

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL,  
KEBERMANFAATAN DAN DAYA TARIK PRODUK  
TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET PADA  
MASYARAKAT KOTAPINANG**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**REZA APRIADI  
NIM. 19 401 00149**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL,  
KEBERMANFAATAN DAN DAYA TARIK PRODUK  
TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET* PADA  
MASYARAKAT KOTAPINANG**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**REZA APRIADI  
NIM. 19 401 00149**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL,  
KEBERMANFAATAN DAN DAYA TARIK PRODUK  
TERHADAP PENGGUNAAN *E-WALLET* PADA  
MASYARAKAT KOTAPINANG**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh  
REZA APRIADI  
NIM. 19 401 00149**

PEMBIMBING I

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.  
NIP. 198303172018012001**

PEMBIMBING II

**Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.  
NIP. 199409282020121007**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

Hal : Skripsi  
An. **Reza Apriadi**

Padangsidempuan, November 2024

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di-

Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an **Reza Apriadi** yang berjudul "*Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Masyarakat Kotapinang*", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami ucapkan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**



**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.**  
**NIP. 198303172018012001**

**PEMBIMBING II**



**Ferri Alfadri, S.E.I.,M.E.**  
**NIP. 199409282020121007**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Apriadi  
NIM : 19 401 00149  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Masyarakat Kotapinang.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun Skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 ayat 14 tahun 2023.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 14 ayat 14 tahun 2023.tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, November 2024

Saya yang menyatakan,



REZA APRIADI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Reza Apriadi  
NIM : 19 401 00149  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Masyarakat Kotapinang”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : November 2024

Saya yang menyatakan,



**REZA APRIADI**  
**NIM. 19 401 00149**

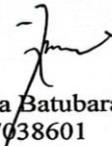


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

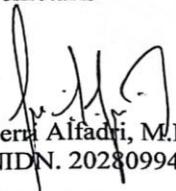
**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Reza Apriadi  
NIM : 19 401 00149  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Masyarakat Kotapinang

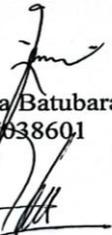
Ketua

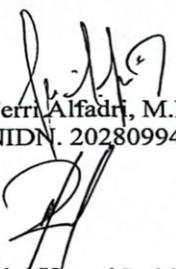
  
Dr. Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601

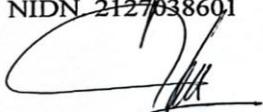
Sekretaris

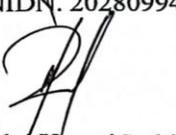
  
Ferri Alfadri, M.E  
NIDN. 2028099401

Tim Penguji

  
Dr. Sarmiana Batubara, M.A  
NIDN. 2127038601

  
Ferri Alfadri, M.E  
NIDN. 2028099401

  
Adanan Murroh Nasution, M.A  
NIDN. 2104118301

  
Rini Hayati Lubis, M.P  
NIDN. 2013048702

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Tanggal : 19 November 2024  
Pukul : 09:00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : 76,25/B  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,75  
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

### **PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, KEBERMANFAATAN DAN DAYA TARIK PRODUK TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET PADA MASYARAKAT KOTAPINANG.**

**Nama** : **REZA APRIADI**  
**NIM** : **19 401 00149**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 16 Januari 2025  
Dekan,



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : Reza Apriadi**

**NIM : 19 401 00149**

**Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan, dan Daya Tarik produk terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat Kotapinang**

*E-Wallet* merupakan salah satu teknologi dalam industri keuangan yang memberikan pelayanan berupa kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun tanpa harus membawa uang tunai ataupun menghabiskan waktu untuk mengantri. Masih ada masyarakat yang tidak menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksinya, hal itu disebabkan karena mereka masih menganggap bahwa transaksi tunai lebih dipercaya dibandingkan dengan transaksi dengan menggunakan *E-Wallet*, kurangnya pengetahuan dalam memutuskan memiliki keuangan digital, ketidaktahuan masyarakat dalam hal kebermanfaatan dalam menggunakan *E-Wallet*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital, kebermanfaatan, daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat kotapinang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling* dengan jumlah populasi 96 masyarakat Kotapinang yang ditentukan dengan menggunakan rumus lemeshow. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen dan teknik analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian ini adalah ada pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Sedangkan hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,649 artinya literasi keuangan digital, variabel kebermanfaatan dan variabel daya tarik produk mampu mempengaruhi penggunaan *E-Wallet* sebesar 64,9% sedangkan sisanya 33,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci : Daya Tarik Produk, Kebermanfaatan, Literasi Keuangan Digital, Penggunaan *E-Wallet*.**

## ABSTRACT

Name : Reza Apriadi

NIM : 19 401 00149

**Thesis Title** : *The Effect of Digital Financial Literacy, Usefulness, and Product Attractiveness of E-Wallet Use in the Kotapinang Community*

E-Wallet is a technology in the financial industry that provides services in the form of convenience for transactions anywhere and anytime without having to carry cash or spend time queuing. There are still people who do not use E-Wallets as a transaction tool, this is because they still consider cash transactions to be more trustworthy than transactions using E-Wallets, lack of knowledge in digital financial decisions, public ignorance regarding the benefits of using E-Wallets. So the aim of this research is to determine the influence of digital financial literacy, usefulness, product attractiveness on the use of E-Wallets in the Kotapinang community. This research is quantitative research using primary and secondary data. The data collection technique used was a questionnaire. Sampling in this study used a purposive sampling technique with a population of 96 Kotapinang residents determined using the Lemeshow formula. The data analysis method used is Instrument Testing and Data Analysis Techniques using the SPSS version 23 application. The results of this research are that there is an influence of digital financial literacy on the use of E-Wallets in the Kotapinang community. There is a beneficial influence on the use of E-Wallet among the people of Kotapinang. There is an influence of product attractiveness on the use of E-Wallet among the people of Kotapinang. There is a simultaneous influence of digital financial literacy, usefulness and product attractiveness on the use of E-Wallet among the people of Kotapinang. Meanwhile, the results of the coefficient of determination can be seen that the R<sup>2</sup> value is 0.649, meaning that digital financial literacy, usefulness variables and product attractiveness variables are able to influence E-Wallet use by 64.9% while the remaining 33.1% is explained by other factors outside this research.

**Keywords:** *Digital financial literacy, e- wallet use, product attractiveness, usefulness*

## خلاصة

الإسم : رج افيادي

نيم : ٠٠١٤٩٤٠١١٩

عنوان الأطروحة: تأثير المعرفة المالية الرقمية وفائدتها والمنتج جاذبية استخدام المحفظة الإلكترونية

في مجتمع كوتابينانج

المحفظة الإلكترونية هي تقنية في الصناعة المالية توفر خدمات في شكل راحة للمعاملات في أي مكان وزمان دون الحاجة إلى حمل النقود أو قضاء الوقت في الانتظار. لا يزال هناك أشخاص لا يستخدمون المحافظ الإلكترونية كأداة للمعاملات، وذلك لأنهم ما زالوا يعتبرون المعاملات النقدية أكثر جدارة بالثقة من المعاملات باستخدام المحافظ الإلكترونية، ونقص المعرفة في القرارات المالية الرقمية، والجهل العام بفوائد استخدام المحافظ الإلكترونية. المحافظ الإلكترونية محافظ. لذا فإن الهدف من هذا البحث هو تحديد تأثير الثقافة المالية الرقمية، والفائدة، وجاذبية المنتج على استخدام المحافظ الإلكترونية في مجتمع كوتابينانج. هذا البحث هو بحث كمي باستخدام البيانات الأولية والثانوية. وكانت تقنية جمع البيانات المستخدمة هي الاستبيان. استخدم أخذ العينات في هذه الدراسة تقنية أخذ العينات الهادفة مع عدد سكان يبلغ ٩٦ من سكان كوتابينانج تم تحديدهم باستخدام صيغة. طريقة تحليل البيانات المستخدمة هي تقنيات اختبار الأدوات وتحليل البيانات باستخدام تطبيق SPSS الإصدار ٢٣. نتائج هذا البحث هي أن هناك تأثير لمحو الأمية المالية الرقمية على استخدام المحافظ الإلكترونية في مجتمع كوتابينانج. هناك تأثير مفيد على استخدام المحفظة الإلكترونية بين سكان كوتابينانج. هناك تأثير لجاذبية المنتج على استخدام المحفظة الإلكترونية بين سكان كوتابينانج. هناك تأثير مترامن لمحو الأمية المالية الرقمية والفائدة وجاذبية المنتج على استخدام المحفظة الإلكترونية بين سكان كوتابينانج. وفي الوقت نفسه، يمكن ملاحظة نتائج معامل التحديد أن قيمة R2 هي ٠,٦٤٩، مما يعني أن الثقافة المالية الرقمية ومتغيرات المنفعة ومتغيرات جاذبية المنتج قادرة على التأثير على استخدام المحفظة الإلكترونية بنسبة ٦٤,٩٪ بينما تفسر النسبة المتبقية ٣٣,١٪ بـ وعوامل أخرى خارج هذا البحث.

