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ernawati (2020) penelitian ini menunjukkan Fitur Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik, dan variabel kepercayaan memoderasi variabel persepsi manfaat, fitur layanan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

*H<sub>5</sub>: Fitur Layanan berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui trust*

### **Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Melalui *Trust***

Persepsi manfaat adalah persepsi yang dijadikan pertimbangan oleh masyarakat dalam memutuskan apakah akan menggunakan suatu sistem atau tidak. Hal ini dikarenakan setiap orang menginginkan sesuatu yang bisa memberikan manfaat ataupun keuntungan untuk mereka. Dari manfaat yang ditawarkan, akan membangun keputusan masyarakat dan menimbulkan kepercayaan dalam menggunakan suatu sistem. Kepercayaan akan timbul dimana mereka telah yakin pada suatu produk yang digunakan dapat memberikan banyak manfaat dan keuntungan bagi mereka. Persepsi tersebut dapat dijadikan pertimbangan dalam menimbulkan minat pengguna pada sebuah produk, dengan harapan mampu mengurangi tingkat kesulitan yang ada pada proses menyelesaikan pekerjaannya. (Tri Putra & et.al, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Lalu Agustino, Ujianto & Imawati Yousida (2021) penelitian ini menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan *e-wallet*, serta kepercayaan mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

*H<sub>6</sub>: Perceived Usefulness berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui Trust*

---

---

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data Primer dan sekunder, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling,sampel pada penelitian ini yaitu pengguna *e-wallet* Dana Kota Pekalongan dan teknik pengumpulan data dengan penyebaran menggunakan *google form*,analisis data menggunakan bantuan SPSS dengan regresi linier berganda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Reliabilitas dan Validitas**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan,dapat diketahui bahwa model instrumen atau kuesioner dikatakan valid dan reliabel. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka variabel valid dan keputusan jika  $Cronbach\ Alpha > 0,6$  dinyatakan *reliabel* (Ghozali I. , 2016). Nilai Cronbach alpha untuk variabel pengetahuan 0,738 fitur layanan 0,718 *perceived usefulness* 0,754 *trust* 0,784 dan minat menggunakan 0,838.

### **Uji Asumsi Klasik**

Terdapat tiga metode yang diuji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Pada uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* terhadap *unstandardized residual* hasil regresi. Data dikatakan normal jika nilai probabilitas (sig) *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,05$ , diketahui bahwa nilai *Asymp signifikansi (2-tailed)* berada di atas *level of significance 5%* ( $0,859$  dan  $0,201 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dilihat melalui nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$  maka tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali, 2013), berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi karena nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .

Uji heteroskedastisitas, data dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika probabilitas (sig) koefisien regresi ( $\beta$ ) dari masing-masing variabel independen lebih besar dari  $> 0,05$  (Ghozali, 2013). Dari hasil analisis data uji heteroskedastisitas 1 dan 2 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi semua hubungan  $> \text{sig } 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

## **Analisis Jalur**

Dari hasil analisis SPSS, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* pada uji determinasi model I sebesar 0,839 atau 83,9%. Artinya variabel pengetahuan, fitur layanan, *perceived usefulness* dan *trust* mampu menjelaskan 83,9% dari varian variabel minat menggunakan dimana 16,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* pada uji determinasi model II 0,706 atau 70,6%. Artinya pengetahuan, fitur layanan, *perceived usefulness* mampu menjelaskan 70,6% dari varian variabel *trust* dimana 29,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). jika hasil signifikansi variabel independen  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Dalam penelitian ini, uji t dilakukan tiga kali, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan, fitur layanan, *perceived usefulness* lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05.

