



**Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet***

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**DHEA AYU FAIRUZHA**

**14040118120016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Dhea Ayu Fairuzha  
Nomor Induk Mahasiswa : 14040118120016  
Tempat / Tanggal Lahir : Klaten, 17 Mei 2000  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Kavling Timur Pahlawan, Kec. Wonosobo  
Kab. Wonosobo, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah skripsi yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet***

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 13 Desember 2022  
Pembuat Pernyataan,



Dhea Ayu Fairuzha  
NIM 14040118120016

## HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*,  
Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat  
dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat  
Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*  
Nama Penyusun : Dhea Ayu Fairuzha  
NIM : 14040118120016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Dekan




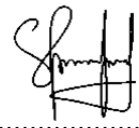
Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.  
NIP. 196408271990011001

Semarang, 13 Desember 2022  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kemahasiswaan






Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 196908221994031003

### Dosen Pembimbing:

1. Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, S.Sos., M.Si (  )
2. S. Rouli Manalu S.Sos, MCommSt, Ph.D (  )

### Dosen Penguji Skripsi:

1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc. (  )
2. S. Rouli Manalu S.Sos, MCommSt, Ph.D (  )
3. Dr. Lintang Ratri Rahmiaji, S.Sos., M.Si (  )

## MOTTO

God is always on time

*Indeed after hardship comes ease (QS. Al-Insyirah: 6-7)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Bapak Aris Budiono, Ibu Kumala Widiawati dan adik penulis Cinka Gisella yang selalu memberikan dukungan baik secara materil, semangat dan doa. Terima kasih untuk setiap doa dan support yang telah diberikan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan studinya.
3. Mba Lintang Ratri Rahmiaji dan Mba Rouli Manalu sebagai dosen pembimbing. Terima kasih telah senantiasa membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik.
4. Mas Tandiyo Pradekso sebagai dosen penguji. Terima kasih untuk bimbingan dan arahan yang diberikan selama penulisan tugas akhir ini berlangsung.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang dengan penuh kasih dan semangat mengajar selama perkuliahan, terima kasih untuk setiap ilmu yang diberikan.
6. Iffah, Wanda, Elsa, Gayatri, dan Marsha sahabat selama perkuliahan yang selalu ada baik dalam suka maupun duka. Terima kasih untuk selalu ada, tidak pernah meninggalkan satu sama lain, selalu menjadi tempat ternyaman untuk bercerita

dan berbagi banyak hal. *I can't wait to meet you again guys, with our best version in the future, Love you!*

7. Renata, Syahifa, Elak, Shabrina, Indah dan Orin. Sahabat selama kehidupan di Tembalang dan Wonosobo. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang semasa merantau dan menjadi pendengar yang setia. *Love you guys!*
8. Megatrisna dan Nadya Ayu. Sahabat yang selalu menjadi tempat keluh kesah selama perjalanan skripsi dari tahun 2021-2022. Terima kasih untuk selalu ada dan menyediakan tempat nyaman untuk bercerita. *Love you guys!*
9. Sofi, Maya dan Farrah teman seperjuangan pojok BNI dan Widya Puraya. Terima kasih sudah berjuang bersama dan akhirnya bisa finish bareng. *Yeay we did it!*
10. Sarah dan Zelda, teman seperjuangan bimbingan jum'at akhirnya kita bisa selesai sama-sama, sungguh perjuangan yang tidak sia-sia, *we did it guys!*
11. Raden, Aul, Fatikah, Sheila, Laras, Ardine dan Ridha. Teman yang turut mewarnai perjalanan perkuliahan di jurusan Ilmu Komunikasi. Terima kasih sudah mewarnai hari-hari penulis semasa diperkuliahan bersama.
12. Firda, Fafa, Daffa, Arman, dan Farhan. Sahabat-sahabat yang selalu ada, yang memberikan dukungan meskipun dari jauh. Terima kasih, *guys* untuk *support* doa dan semangatnya yang selalu diberikan kepada penulis.
13. Rima, Hayu, Tiwi, Nefti, Bunga, Fika, Rika, dan Nabila. Sahabat-sahabat yang juga selalu ada untuk penulis, selalu memberikan dorongan semangat dan doa yang selalu mengiringi. Terima kasih dan *Love you guys!*