الكلمات المفتاحية : الثقافة المالية الرقمية، الفائدة، جاذبية المنتج استخدام المحفظة الإلكترونية.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah, peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Masyarakat Kotapinang”**. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Rukiah, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan ibu Hamni Fadlillah Nasution, M. Pd., selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dra. Replita, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd., selaku Pembimbing I dan Bapak Ferri Alfadri, M.E, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, S.S., S.Ag., M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang

sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

8. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Kadimin dan Ibunda Astuti yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putranya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan juga kepada Fahry Afandi yang merupakan adik dari peneliti yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, dan kepada saudara-saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak Fahrozi R.S selaku Branch Manager BSI KCP Kotapinang, Bapak Sutikno selaku MRMTL, Ibu Nazly Winda Sari selaku BOSM KCP Kotapinang dan terkhusus kepada Abanganda Randi Sahreza dan Abanganda Andika Surya Putra Hasibuan yang selalu memberikan saran dan support bagi peneliti dalam segala hal dan kepada seluruh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Kotapinang yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Sahabat-sahabat peneliti Aditya Pandu Winata, Surya Bakti, Zidan Tobi Arsyah, Iqbal Pinayungan Munthe, Fahmi Rasyid Zein Hasibuan, Alfi Dwi

Rahman yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini, serta rekan-rekan Perbankan Syariah (PS 4), Mahasiswa KKL, serta teman seperjuangan HMP Perbankan Syariah dan seluruh Mahasiswa/i Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
12. Dan terimakasih untuk diri sendiri yang telah sabar dan kuat melewati semua ujian dan rintangan sampai dengan detik ini. *You're the best*

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti Amin ya robbalal'amin.

Padangsidempuan, November 2024  
Peneliti,

**REZA APRIADI**  
**NIM. 19 401 00149**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍammah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

## C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta mar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	12
E. Rumusan Masalah.....	13
F. Tujuan Penelitian .....	13
G. Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Kerangka Teori.....	16
1. Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	16
a. Pengertian Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	16
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	18
c. Kelebihan menggunakan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	20
d. Kekurangan menggunakan Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	20
e. Pentingnya menggunakan <i>E-Wallet</i> .....	21
f. Indikator Penggunaan <i>E-Wallet</i> .....	21
g. Penggunaan <i>E-Wallet</i> menurut Fatwa DSN MUI.....	23
2. Literasi Keuangan Digital .....	26
a. Pengertian Literasi Keuangan Digital .....	26
b. Indikator Literasi Keuangan Digital.....	27
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan Digital .....	29
3. Kebermanfaatan.....	31
a. Pengertian Kebermanfaatan.....	31
b. Indikator Kebermanfaatan .....	34
4. Daya tarik produk .....	35

a. Pengertian Daya tarik produk .....	35
b. Indikator Daya tarik produk .....	37
B. Kajian/ Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir .....	43
D. Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	44
B. Jenis dan metodologi Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel .....	44
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Analisis Data.....	51
1. Uji validitas .....	51
2. Reliabilitas .....	51
3. Uji normalitas.....	52
4. Uji Asumsi Klasik .....	53
5. Uji Regresi Linear Berganda.....	54
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
7. Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>56</b>
1. Sejarah umum Masyarakat kotapinang .....	56
<b>B. Deskripsi Data penelitian .....</b>	<b>60</b>
1. Karakteristik Responden .....	60
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
<b>C. Pengolahan Analisi Data.....</b>	<b>64</b>
1. Analisi Deskriptif.....	64
2. Hasil Uji Normalitas .....	65
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4. Hasil Uji Regresi Liar Berganda .....	68
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
<b>D. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....</b>	<b>72</b>
<b>E. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>79</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>80</b>
<b>B. Implikasi .....</b>	<b>80</b>
<b>C. Saran .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Survei Asosiasi penyelenggaraan jasa internet Indonesia (APJII).....	3
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel .....	12
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel III.1	Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Kuesioner.....	49
Tabel III.2	Kisi-kisi penelitian .....	49
Tabel IV.1	Hasil analisis responden berdasarkan jenis kelamin .....	58
Tabel IV.2	Hasil analisis responden berdasarkan usia .....	59
Tabel IV.3	Hasil analisis responden berdasarkan Alamat.....	60
Tabel IV.4	Hasil Analisis validitas.....	62
Tabel IV.5	Hasil Analisis reliabilitas .....	64
Tabel IV.6	Hasil analisis deskriptif .....	64
Tabel IV.7	Hasil analisis regresi linear berganda.....	66
Tabel IV. 8	Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel IV.9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel IV.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel IV.11	Hasil Uji parsial (Uji t).....	71
Tabel IV.12	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	72
Tabel IV.13	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Gambar penggunaan <i>E-Wallet</i> (snapchart).....	4
Gambar II.1	Gambar Kerangka pikir .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Data penelitian

- Literasi keuangan digital
- Kebermanfaatan
- Daya tarik produk
- Penggunaan *E-Wallet*

Lampiran 3 :

- Titik persentase Distribusi t d.f. = 1-200
- Titik persentase Distribusi F Probabilita = 0.1
- Hasil Output SPSS versi 23

Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, semakin banyak perubahan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. termasuk dalam transaksi tukar-menukar (keuangan). Begitu dahsyat inovasinya bahkan kebanyakan uang di dunia sekarang ini adalah uang elektronik atau uang digital, dan uang tunai mulai semakin berkurang penggunaannya. Perubahan gaya hidup juga membuat minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik hal itulah yang membuat transaksi digital semakin meningkat.<sup>1</sup>

Digitalisasi telah menghasilkan sebuah inovasi yang luar biasa, salah satu sektor yang mengalami inovasi adalah layanan keuangan hal itu ditandai dengan muncul dan berkembangnya *Financial Technology* atau dikenal dengan sebutan *fintech*.<sup>2</sup> Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC), *fintech* (*Financial Technology*) merupakan suatu inovasi menggunakan teknologi modern dalam bidang finansial. Inovasi yang dimaksud yaitu pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi yang dapat memfasilitasi masyarakat dalam melakukan proses transaksi keuangan.<sup>3</sup> *fintech* merupakan sebuah inovasi

---

<sup>1</sup> Heru Kreshna Reza Dan Melly Susanti. *Keuangan Digital*. (Cirebon : Yayasan Wiyata Besyari Samata, 2019), hlm 17.

<sup>2</sup> Hartina Fattah, Dkk. *Fintech Dalam Keuangan Islam : Teori dan Praktik*, (Jakarta : Publika Indonesia Utama, 2022), hlm. 1-3.

<sup>3</sup> Ana Toni Roby Candra Yudha, Dkk. *Fintech Syariah : Teori dan Terapan* (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020) hlm. 3.

teknologi dan digitalisasi terhadap dunia keuangan untuk mempermudah segala hal mengenai jasa keuangan. Fintech ini menggambarkan segala jenis inovasi teknologi yang memungkinkan atau meningkatkan penyediaan layanan keuangan termasuk *E-Wallet* yang merupakan terobosan baru dibidang teknologi keuangan (*financial technology*).<sup>1</sup>

Metode pembayaran online menggunakan *digital wallet* adalah salah satu inovasi teknologi di bidang keuangan yang sedang ramai diperbincangkan pada saat ini. *E-Wallet* merupakan salah satu teknologi dalam industri keuangan yang memberikan pelayanan berupa kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun tanpa harus membawa uang tunai ataupun menghabiskan waktu untuk mengantri. Hanya dengan menggunakan *smartphone* yang dibawa oleh masyarakat saat ini maka *E-Wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi.<sup>2</sup>

Perkembangan inovasi teknologi terjadi hampir diseluruh bidang bisnis salah satunya pada sektor jasa keuangan. Hal itu tentu tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan internet yang terus mengalami kenaikan. Hal itu selaras dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa pengguna internet di Indonesia pada periode 2019-2023 yaitu sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> Rusdi Hidayat N dan Lia Nirawati. *Keuangan Internasional Di Era Digitalisasi*. (Surabaya : Airlangga University Press. 2023), hlm. 12-13.