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Jika hasil signifikansi  $f$  hitung  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Dari hasil uji anova dapat diketahui nilai  $F$  hitung sebesar 129,649 dengan probabilitas nilai signifikansi 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa secara simultan seluruh variabel independen yaitu pengetahuan, fitur layanan, *perceived usefulness* melalui *trust* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, fitur layanan, *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* Dana, dengan persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = -1,939 + 0,242 X_1 + 0,303 X_2 + 0,346 X_3 + 0,221 Z + e$$

$$Z = 1,547 + 0,516 X_1 + 0,215 X_2 + 0,179 X_3 + e$$

Dimana:  
 $Y$  = Minat Menggunakan

$Z$  = *Trust*

$X_1$  = Pengetahuan

$X_2$  = Fitur Layanan

$X_3$  = *Perceived Usefulness*

**Tabel 1 Uji T Model I**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-1,939	,783		-2,475	,015
Pengetahuan	,242	,089	,225	2,732	,007
Fitur layanan	,303	,065	,277	4,645	,000
<i>Perceived Usefulness</i>	,356	,067	,339	5,288	,000
<i>Trust</i>	,221	,083	,201	2,662	,009

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

**Tabel II Uji T Model 11**

Moel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,547	,949		1,629	,107
Pengetahuan	,516	,095	,525	5,405	,000
Fitur Layanan	,215	,077	,216	2,791	,006
<i>Perceived Usefulness</i>	,179	,081	,187	2,214	,029

a. Dependent Variable: Trust

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*

Berdasarkan tabel II dapat bahwa nilai t <sub>hitung</sub> untuk variabel pengetahuan sebesar 5,405 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**.

H2 : Fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*

Berdasarkan tabel II dapat bahwa nilai t <sub>hitung</sub> untuk variabel fitur layanan sebesar 2,791 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**.

H3 : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*

Berdasarkan tabel II dapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel fitur layanan sebesar 2,214 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**.

Uji sobel digunakan untuk menentukan terdapat atau tidaknya pengaruh mediasi atau intervening(Ghozali, 2016). Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terjadi pengaruh mediasi. Sebagai berikut :

H4 : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui *trust*

Berdasarkan hasil uji sobel diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,359  $> t_{tabel}$  1,984. Maka dapat disimpulkan ada **pengaruh mediasi**.

H5 : Fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui *trust*

Berdasarkan hasil uji sobel diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,864  $< t_{tabel}$  1,984. Maka dapat disimpulkan **tidak pengaruh mediasi**.

H6 : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui *trust*

Berdasarkan hasil uji sobel diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,2164  $> t_{tabel}$  1,984. Maka dapat disimpulkan ada **pengaruh mediasi**.

## Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap minat menggunakan *e-wallet* Dana. Dari hasil uji didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,405 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* Dana. Dari hasil uji didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,791 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana. Dari hasil uji didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,214 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel

*Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana.

4. Terdapat pengaruh mediasi *Trust* pada hubungan Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana. Berdasarkan hasil uji sobel didapatkan nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,359 > 1,984$  maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima H0 ditolak. Hal ini berarti Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*.
5. Tidak terdapat pengaruh mediasi *Trust* pada hubungan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana. Berdasarkan hasil uji sobel didapatkan nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $1,864 < 1,984$  maka dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak H0 diterima. Hal ini berarti Fitur Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*.
6. Terdapat pengaruh mediasi *Trust* pada hubungan *Perceived Usefulness* terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana. Berdasarkan hasil uji sobel didapatkan nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,2164 > 1,984$  maka dapat disimpulkan bahwa H6 diterima H0 ditolak. Hal ini berarti *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* Dana melalui *Trust*.

Saran :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan memperluas wilayah populasi bukan hanya di Kota saja dan menambahkan jumlah responden.
2. Penelitian selanjutnya yang akan meneliti variabel minat menggunakan *e-wallet*, dapat menambahkan faktor – faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asti, I. S., & et.all. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri). *Jurnal Akuntansi Aktiva*, 160-168.
- Desita, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 115-124.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet LinkAja (Studi Kasus Di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 67-80.
- Hasya, R. (2022, Agustus Minggu). *Ini 10 E-Wallet yang paling sering dipakai masyarakat indonesia tahun 2022*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompet Digital DANA . *Journal of Management and Creative Business* , 181-202
- Moniaga, V., & et.all. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Produk Wardah Sebagai Kosmetik Halal Melalui Sikap Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 67-80.
- Nadhilah, A., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi). *Jurnal akuntansi Politeknik Negeri Jakarta*, 31-54.
- Rosidi, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Biaya Administrasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 444-450.
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan E-wallet Dana Di kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 46-56.
- Tri Putra, B. W., & et.al. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money "DANA" Bagi Mahasiswa "UMSIDA". *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1-13.