14. Ka Viola, Ka Anisah dan Ka Yulia. Kakak-kakak di jurusan ilmu komunikasi yang selalu membimbing dan mengajarkan banyak hal diluar jam perkuliahan, terima kasih atas *sharing session* yang selalu menarik dan *insightful*.
15. HMD Ilmu Komunikasi terkhususnya Departemen Bisnis 2019-2020, terima kasih telah menjadi wadah untuk berproses dan bertumbuh, banyak sekali pengalaman seru dan menyenangkan yang telah didapatkan. Bersyukur untuk setiap pengalaman dan hal-hal yang pernah dilalui bersama.
16. Local Market dan Komusikasi COMMWEEK 2018-2020. Terima kasih untuk setiap kesempatan yang diberikan, kesempatan untuk berkarya dan berproses di dalamnya, tak lupa juga dipertemukan dengan orang-orang luar biasa didalamnya. Terima kasih.
17. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2018, terima kasih untuk kebersamaannya yang sungguh luar biasa. Bertemu dan mengenal teman baru di jurusan ini merupakan hal yang amat menyenangkan. *See you on top, guys!*
18. *Thank you for myself, for always believing, survive and trying even though it's not easy but always believe that I can get through it. Thank you, Dhea Ayu.*

## ABSTRAKSI

**Judul Skripsi:** Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*

**Nama** : Dhea Ayu Fairuzha

**NIM** : 14040118120016

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

---

Perkembangan teknologi mendorong perubahan perilaku transaksi masyarakat di Indonesia. Saat ini, masyarakat mulai beralih pada transaksi non-tunai. Penggunaan *e-wallet* kini telah menjadi fenomena baru di dunia *financial and technology*. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) merilis nilai transaksi *e-wallet* yang tumbuh 42,6 persen selama *year-on year* pada triwulan pertama 2022. Kemunculan fenomena penggunaan *e-wallet* tersebut lantas mendorong berbagai perusahaan dompet digital di Indonesia. Akibat persaingan tersebut, masing-masing perusahaan *e-wallet* lantas meningkatkan performa fitur dan layanan serta meningkatkan persebaran informasi di berbagai media massa seperti televisi, radio, *online news*, dan media sosial instagram. Meskipun demikian, belum semua masyarakat menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayarannya.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara intensitas konsumsi informasi *e-wallet*, intensitas komunikasi *e-wom e-wallet*, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan uji statistik regresi linear sederhana. Sampel dalam penelitian adalah 100 responden dengan usia 20-60 tahun yang merupakan masyarakat Kota Semarang.

Hasil penelitian membuktikan bahwa pada H1 ada pengaruh antara intensitas konsumsi informasi *e-wallet* terhadap persepsi manfaat. Kemudian, pada H2 ada pengaruh antara intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* terhadap persepsi manfaat. Pada H4 ada pengaruh antara intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Lalu, pada H5 terdapat pengaruh antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*, serta pada H6 terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*. Sedangkan, pada H3 memperlihatkan tidak ada pengaruh antara intensitas konsumsi informasi *e-wallet* terhadap persepsi kemudahan penggunaan, yang artinya, persepsi kemudahan penggunaan yang dimiliki individu tidak tumbuh dari intensitas konsumsi informasi *e-wallet* justru intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* berkontribusi pada tumbuhnya persepsi kemudahan penggunaan.

**Kata Kunci :** Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*



## ABSTRACT

**Title** : *The Influence of Intensity of E-Wallet Information Consumption, Intensity of Communication E-WOM E-Wallet, Perceived of Usefulness and Perceived Ease of Use on Interest in Using E-Wallet App*

**Name** : Dhea Ayu Fairuzha

**Student Number** : 14040118120016

**Department** : Communication Studies

---

*Technological developments encourage changes in the behavior of people's transactions in Indonesia. Currently, people are starting to switch to non-cash transactions. The use of e-wallets has now become a new phenomenon in the world of finance and technology. The emergence of the phenomenon of using e-wallets has encouraged various digital wallet companies in Indonesia. As a result of this competition, each e-wallet company has improved the performance of its features and services as well as increased the dissemination of information in various mass media such as television, radio, online news and Instagram social media. Even so, not all people use e-wallets to make payment transactions.*