<sup>2</sup> Dewi Sartika Nasution dan Muhammad Muhajir Aminy. *Fintech Syariah : Teori Dan Praktik Di Indonesia*. (Mataram : UIN Mataram Press. 2020) hlm. 68-69.

**Tabel I.1**  
**Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)**

No.	Periode	Jumlah Pengguna
1.	2019	171,17 Juta
2.	2020	196,71 Juta
3.	2021	202,6 Juta
4.	2022	210,03 Juta
5.	2023	215,63 Juta

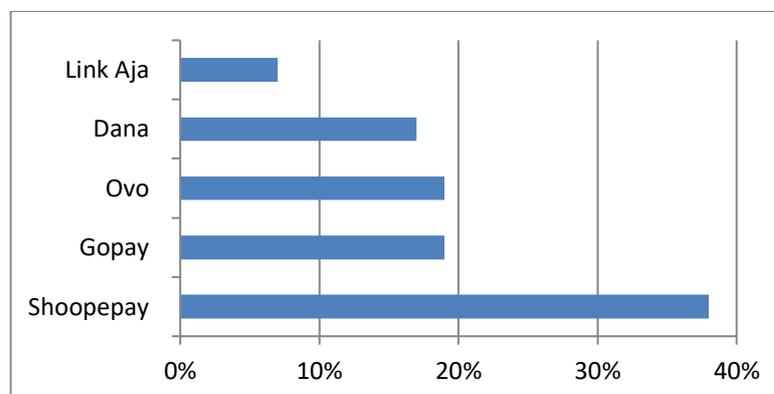
*Sumber : Survei APJII 2019-2023*

Berdasarkan survei APJII diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguan intenet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data tersebut jumlah pengguna internet pada tahun 2023 setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentasenya lebih tinggi 1,17% poin dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%.<sup>3</sup> Beberapa jenis aplikasi *E-Wallet* yang paling sering digunakan, seperti GoPay,OVO,DANA, *ShopeePay*, LinkAja, iSaku, Sakuku, *JakOne Mobile* dan sebagainya.<sup>4</sup> Semua itu adalah beberapa jenis *E-Wallet* yang ada di Indonesia dengan keunggulan dan kekurangan masing-masing.

---

<sup>3</sup> Sarnita Sadya : Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-2022-2023>. (diakses pada hari minggu 25 Oktober 2023).

<sup>4</sup> Sastya Hendri Wibowo, Dkk. *Teknologi Digital Di Era Modern* (Padang Sumatera Barat : PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023). Hlm. 62.

**Gambar I.1****Gambar Penggunaan *E-Wallet* (*Snapchart*)**

Sumber : *Snapchart* tahun 2021

Berdasarkan gambar I.1 hasil *survey* dari *Snapcart* data jumlah penggunaan *E-Wallet* pada bulan maret tahun 2021, *E-Wallet* yang paling banyak digunakan adalah *Shoopepay* (38%), selanjutnya disusul oleh *Gopay* (19%), *Ovo* (19%), *Dana* (17%) dan *Link Aja* (7%) seperti yang tertera pada grafik di atas.<sup>5</sup> *E-Wallet* tersebut telah berhasil menarik minat masyarakat dengan alasan paling membantu dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi.

Dompot digital (*E-Wallet*) merupakan aplikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi secara online melalui *smarthphone*. yang kegunaannya sama seperti kartu kredit atau debit.<sup>6</sup> *E-Wallet* ini hadir dengan perangkat sistem yang sudah tersambung dengan internet sehingga dapat memudahkan para konsumen dalam mengoperasikannya. Hadirnya

<sup>5</sup> Eko Sutriyanto, *Survei Snapcart : ShopeePay Kuasai 38 Persen Pasar Transaksi e-Wallet di Indonesia*, <https://www.tribunnews.com/techno/2021/03/30/survei-snapcart-shopeepay-kuasai-38-persen-pasar-transaksi-e-wallet-di-indonesia> , (diakses pada tanggal 04 Oktober 2023 Pada Pukul 22.50 WIB)

<sup>6</sup> Dewi Sartika Nasution, *Ekonomi Digital* (Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), hlm. 56.

*E-Wallet* ini bertujuan untuk kemudahan dalam transaksi non tunai atau transaksi secara digital.

Meskipun *E-Wallet* sudah banyak digunakan di Indonesia, akan tetapi sebagian masyarakat lebih memilih bertransaksi secara manual dengan uang tunai karena kebermanfaatan *E-Wallet* belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Hanya sebagian masyarakat yang merasakan kebermanfaatan *E-Wallet*, sedangkan masyarakat lain yang belum mengetahui kebermanfaatan *E-Wallet* sehingga masyarakat berpikir ulang untuk menggunakan layanan *E-Wallet*.

Kelurahan Kotapinang merupakan Ibukota dari Kabupaten Labuhanbatu Selatan dan menjadi pusat perputaran ekonomi masyarakat, selain itu Kelurahan Kotapinang menjadi jalan lintas sumatera dengan alasan ini peneliti yakin bahwa penggunaan *E-Wallet* akan sangat berpengaruh. Hal ini juga yang menjadikan *E-Wallet* sangat penting untuk digunakan, karena banyak keuntungan di dapat oleh penggunanya misalnya, efisien, minimnya pencurian, hingga dapat mengontrol pengeluaran keuangan dari penggunanya.

Jumlah masyarakat Kelurahan Kotapinang sebesar 26.957 jiwa, berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti bahwa masih banyak masyarakat Kotapinang yang lebih memilih menggunakan transaksi secara tunai dibandingkan transaksi secara non tunai hal ini dikarenakan kebanyakan masyarakat merasa lebih aman karena dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual. Hal itu didukung oleh hasil wawancara yang

dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat masyarakat Kelurahan Kotapinang. wawancara pertama dengan Ibu Wahyuni Nasution selaku masyarakat yang tidak menggunakan *E-Wallet*, ia mengatakan bahwa “saya mengerti apa itu *E-Wallet*, akan tetapi saya lebih memilih transaksi secara manual karena dirasa lebih aman karena dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual”.<sup>7</sup> Kemudian dengan Bapak Aditya Pandu Winata selaku pengguna *E-Wallet*, beliau mengatakan bahwa “dengan adanya aplikasi *E-Wallet* ini sangat membantu dirinya dalam melakukan berbagai jenis transaksi karena banyak keunggulan dan manfaat yang langsung dapat ia rasakan ketika menggunakan *E-Wallet*, selain mudah dalam pengaplikasiannya, *E-Wallet* juga efektif dan efisien ketika digunakan sehingga ia tidak perlu banyak membuang waktu apabila ingin melakukan transaksi”.<sup>8</sup> Dan dengan bapak Andika Surya Putra selaku pengguna *E-Wallet* ia mengatakan bahwa *E-Wallet* memberikan beberapa kemudahan, kebermanfaatan dan juga banyak promo menarik sehingga ia merasa *E-Wallet* sangat membantu dirinya dalam bertansaksi sehari-hari.<sup>9</sup>

Beberapa faktor yang mempengaruhi Masyarakat dalam menggunakan aplikasi *E-Wallet*, seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan dan sikap pengguna.<sup>10</sup> Namun dalam hal ini peneliti mengkaji dari segi bagaimana pengetahuan akan literasi keuangan digital,

---

<sup>7</sup> Wawancara Dengan Ibu Wahyuni Nasution, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 14.10 WIB

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Aditya Pandu Winata, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 14.35 WIB.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Andika Surya Putra, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 15.05 WIB.

<sup>10</sup> Heru Kreshna Reza dan Melly Susanti. *Keuangan Digital*. (Cirebon : Yayasan Wisata Bestari Samasta, 2019). hlm. 191.

kebermanfaatan yang dirasakan, serta daya tarik produk *E-Wallet* yang dilihat oleh masyarakat. Dimana Seseorang umumnya sudah memiliki pengetahuan terkait literasi keuangan digital dan dapat membuat keputusan sendiri mengenai masalah keuangannya. Tingginya tingkat literasi keuangan digital seseorang itu dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi digital seperti penggunaan *E-Wallet* dan juga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan digital. Dengan kehadiran *E-Wallet* ini memberikan berbagai macam keuntungan yang dapat menarik minat masyarakat untuk beralih dari menggunakan transaksi tunai ke transaksi non-tunai. Hal ini merupakan suatu dampak pengetahuan literasi keuangan digital yang dimiliki seseorang.

