

ABSTRAK

Perkembangan situs belanja daring yang sangat pesat di Indonesia mendorong penyedia dompet elektronik untuk bekerjasama dengan berbagai situs belanja daring sebagai salah satu metode pembayarannya. Namun, penggunaan dompet elektronik untuk bertransaksi di situs belanja daring masih terhitung rendah dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kegunaan, kemudahan, keamanan, biaya, dan promosi pada perilaku untuk menggunakan dompet elektronik di situs belanja daring. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di situs belanja daring Tokopedia, Bukalapak, Blanja.com, Berrybenka, Hijabenka, Blibli.com, Sociolla, JD.id, Elevenia, Zalora, dan Lazada menggunakan metode pembayaran dompet elektronik maupun nondompot elektronik. Objek dalam penelitian ini adalah dompet elektronik Gopay, Ovo, Dana, dan LinkAja. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatori dengan teknik pengambilan sampel menggunakan penyampelan bersasaran. Penelitian ini mengumpulkan 291 sampel dari kuesioner yang disebar secara daring melalui google formulir. Data dalam penelitian ini diolah dengan metode regresi logistik biner menggunakan SPSS 22.

Penelitian ini menguji 5 hipotesis, namun terdapat 2 hipotesis yang tidak terdukung. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan, kemudahan, serta promosi berpengaruh positif secara signifikan pada perilaku menggunakan dompet elektronik pada situs belanja daring. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa keamanan dan biaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kombinasi pembayaran dompet elektronik dan nondompot elektronik maupun nondompot elektronik saja.

Kata kunci: Kegunaan, Kemudahan, Keamanan, Biaya, Promosi, Perilaku Menggunakan Dompot Elektronik, Situs Belanja Daring.

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia has motivated the e-wallet company to build partnerships with e-commerce as one of their payment methods. However, the amount of e-wallet usage in e-commerce transactions is still low compared with the other payment methods. This study is aimed to examine the effect of usefulness, ease of use, security, cost, and promotion on behavior to use e-wallet in e-commerce transactions. The subjects of this study are consumers of e-commerce like Tokopedia, Bukalapak, Blanja.com, Berrybenka, Hijabenka, Blibli.com, Sociolla, JD.id, Elevenia, Zalora, and Lazada which use e-wallet and non-e-wallet payment in their transaction. The objects of this research are e-wallet in Indonesia such as Gopay, Ovo, Dana, and LinkAja. This study is quantitative research with the explanatory approach. The sampling method used in this study is purposive sampling. The data was collected from 291 respondents through online questionnaire by using google form. The data processing method used in this study is binary logistic regression with SPSS 22 application.

This research examined 5 hypotheses, and there are 2 hypotheses rejected in this study. The results of this study show that usefulness, ease of use, and promotion have a significant positive effect on behavior to use e-wallet in e-commerce transactions. However, this research also find out that security and cost don't significantly affect consumer decisions in using the combination of e-wallet and non-e-wallet payment instead of non-e-wallet only.

Keywords: Usefulness, Ease of Use, Security, Cost, Promotion, Behaviour to Use E-wallet, E-commerce.