*The study aims to determine the effect of the intensity of e-wallet information consumption, the intensity of e-wom e-wallet communication, perceived usefulness and perceived ease of use on interest in using e-wallet applications. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) and simple linear regression statistical tests. The sample in the study was 100 respondents aged 20-60 years who are residents of the city of Semarang.*

*The results of the study prove that in H1 there is an influence between the intensity of consumption of e-wallet information on perceived usefulness. Then, in H2 there is an influence between the intensity of e-wom e-wallet communication on perceived usefulness. In H4 there is an influence between the intensity of e-wom e-wallet communication on perceived ease of use. Then, in H5 there is an influence between perceived usefulness on interest in using e-wallet applications, and in H6 there is an influence between perceived ease of use and interest in using e-wallet applications. Meanwhile, in H3 it shows that there is no influence between the intensity of consumption of e-wallet information on perceived ease of use, which means that the perceived ease of use of individuals does not grow from the intensity of consumption of e-wallet information, instead the intensity of e-wom e-wallet communication contributes to the growth perceived ease of use.*

**Key Words** : *The Intensity of E-Wallet Information Consumption, Intensity of Communication E-WOM E-Wallet, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use, Interest in Using E-Wallet App*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel intensitas konsumsi informasi *e-wallet*, intensitas komunikasi *e-wom e-wallet*, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet*.

Penelitian ini dilakukan setelah melihat fenomena transaksi digital melalui *e-wallet* yang menjadi *trend* baru di dunia *Fintech* terlebih selama pandemi Covid-19. Meningkatnya persaingan di dunia *e-wallet* membuat perusahaan *e-wallet* lantas meningkatkan performa fitur dan layanan serta meningkatkan persebaran informasi di berbagai media massa. Namun meskipun demikian, belum semua masyarakat di Indonesia menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat secara akademik dan dapat dimanfaatkan untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Menyadari kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis secara terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan penelitian selanjutnya.

Semarang, 13 Desember 2022



Dhea Ayu Fairuzha

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1. Paradigma Penelitian.....	9
1.5.2. State of The Art.....	10
1.5.3. Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	14
1.5.4. Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	15
1.5.5. Persepsi Manfaat.....	17
1.5.6. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	17
1.5.7. Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> .....	18
1.5.8. Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ), Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> ( $X_2$ ), Persepsi Manfaat ( $X_3$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ) dan Minat Menggunakan aplikasi <i>E-Wallet</i> ( $Y$ ).....	20
1.6. Hipotesis Penelitian.....	26
1.7. Definisi Konseptual.....	27
1.7.1. Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	27

1.7.2.	Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	27
1.7.3.	Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> .....	27
1.7.4.	Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	28
1.7.5.	Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> .....	28
1.8.	Definisi Operasional .....	28
1.8.1.	Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	28
1.8.2.	Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	28
1.8.3.	Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> .....	29
1.8.4.	Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	29
1.8.5.	Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> .....	30
1.9.	Metode Penelitian .....	30
1.9.1.	Jenis Penelitian .....	30
1.9.2.	Populasi .....	31
1.9.3.	Sampel .....	31
1.9.4.	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	32
1.9.5.	Alat dan Teknik Penelitian .....	32
1.9.5.1.	Alat Pengumpulan Data .....	32
1.9.5.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
1.9.6.	Teknik Pengolahan Data Penelitian .....	33
1.9.6.1.	Editing .....	33
1.9.6.2.	Koding .....	33
1.9.6.3.	Tabulasi .....	33
1.9.7.	Analisis Data Penelitian .....	33
1.9.7.1.	Analisis Data Penelitian .....	33
1.9.7.2.	Uji Validitas .....	34
1.9.7.3.	Uji Reliabilitas .....	34
BAB II	.....	35
2.1.	Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi .....	35
2.1.1.	Teknologi pada Era Komputer .....	36
2.1.2.	Teknologi Informasi .....	36