Menurut Indahyani mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan dompet digital (*ShooperPay*) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital dalam transaksi digital.<sup>11</sup> Sedangkan menurut Seputri dan Yafiz, literasi keuangan digital berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan *E-Wallet* (*Shopepay*).

Selain itu kebermanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat juga menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi pengguna dari sebuah layanan pembayaran digital. Seseorang

---

<sup>11</sup> Indahyani, K., & Dewi, I.G.A.K.R.S. 2021. *Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital (Shooperpay) Dalam Transaksi Keuangan*. JIMAT: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 12(3), hlm. 932-942

menggunakan teknologi keuangan digital umumnya merupakan seseorang yang sudah merasakan manfaat atau dampak yang besar bagi dirinya, maka hal itu akan menunjukkan kesediaan individu dalam menggunakan teknologi digital dengan aplikasi tertentu, hal itu sesuai dengan pernyataan L. Margerio yang mengatakan bahwa persepsi manfaat ini memberikan keyakinan tentang sejauh mana konsumen akan melakukan transaksi bisnis menggunakan internet.

Penelitian yang dilakukan Desita & Dewi menyebutkan bahwa kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-Wallet*.<sup>12</sup> Hasil tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian Violinda & Khoirunnisya yang menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku menggunakan layanan *E-Wallet*.<sup>13</sup>

Kebermanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Jika seseorang mengetahui manfaat atau kegunaan (usefulness) positif atas penggunaannya maka individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari variabel

---

<sup>12</sup>Desita, W., & Dewi, A. K. R. S. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompet Elektronik (*EWallet*)”. Jurnal Akuntansi Profesi, Vol. 13. No. 1 tahun 2022, hlm . 117.

<sup>13</sup> Violinda, Q., & Khoirunnisya, N. V. “Minat Generasi Milenial Menggunakan *E-Wallet Linkaja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku*”. Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis, Vol. 8. No. 1, hlm. 189.

tersebut.<sup>14</sup> Faktor manfaat dapat menjadi peran penting sebagai bahan pertimbangan konsumen sebelum bertekad untuk menjadi pengguna dari sebuah layanan pembayaran digital.

Selain karena karena manfaat yang dapat dirasakan oleh penggunanya, *E-Wallet* juga memiliki daya tarik serta keunggulan seperti kemudahan dalam bertransaksi dan kebermanfaatan yang dapat dirasakan langsung oleh penggunanya, selain itu *E-Wallet* juga memiliki beragam fitur yang dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, akan tetapi masih banyak dari masyarakat Kotapinang yang tidak bisa menggunakan *E-Wallet* disembarang tempat karena setiap lingkungan di Kotapinang memiliki kekuatan sinyal yang berbeda-beda. Sinyal sangat mempengaruhi dalam akses aplikasi *E-Wallet*, jika sinyal tidak stabil maka aplikasi tidak dapat digunakan dengan sempurna. Kendala inilah yang membuat beberapa masyarakat tidak berminat menggunakan *E-Wallet* karena mereka beranggapan bahwa menggunakan *E-Wallet* lebih menyulitkan dibandingkan dengan membayar tunai.

Daya tarik produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen ke pasar dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.<sup>15</sup> Daya tarik produk *E-Wallet* dapat dilihat dari keuntungan penggunaan aplikasi yang dapat mempengaruhi efisiensi dan menghemat waktu sehingga dapat mempercepat proses pelayanan yang dilakukan.

---

<sup>14</sup> Elsa Silaen dan Bulan Prabawani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-Wallet* dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo *E-Wallet* OVO". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 8. No. 4, tahun 2019. hlm 155-163.

<sup>15</sup> Tri Weda Rahardjo, *Strategi Pemasaran Dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM*, (Surabaya, CV. Jakad Publishing : 2018), hlm. 8.

Menurut Mia Andika Sari daya tarik produk berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-Wallet* Artinya, semakin banyak promosi yang ditawarkan, maka minat pembelian penggunaan juga akan meningkat.<sup>16</sup> Sedangkan menurut Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy daya Tarik Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, hal ini menunjukkan bahwa selain karena promosi yang ada kurang menarik. Masyarakat sebelum menggunakan akan terlebih dahulu melihat ketertarikan produk layanan tersebut.<sup>17</sup> jika masyarakat tertarik akan produk tersebut maka, masyarakat akan menggunakan atau merasa ingin memiliki produk tersebut.

Berdasarkan latarbelakang diatas bahwa masih ada masyarakat yang tidak menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksinya, hal itu disebabkan karena mereka masih mengaggap bahwa transaksi tunai lebih dipercaya dibandingkan dengan transaksi dengan menggunakan *E-Wallet*, kurangnya pengetahuan dalam keputusan keuangan digital, ketidaktahuan masyarakat dalam hal kebermanfaatan dalam menggunakan *E-Wallet*. maka dengan demikian peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Masyarakat Kotapinang”**.

---

<sup>16</sup> Mia Andika Sari, Dkk. “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilaya JABODETABEK)”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 18, No. 2, hlm. 126-134

<sup>17</sup> Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy, “Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*”. Jurnal Keislaman, Vol. 5, No. 2, September 2022, hlm. 283.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa masalah yang dapat peneliti simpulkan, yaitu sebagai berikut

1. Meskipun penggunaan *E-Wallet* secara nasional terus meningkat, akan tetapi masih ada masyarakat Kotapinang yang belum menggunakannya.
2. Tingkat pemahaman masyarakat Kotapinang tentang *E-Wallet* baik, akan tetapi masih banyak masyarakat Kotapinang yang tidak menggunakan *E-Wallet*.
3. Banyak masyarakat Kotapinang yang tahu manfaat dari menggunakan *E-Wallet* akan tetapi masih sedikit yang menggunakannya.
4. *E-Wallet* memiliki beragam fitur yang menjadi daya tarik produk itu sendiri untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, akan tetapi masih banyak masyarakat Kotapinang yang kurang tidak tertarik untuk menggunakan *E-Wallet*.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan batasan masalah untuk menghindari kesalahpahaman terhadap masalah penelitian. Maka dari itu di dalam penelitian ini peneliti menetapkan bahwa studi kasus penelitian hanya mencakup tentang pengaruh literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet*. Pada penelitian ini juga peneliti membatasi hanya kepada masyarakat Kotapinang.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel I.2. Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1.	Penggunaan <i>E-Wallet</i> (Y)	<i>E-Wallet</i> merupakan dompet digital digunakan sebagai alat pembayaran digital dengan menggunakan koneksi internet	1. Resiko 2. Reputasi 3. Promosi, 4. Pengalaman	Likert
2.	Literasi Keuangan <i>Digital</i> (X1)	Literasi keuangan digital adalah pemahaman layanan keuangan digital yang berkaitan dengan pengetahuan mengelola keuangan pribadi.	1. <i>Knowledge</i> 2. <i>Risk</i> 3. <i>Experience</i> 4. <i>Skill</i>	Likert
3.	Kebermanfaatan (X2)	Kebermanfaatan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.	1. Mempermudah transaksi 2. Mempercepat transaksi 3. Memberikan keuntungan dalam bertransaksi.	Likert
4.	Daya Tarik Produk (X3)	Daya tarik produk merupakan aspek-aspek kemenarikan yang ada pada suatu produk untuk dapat memperoleh atensi konsumen.	1. Kualitas produk Fitur teknis 2. Kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan 3. Kompatibilitas produk dengan sistem yang sudah ada.	Likert

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, dan batasan masalah yang diuraikan maka masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh literasi keuangan *digital* terhadap penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat Kotapinang?
2. Apakah ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang?
3. Apakah ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat Kotapinang?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan *digital* terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.
3. Untuk mengetahui apa pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk secara simultan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

#### **G. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca, dan sebagai bahan penerapan ilmu yang telah saya peroleh selama mengikuti perkuliahan dengan mengimplementasikan hasil kemampuan berpikir secara ilmiah, kemampuan daya ingat dan pengetahuan yang didapat serta membantu dalam menyelesaikan tugas akhir supaya penulis dapat mengakhiri masa pendidikannya di bangku perkuliahan.

2. Manfaat bagi masyarakat Kotapinang

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai informasi yang diberikan terkait perkembangan teknologi yang dapat mempermudah masyarakat dalam pembayaran secara online dengan menggunakan *E-Wallet* .

3. Manfaat bagi perusahaan *E-Wallet*

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan promosi kepada masyarakat luas akan mudahnya bertransaksi di era yang modern seperti saat sekarang ini, juga menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk pembaharuan agar mampu mengikuti trend dan dapat mengerti akan kebutuhan penggunanya.

#### 4. Manfaat bagi program studi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi penelitian yang dapat digunakan oleh dosen maupun mahasiswa yang akan datang terkait penggunaan *E-Wallet*.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Penggunaan *E-Wallet*

###### a. Pengertian Penggunaan *E-Wallet*

*E-Wallet* (dompet elektronik) merupakan salah satu bentuk Fintech (*Financial Technology*) yang memanfaatkan media internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran dengan menggunakan smartphone yang terhubung ke media internet.<sup>1</sup> Fintech sendiri merupakan salah satu inovasi di bidang jasa keuangan yang semakin berkembang popularitasnya di era digital dan teknologi saat ini dengan konsep digitalisasi pembayaran.<sup>2</sup>

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 menjelaskan bahwa “Dompet elektronik atau *E-Wallet* adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran”.<sup>3</sup> *E-Wallet* sendiri merupakan layanan pembayaran elektronik yang digunakan untuk sistem

---

<sup>1</sup> Dewi Sartika Nasution, dkk, *Ekonomi Digital* (Mataram, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram : 2019), hlm. 52.

<sup>2</sup> Ferri Alfadri, Nur Aini, Lismayanti Siregar, “ *Public Attitude To Online Loans*”, *Journal Of Islamic Financial Technology*, Vol. 1 No. 2, Desember 2022, hlm. 53-63

<sup>3</sup> Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, (2016)

pembayaran lain yang menggunakan kartu pembayaran elektronik atau uang elektronik dan juga dapat digunakan untuk menyimpan dana untuk membayar barang.

Pada dasarnya, *E-Wallet* memiliki fungsi yang sama seperti dompet fisik, dimana ia dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi pembayaran secara aman. Namun dengan penggunaan *E-Wallet* ini pengguna bisa melakukan pembayaran tanpa yang tunai (*cashless*) pada saat melakukan transaksi seperti membeli makanan, tiket pesawat, tiket bioskop hingga berbelanja online.<sup>4</sup>

Menurut Suharni peningkatan penggunaan *E-Wallet* membawa perubahan pemikiran masyarakat mengenai konsep kebendaan. Pada awalnya masyarakat hanya menganggap *E-Wallet* merupakan alat pembayaran yang biasa, namun kini *E-Wallet* dianggap sebagai pembayaran yang praktis dan modern, karena metode pembayarannya menggunakan teknologi terkini dan akurat sehingga jumlah saldo yang terpotong sesuai dengan nominal barang tersebut.<sup>5</sup>

Menurut Wijaya *E-Wallet* merupakan media elektronik yang berbentuk *server based* dan digunakan sebagai alat pembayaran *digital* dengan menggunakan koneksi internet. Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli diatas maka penulis simpulkan bahwa *E-Wallet* merupakan sebuah aplikasi berupa dompet *digital* yang

---

<sup>4</sup> Sastya Hendri Wibowo dkk, *Teknologi Digital Di Era Modern* (Padang, PT. Global Eksekutif Teknologi : 2023), hlm. 62.

<sup>5</sup> Suharni. 2018. “*Uang Elektronik (E-money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial*”, *Jurnal Spektrum Hukum*, 15(1):15-43

dapat digunakan dalam bertransaksi secara online dengan memanfaatkan jaringan pada internet.<sup>6</sup>

*E-Wallet* sendiri menawarkan bermacam keunggulan seperti mudah untuk digunakan, keamanan pengguna, dapat beradaptasi dengan transaksi berskala kecil yang bersifat universal. *E-Wallet* memiliki daya tarik tersendiri, selain ia memiliki keunggulan dalam berbagai fiturnya yang mempermudah konsumen dalam bertransaksi ia juga memiliki beragam promo menarik seperti diskon, *cashback*, dan lain lain sehingga itu yang membuat masyarakat lebih memilih bertransaksi dengan menggunakan *E-Wallet* ketimbang dengan menggunakan uang tunai.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Wallet*

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *E-Wallet*, antara lain :

1) Persepsi Kemudahan (*Perceived easy of use*)

Persepsi kemudahan adalah kondisi dimana pengguna percaya jika menggunakan atau mengaplikasikan suatu sistem tidak lagi diperlukan upaya apapun. Jika pengguna semakin sering merasa kemudahan akses pada sistem pembayara *E-Wallet* maka semakin mendorong pengguna untuk memanfaatkan sistem pembayaran *E-Wallet* untuk mempermudah segala transaksinya, karena dengan adanya

---

<sup>6</sup> Hanhan Wijaya, "E-Payment System Pada E-Wallet Menggunakan Kode Qr Berbasis Android," Skripsi, (Bandung, Universitas Komputer Indonesia : 2018), hlm. 35.

sistem pembayaran *E-Wallet* akan memberi manfaat efektifitas dan efisiensi waktu bagi pengguna.

2) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan ini mengacu pada tingkat pengguna potensial yang menganggap teknologi baru itu mudah digunakan. Persepsi kegunaan ini dapat diartikan jika seseorang atau pengguna merasa sistem ini mudah digunakan dan diaplikasikan maka dari itu sistem harus dirasa berguna bagi pekerjaannya.

3) Kepercayaan

Kepercayaan diperlukan oleh pengguna sistem teknologi untuk meningkatkan kinerja dalam melakukan suatu kegiatan organisasi dan perusahaan. Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap hubungan suatu pihak dengan pihak lain yang melakukan transaksi yang diharapkan sesuai dengan asumsi.

4) Sikap Pengguna

Sikap pengguna juga menjadi faktor atau hal yang dapat meyakini minat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran *E-Wallet*. Sikap pengguna merupakan tingkatan penilaian mengenai dampak terhadap seseorang jika menggunakan suatu sistem tertentu.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Heru Kreshna Reza dan Melly Susanti. *Keuangan Digital*. (Cirebon : Yayasan Wisata Bestari Samasta, 2019). hlm. 191.

c. Kelebihan menggunakan *E-Wallet*

Ada beberapa kelebihan dalam menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksi digital, antara lain :

- 1) Transaksi lebih mudah dan cepat dimana hanya perlu memasukkan jumlah uang yang ingin dibayarkan dan pembayaran tersebut akan diproses dengan cepat
- 2) Karena bertransaksi secara online, maka meminimalisir peredaran uang palsu
- 3) Pembayaran lebih aman dan terlindungi, hanya perlu memasukkan kode pengaman dan informasi lainnya untuk melakukan transaksi dan mencegah penipuan
- 4) Biaya yang dikenakan untuk menggunakan *E-Wallet* biasanya lebih rendah

d. Kekurangan menggunakan *E-Wallet*

Ada beberapa kekurangan ketika kita menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksi, yaitu :

- 1) Penggunaan harus membayar biaya administrasi untuk setiap transaksi.
- 2) Tidak semua toko dan pedagang menerima pembayaran melalui *E-Wallet*.
- 3) Berpotensi meningkatkan gaya hidup konsumtif.

4) Beberapa *E-Wallet* tidak menyediakan layanan pembayaran internasional.<sup>8</sup>

e. Pentingnya Penggunaan *E-Wallet*

kehadiran dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran elektronik telah banyak merubah gaya hidup masyarakat. dompet digital menggunakan metode pembayaran non-tunai (cashless) yang memiliki banyak keuntungan jika dibandingkan dengan pembayaran tunai (cash). Dompet digital merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi secara online ataupun offline sehingga ini dianggap suatu yang penting karena banyak manfaat yang ditawarkan ketika menggunakan *E-Wallet*.<sup>9</sup>

f. Indikator Menggunakan *E-Wallet*

Indikator dalam menggunakan *E-Wallet* dapat diukur melalui kemudahan penggunaan, resiko yang dirasakan dan sikap yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan pengguna sehingga dapat menjadi rekomendasi bagi pengguna lainnya untuk menggunakan layanan dompet digital.