2.1.3. Teknologi Era Globalisasi Informasi .....	37
2.1.4. Teknologi di Bidang Ekonomi .....	38
2.2. <i>Cashless Society</i> .....	39
2.2.1. Definisi <i>Cashless Society</i> .....	39
2.2.2. <i>Cashless Society</i> di Indonesia .....	40
2.3. Kondisi dan Persaingan <i>E-Wallet</i> di Indonesia .....	41
<b>BAB III</b> .....	47
3.1. Uji Validitas .....	47
3.1.1. Uji Validitas Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ).....	48
3.1.2. Uji Validitas Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> ( $X_2$ ).....	48
3.1.3. Uji Validitas Persepsi Manfaat ( $X_3$ ).....	49
3.1.4. Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ) .....	49
3.1.5. Uji Validitas Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> ( $Y$ ) .....	50
3.2. Uji Reliabilitas .....	50
3.3. Identitas Responden.....	51
3.3.1. Usia .....	51
3.3.2. Jenis Kelamin.....	52
3.4. Variabel Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	52
3.5. Variabel Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	56
3.6. Variabel Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> .....	59
3.7. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	62
3.8. Variabel Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> .....	64
<b>BAB IV</b> .....	67
4.1. Uji Hipotesis.....	67
4.1.1. Uji Hipotesis Pertama Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ) terhadap Persepsi Manfaat ( $X_3$ ) .....	69
4.1.2. Uji Hipotesis Kedua Pengaruh Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> ( $X_2$ ) terhadap Persepsi Manfaat ( $X_3$ ) .....	71
4.1.3. Uji Hipotesis Ketiga Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ).....	73

4.1.4. Uji Hipotesis Keempat Pengaruh Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> (X <sub>2</sub> ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>4</sub> ).....	74
4.1.5. Uji Hipotesis Kelima Pengaruh Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> (X <sub>3</sub> ) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> (Y) .....	76
4.1.6. Uji Hipotesis Keenam Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> (X <sub>4</sub> ) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> (Y).....	78
4.2. Pembahasan.....	80
4.2.1. Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> (X <sub>1</sub> ) terhadap Persepsi Manfaat (X <sub>3</sub> ) .....	80
4.2.2. Pengaruh Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> (X <sub>2</sub> ) terhadap Persepsi Manfaat (X <sub>3</sub> ) .....	83
4.2.3. Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> (X <sub>1</sub> ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>4</sub> ).....	85
4.2.4. Pengaruh Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> (X <sub>2</sub> ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>4</sub> ).....	88
4.2.5. Pengaruh Persepsi Manfaat (X <sub>3</sub> ) terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> (Y) 90	
4.2.6. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>4</sub> ) terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> (Y).....	93
BAB V .....	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	110

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Informasi Kemudahan Layanan <i>E-Wallet</i>.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 2 <i>Theoretical Framework</i> TAM.....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 4. 1 Uji Hipotesis Penelitian Pertama .....</b>	<b>69</b>
<b>Gambar 4. 2 Uji Hipotesis Penelitian Kedua.....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 4. 3 Uji Hipotesis Penelitian Ketiga.....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4. 4 Uji Hipotesis Penelitian Keempat.....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. 5 Uji Hipotesis Penelitian Kelima.....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4. 6 Uji Hipotesis Penelitian Keenam.....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Dompot Digital di Indonesia.....	4
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_1$ ).....	48
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_2$ ).....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_3$ ).....	49
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_4$ ).....	49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel ( $Y$ ).....	50
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian .....	51
Tabel 3. 7 Usia Responden .....	51
Tabel 3. 8 Pernyataan Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	53
Tabel 3. 9 Kategorisasi Variabel Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> .....	56
Tabel 3. 10 Tabel Pernyataan Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	56
Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> .....	58
Tabel 3. 12 Tabel Pernyataan Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> .....	59
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> .....	61
Tabel 3. 14 Tabel Pernyataan Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	62
Tabel 3. 15 Kategorisasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	64
Tabel 3. 16 Tabel Pernyataan Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> .....	65
Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> .....	66
Tabel 4. 1 Hasil Uji Analisis Regresi Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ) terhadap Persepsi Manfaat ( $X_3$ ) .....	69
Tabel 4. 2 Hasil Uji Analisis Regresi Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> ( $X_2$ ) terhadap Persepsi Manfaat ( $X_3$ ) .....	71
Tabel 4. 3 Hasil Uji Analisis Regresi Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> ( $X_1$ ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ).....	73
Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisis Regresi Pengaruh Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> ( $X_2$ ) terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_4$ ) .....	75
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Regresi Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i> ( $X_3$ ) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> ( $Y$ ).....	77
Tabel 4. 6 Hasil Uji Analisis Regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Wallet</i> ( $X_4$ ) terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> ( $Y$ ).....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Matrix Penelitian .....	110
Lampiran 1. 2 Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 1. 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Melalui <i>Software</i> SPSS 25 .....	122