Menurut Rahayu dan Prasetyatama, yang menjadi indikator seseorang dalam menggunakan *E-Wallet*, yaitu :

---

<sup>8</sup> Sastya Hendri Wibowo, *Teknologi Modern di Era Modern*. Hlm. 63.

<sup>9</sup> Margaretha Sherly Kurniawan Dkk. *Teknologi Keuangan Anak Muda*. ( Semarang : UNIKA SOEGIJAPRANATA, 2022), hlm. 171.

1) Resiko (*Perceived Risk*)

Resiko merupakan keyakinan subjektif pribadi seseorang terhadap potensi dampak negatif terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi resikonya, semakin rendah pula niat seseorang dalam menggunakan *E-Wallet*. Begitupun sebaliknya apabila semakin rendah resikonya, semakin tinggi pula niat untuk menggunakan *E-Wallet*.

2) Reputasi

Reputasi merupakan gambaran kualitas yang berkaitan dengan suatu merek. Hal tersebut dianggap sebagai faktor kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan terkait dengan fasilitas transaksi yang diberikan oleh perusahaan. Sederhananya, semakin baik reputasi sebuah *E-Wallet* maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan *E-Wallet* sebagai alat transaksinya.

3) Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk pemasaran dalam kegiatan usaha untuk menyebarkan informasi yang bertujuan untuk membujuk atau mengingatkan pasar dan pelaku usaha agar membeli dan tetap loyal terhadap produk. Promosi yang dilakukan oleh penyedia *E-Wallet* itu sendiri dapat berupa *cashback*, diskon, gratis biaya administrasi dan berbagi keuntungan, dengan begitu akan menarik minat masyarakat

dalam menggunakan atau akan loyal dalam menggunakan *E-Wallet*.

#### 4) Pengalaman

Semakin banyak pengalaman menggunakan *E-Wallet*, maka semakin baik pemahaman mengenai resiko, reputasi, fitur layanan dan promosi yang terkandung dalam *E-Wallet*. Sebaliknya, pengalaman yang lebih sedikit akan menyebabkan kurangnya pemahaman terhadap variabel-variabel tersebut.<sup>10</sup>

#### g. Penggunaan *E-Wallet* Menurut Fatwa DSN MUI

Bermuamalah dengan uang elektronik adalah mubah, diperbolehkan dan halal asal memenuhi prinsip syariah. *E-Wallet* ini termasuk kedalam persoalan yang baru di dalam dunia Islam. Menurut beberapa sumber *E-Wallet* dapat digunakan asalkan sesuai dengan ketentuan-ketentuan Islam, seperti tidak mengandung unsur riba, gharar, maysir, israf dan tidak ada dalil yang jelas melarang penggunaan *E-Wallet*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Wallet* dalam Islam itu diperbolehkan karena tujuan dari *E-Wallet* ini adalah memudahkan transaksi.<sup>11</sup>

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik

---

<sup>10</sup> Rahayu, I., & Prasetyatama, G. “Determinants Of The Intention To Continue Using *E-Wallet* During The Covid-19 Pandemic”. *Journal of Contemporary Accounting*, Vol. 3, No. 2, tahun 2021, hlm. 53-63.

<sup>11</sup> Perlita Hatma Ardiningrum, Dkk. “Mekanisme Transaksi *E-Wallet* Menurut Syariat Islam : Bagaimana Pandangan Ulama dan Fatwa DSN MUI?”. Vol. 1, No. 7, Tahun 2022, hlm. 162-169.

syariah dijelaskan bahwa uang elektronik syariah merupakan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah,<sup>12</sup> dimana akad antara penerbit dan pemegang uang elektronik ini jelas, antara akad wadi'ah atau akad qardh. Oleh karena itu, *E-Wallet* syariah mungkin diperlukan, karena pada praktik *E-Wallet* konvensional masih terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah seperti pada *E-Wallet* konvensional biasanya ada *cashback*. Menurut Islam sebenarnya *cashback* diperbolehkan jika bertujuan untuk kemaslahatan bersama dan menggunakan akad wadiah, namun bisa saja boleh menggunakan akad qardh jika penggunaan dana tidak bertentangan dengan prinsip syariah maupun peraturan perundang-undangan.

Adapaun analisis akad-akad yang ada dalam praktik transaksi *E-Wallet* antara lain :

1) Akad Wadiah

Akad wadiah yaitu akad penitipan uang dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan pemegang uang elektronik dapat diambil kapan saja sesuai kesepakatan.<sup>13</sup>

Berdasarkan ketentuan Fatwa DSN-MUI tentang Tabungan, akad wadiah itu sifatnya simpanan. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*)

---

<sup>12</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2017). *Uang Elektronik Syariah*.

<sup>13</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia no:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang Elektronik

atau berdasarkan kesepakatan serta tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank<sup>14</sup>

Wadiah dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan wadiah adalah akad titipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan suatu benda untuk dijaganya dengan baik. Apabila ada kerusakan pada benda titipan, padahal benda tersebut sudah dijaga sebagaimana layaknya dijaga, maka penerima titipan tidak wajib menggantikannya, tetapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya, maka ia wajib menggantinya.

## 2) Akad Qardh

Akad qardh yaitu akad pinjaman dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan bahwa penerbit wajib mengembalikan uang yang diterimanya kepada pemegang kapan saja sesuai dengan kesepakatan.<sup>15</sup>

Adapun rukun dan syarat dalam akad qardh ini antara lain:

- 1) *Muqrid* (pemberi hutang)
- 2) *Muqtaridh* (orang yang berhutang)
- 3) *Muqtaradh/ Ma''qud Alaih* (barang yang di hutang)

---

<sup>14</sup> Fatwa DSN-MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan

<sup>15</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia no:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang Elektronik

4) *Shighat ijab* qabul (ucapan serah terima)<sup>16</sup>

## 2. Literasi Keuangan Digital

### a. Pengertian Literasi Keuangan *Digital*

Literasi merupakan aktivitas manusia sebagai subjek (yang mengetahui) pengaruh dari dalam dirinya. Menurut imam Al-Ghazali, literasi dapat diperoleh dengan dua cara, yaitu belajar di bawah bimbingan seorang guru/pengajar di sertai dengan penggunaan indera khususnya pikiran, dan cara yang kedua adalah dengan memperoleh literasi dari hati secara langsung melalui cara ilham dan wahyu yang merupakan pembelajaran *Rabbani/ladunni*.<sup>17</sup>

Literasi keuangan *digital* merupakan gabungan dari dua konsep yaitu literasi keuangan, dan platform digital. Literasi keuangan sendiri merupakan pemahaman layanan keuangan *digital* yang berkaitan dengan pengetahuan mengelola keuangan pribadi. Sedangkan platform *digital* adalah seluruh gabungan *software*, dan *hardware* yang menggunakan teknologi komputer, dan internet.<sup>18</sup> Sehingga literasi keuangan *digital* dapat diartikan sebagai pengetahuan, dan pemahaman individu tentang produk, dan jasa layanan keuangan pada teknologi *digital*.

---

<sup>16</sup> Darsono Ali Sakti dkk, *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah di Indonesia*, (Depok:Raja Grafindo Persada, 2017),232.

<sup>17</sup> Ferri Alfadri, "Implementation Of Internship Practices and Student Literacy Regarding Sharia Banking On Work Readiness In Sharia Bank", *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 5, No. 1, tahun 2023, hlm. 21.

<sup>18</sup> Rahayu, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia*. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6, No. 1, Hal. 74-87.

Menurut Martin literasi *digital* merupakan kemampuan individu untuk menggunakan alat *digital* secara tepat sehingga ia terfasilitasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis sumber daya *digital* agar membangun pengetahuan baru, membuat media berekspresi, berkomunikasi dengan orang lain dalam situasi kehidupan tertentu dalam mewujudkan pembangunan sosial, dari beberapa bentuk literasi yaitu : komputer, informasi teknologi, visual media dan komunikasi.<sup>19</sup>

Literasi keuangan *digital* akan memudahkan masyarakat dalam mengetahui kegunaan produk, dan layanan keuangan, dengan aplikasi fintech. Seperti penggunaan produk aplikasi *digital E-Wallet*. Dengan demikian, literasi keuangan *digital* akan membantu meningkatkan inklusi keuangan masyarakat disektor keuangan dengan cepat, dan mudah. Mewujudkan sistem keuangan yang baik, salah satu pilar penting yang harus dipakai yaitu literasi keuangan karena, Bank Dunia sebagai fokus *Universal Financial Access* (UFA), UFA merupakan pendidikan yang memanfaatkan teknologi secara optimal dalam proses literasi.

#### b. Indikator Literasi Keuangan *Digital*

Mengukur kemampuan seseorang terkait dengan pemahaman tentang layanan keuangan digital. Pengukuran yang dilakukan oleh Komisi Sekuritas, dan Investasi Australia untuk mengetahui

---

<sup>19</sup> Devri Suherdi Dkk, *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi* (Media Kita : 2020) Hlm. 57.

seberapa besar tingkat literasi keuangan *digital* seseorang dapat digunakan suatu tolak ukur atau indikator pengetahuan, antara lain:<sup>20</sup>

1) *Knowledge* (Pengetahuan)

Pengetahuan dapat diartikan sebagai hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami obyek yang dihadapinya. Timbulnya pengetahuan individu cenderung diperoleh dari adanya pengalaman dari beragam sumber seperti media elektronik, buku panduan, media poster dan sebagainya

2) *Risk* (Resiko)

Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dirasakan pengguna yang menimbulkan kerugian kepada pengguna. Risiko yang awal dirasakan oleh pengguna adalah risiko kejahatan cyber (*cyber risk*).

3) *Experience* (Pengalaman)

*Experience* adalah persepsi atau pengalaman seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem atau jasa.

4) *Skill* (Keterampilan).<sup>21</sup>

yang dimaksud dengan keterampilan atau skill adalah bahwa setiap individu harus mampu untuk

---

<sup>20</sup> Devri Suherdi Dkk, *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi* (Media Kita : 2020) Hlm. 63.

mengimplementasikan suatu bentuk pengetahuan agar bisa mengelola permasalahan keuangan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Digital

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan *digital* yaitu tingkat pendidikan, faktor usia dan akses terhadap keuangan digital.<sup>22</sup> Tingkat pendidikan seorang dapat mempengaruhi tingkat seseorang dalam mengambil keputusan dan tingkat literasi seseorang dalam pengambilan keputusan terhadap penggunaan *E-Wallet*.

Dalam literasi *digital* kita harus memahami faktor-faktor penting agar penyaringan informasi berjalan dengan baik dan benar. Berikut kami sajikan faktor yang mempengaruhi literasi *digital* antara lain:

1) Keterampilan Fungsional (*Functional Skills*)

Keterampilan fungsional merupakan kemampuan dan kompetensi teknis yang diperlukan untuk menjalankan berbagai alat *digital* dengan mahir. Bagian penting dari pengembangan keterampilan fungsional adalah mampu mengadaptasi keterampilan ini untuk mempelajari cara menggunakan teknologi terbaru. Yang menjadi fokusnya

---

<sup>22</sup> Kadek Wiwin Dwi Wismayanti Dkk. *E-Government dan Pelayanan Publik*. (Bandung : NILACAKRA, 2023) hlm. 75.

merupakan apa yang dapat dilakukan dengan alat *digital* dan apa yang perlu dipahami untuk menggunakan secara efektif.<sup>23</sup>

## 2) Komunikasi dan Interaksi

Komunikasi dan interaksi yang melibatkan percakapan, diskusi dan membangun ide satu sama lain untuk menciptakan pemahaman bersama. Kemampuan berkolaborasi merupakan bekerja dengan baik bersama orang lain untuk bersama-sama menciptakan makna dan pengetahuan. Mendukung literasi *digital* pada kaum muda melibatkan pengembangan pemahaman mereka tentang bagaimana menciptakan secara kolaboratif dalam penggunaan teknologi *digital* serta bagaimana teknologi *digital* secara efektif mendukung kolaborasi di dalam kelas dan dunia yang lebih luas.

## 3) Berpikir Kritis

Perbedaan hakiki antara manusia dengan makhluk lainnya terletak pada kemampuannya berfikir. Manusia diberi akal, dengan akalnya manusia selalu berpikir untuk mengeali sesuatu, bertanya tentang dirinya dan alam di sekitarnya. Dengan akalnya juga manusia dapat berpikir kritis. Pemikiran kritis ini melibatkan perubahan, analisis atau pemrosesan informasi data atau gagasan yang diberikan untuk menafsirkan makna pada pengembangan wawasan. Seperti asumsi

---

<sup>23</sup> Kadek Wiwin Dwi Wismayanti Dkk. *E-Government dan Pelayanan Publik*. (Bandung : NILACAKRA, 2023) hlm. 75.

mendasar yang mendukung proses pembuatan informasi yang dapat diterima oleh akal.<sup>24</sup>

d. Hubungan Literasi Keuangan Digital dengan Penggunaan *E-Wallet*

Tingginya tingkat literasi keuangan digital seseorang itu dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi digital seperti penggunaan *E-Wallet* dan juga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan digital. Dengan kehadiran *E-Wallet* ini memberikan berbagai macam keuntungan yang dapat menarik minat masyarakat untuk beralih dari menggunakan transaksi tunai ke transaksi non-tunai. Hal ini merupakan suatu dampak pengetahuan literasi keuangan digital yang dimiliki seseorang.

### 3. Kebermanfaatan

a. Pengertian kebermanfaatan

Dalam menggunakan *E-Wallet* kemudahan menunjukkan hal yang harus di perhatikan di dalam suatu perusahaan, karna memberikan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya. Persepsi kebermanfaatan juga penting dalam konsumen menggunakan *E-Wallet*, sebab apabila konsumen merasakan manfaat dari aplikasi *E-Wallet* itu maka mereka akan lebih

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hal.76

sering menggunakan dalam bertransaksi. Persepsi kebermanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.<sup>25</sup>

Menurut beberapa ahli mengungkapkan bahwa kebermanfaatan dari adanya sistem pembayaran *digital* ini dapat dirasakan oleh pengguna karena memiliki dampak yang dapat langsung dirasakan seperti kemudahan, fleksibilitas dan perlindungan yang menambah nilai guna. Kebermanfaatan itu sendiri dapat dilihat dan dirasakan jika individu sudah menggunakan layanan tersebut. kebermanfaatan sebuah produk dinilai berdasarkan kemudahan, keuntungan dan keamanan, kebermanfaatan yang banyak dirasakan pengguna dalam penggunaan aplikasi *E-Wallet* adalah promo yang

---

<sup>25</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*. (Yogyakarta, Andi Offset : 2007), hlm. 36.

kebermanfaatan yang dirasakan masyarakat maka semakin tinggi pula penggunaan pembayaran *digital* yang dilakukan.<sup>26</sup>

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi adalah salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi.<sup>27</sup> Berdasarkan penemuan untuk mengungkapkan teknologi, maka lahirlah *Theory Reasoned Action* (TRA), dimana TRA ini digunakan untuk memperhitungkan respons user dengan dasar yang diambil berdasarkan akibat dari dua faktor yaitu “Persepsi Manfaat yang Dirasakan” serta “Persepsi Kemudahan Penggunaan”. Kesan yang dirasakan oleh user ketika menggunakan aplikasi digital. TAM ini difokuskan pada karakteristik perilaku individual untuk menerima suatu sistem aplikasi atau teknologi informasi, dengan hubungan pada variabel-variabel yang tersedia.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. “Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan”. KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, Vol. 13, No. 2, 2022, hlm. 267-277.

<sup>27</sup> Indyah Hartami Santi Dan Bayu Erdani. *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, (Pekalongan: NEM, 2021), hlm. 11.

<sup>28</sup> Anak Agung Elik Lestari, Dkk. “*Technology Acceptance Model Theory Of Planned Behavior dan Fear Of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital* (Bali : Intelektual Manifes Media, 2023), hlm. 9.

## b. Indikator Kebermanfaatan

Kebermanfaatan adalah keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan, jika individu merasa yakin bahwa sistem berguna maka pengguna akan menggunakannya. Adapun beberapa hal yang dapat dirasakan dan diukur dari beberapa indikator sebagai berikut :

### 1) Mempermudah transaksi

Hadirnya *E-Wallet* dapat mempermudah proses transaksi menjadi lebih cepat dan aman. Dengan menggunakan *E-Wallet*, transaksi tidak lagi membutuhkan uang tunai sebagai metode pembayaran atau kembalian.<sup>29</sup>

### 2) Mempercepat transaksi

Beberapa keunggulan dalam transaksi dengan menggunakan *E-Wallet*, salah satunya dengan menggunakan *E-Wallet* dapat mempercepat proses transaksi karena dapat dilakukan dengan menggunakan smartphone dan dapat dilakukan dimana saja.

### 3) Memberikan keuntungan dalam bertransaksi.

*E-Wallet* atau dompet digital telah menjadi cara yang semakin populer dalam bertransaksi, *E-Wallet* memberikan keuntungan dalam bertransaksi antara lain,

---

<sup>29</sup> Yongqing Yang Liu dan Yong Liu. "Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. *Industrial Management & Data Systems*", Vol. 115, No. 2 Tahun 2015, hlm. 253.

praktis, aman dan banyak promo dan *cashback* yang ditawarkan.<sup>30</sup>

Beberapa indikator diatas dapat menjadi alasan seseorang lebih memilih menggunakan *E-Wallet* ketimbang pembayaran secara langsung.

c. Hubungan Kebermanfaatan dengan Penggunaan *E-Wallet*

kebermanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat juga menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi pengguna dari sebuah layanan pembayaran digital. Seseorang menggunakan teknologi keuangan digital umumnya merupakan seseorang yang sudah merasakan manfaat atau dampak yang besar bagi dirinya, maka hal itu akan menunjukkan kesediaan individu dalam menggunakan teknologi digital dengan aplikasi tertentu, hal itu sesuai dengan pernyataan L. Margerio yang mengatakan bahwa persepsi manfaat ini memberikan keyakinan tentang sejauh mana konsumen akan melakukan transaksi bisnis menggunakan internet.

#### **4. Daya Tarik Produk**

a. Pengertian Daya Tarik Produk

Produk menurut Kotler dan Armstrong merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki,

---

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 253.

dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>31</sup> Suatu produk tergolong menjadi dua jenis yakni barang dan jasa.<sup>32</sup> Berbeda dengan produk barang yang erat kaitannya dengan bentuk fisik, produk jasa pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa dikonsumsi oleh konsumen bukan dari bentuk fisiknya melainkan manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>33</sup>

Daya tarik (*attractiveness*) suatu produk harus dapat memunculkan keunggulan yang kompetitif dan menarik bagi perusahaan yang bersangkutan sebagai pencipta produk. Dapat disimpulkan bahwa daya tarik pada produk yakni sebagai aspek-aspek kemenarikan yang ada pada suatu produk untuk dapat memperoleh atensi konsumen. Daya tarik berupa kualitas produk, reliabilitas, fitur teknis, fitur kinerja khusus, kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan, dan kompatibilitas produk dengan sistem yang sudah ada.<sup>34</sup>

Daya tarik produk mengacu pada produk yang dianggap menarik ditinjau dari minat pengguna. Pengguna yang menggunakan produk tersebut dapat merasakan manfaat yang

---

<sup>31</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Caps, 2014), 64

<sup>32</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1&2* (Jakarta: Prenhalindo, 2000), hlm. 96.

<sup>33</sup> Tjiptono, *Pemasaran Jasa Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, 107.

<sup>34</sup> Tjiptono, Fandy, and Gregorius Candra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi. 2nd ed. Yogyakarta: Andi, 2012, hlm. 407.

diperoleh. Dimensi ini merupakan aspek daya tarik produk yang memiliki karakteristik untuk melihat kualitas suatu produk.<sup>35</sup> dimensi daya tarik produk berdasarkan evaluasi pelayanan metode *e-servqual* sebagai berikut :

- 1) Efisiensi memudahkan pelanggan dalam menggunakan aplikasi *E-Wallet* .
- 2) Fleksibilitas; kemudahan bertransaksi bagi konsumen.
- 3) Ketersediaan Sistem; digunakan untuk melihat ketersediaan fitur pembayaran.
- 4) Keamanan; berfungsi untuk memberikan rasa aman bagi konsumen atau jaminan keamanan yang diberikan perusahaan *E-Wallet* kepada konsumen.
- 5) Respon; berfungsi untuk membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi terkait masalah atau ada pertanyaan terkait *E-Wallet* .
- 6) Kompensasi; jaminan yang diberikan oleh perusahaan.
- 7) Kontak; bentuk komunikasi yang diberikan perusahaan untuk konsumen, yang dapat digunakan untuk menghubungi perusahaan *E-Wallet*.

b. Indikator Daya Tarik

Indikator daya tarik dari suatu produk diantaranya berupa :

- 1) Kualitas produk

---

<sup>35</sup> Rahayuningsih, P., & Susanto, S. *Daya Tarik Dompot Digital*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol. 6, No. 1, 2021. Hal. 43-50.

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun psikologi yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.<sup>36</sup>

2) Fitur teknis

Fitur-fitur dasar yang mendukung aktivitas teknis pada produk yang menjadi bagian dari keunggulan.

3) Kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan

Kemampuan untuk memenuhi ekspektasi, kebutuhan dan keinginan individu pelanggan, kesesuaian antara kebutuhan pelanggan dan penawaran dari produk.

4) Kompatibilitas produk dengan sistem yang sudah ada

Produk memberntuk keserasian dengan sistem yang dapat dihubungkan dengan produk tersebut seperti kompatibel dengan sistem distribusi, kompatibel dengan sistem pembayaran dan kompatibel dengan perangkat-perangkat yang ada.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

<sup>37</sup> Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

### c. Hubungan Daya Tarik Produk dengan Penggunaan *E-Wallet*

Menurut Mia Andika Sari daya tarik produk berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *E-Wallet* artinya, semakin banyak promosi yang ditawarkan, maka minat pembelian penggunaan juga akan meningkat.<sup>38</sup> Masyarakat sebelum menggunakan akan terlebih dahulu melihat ketertarikan produk layanan tersebut.<sup>39</sup> jika masyarakat tertarik akan produk tersebut maka, masyarakat akan menggunakan atau merasa ingin memiliki produk tersebut.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagaimana pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang dilakukan oleh:

**Tabel II.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nanda Ristiana dan Emy Widyastuti (Jurnal, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2023)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan <i>E-Wallet</i>	Ada beberapa faktor yang berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan <i>e-banking</i> yaitu kemudahan,

<sup>38</sup> Mia Andika Sari, Dkk. "Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilaya JABODETABEK)", Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 18, No. 2, hlm. 126-134

<sup>39</sup> Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy, "Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*". Jurnal Keislaman, Vol. 5, No. 2, September 2022, hlm. 283.

			kemanfaatan, dan kepercayaan. <sup>40</sup>
2.	Titik Yiping Devina Damayanti (Skripsi, Universitas Tidar, Fakultas Ekonomi, 2023)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology</i> Berupa <i>E-Wallet</i> .	Pada variabel literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan variabel reward diketahui secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa menggunakan fintech. <sup>41</sup>
3.	Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy (Jurnal, Universitas Esa Unggul, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022)	Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan <i>E-Wallet</i> .	Daya tarik promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, hal ini menunjukkan bahwa selain karena promosi yang ada kurang menarik, para pengguna tidak melihat promosi sebagai aspek yang mempengaruhi pengambilan keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> LinkAja. <sup>42</sup>
4.	Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardani (Jurnal, Universitas Pembangunan Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2021)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang <i>Shopeepay</i> Di Surabaya	Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>ShopeePay</i> . Seseorang akan menggunakan kembali suatu teknologi apabila dia merasa teknologi

<sup>40</sup> Nanda Ristiana dan Emy Widyastuti, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan *E-Wallet*". Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 7, No. 1. Tahun 2022, hlm. 425-444

<sup>41</sup> Titik Yiping Devina, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* Berupa *E-Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Magelang, Semarang dan DIY)" Skripsi Universitas Tidar, hlm. 85.

<sup>42</sup> Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy, "Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*". Jurnal Keislaman, Vol. 5, No. 2, September 2022, hlm. 283.

			tersebut mampu membantu meningkatkan efektivitas kinerjanya atau dengan kata lain bermanfaat apabila ia menggunakannya. <sup>43</sup>
5.	Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati (Jurnal, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Milenial Kota Semarang.	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>E-Wallet</i> . <sup>44</sup>
6.	Mia Andika Sari, Dkk (Jurnal, Politeknik Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2019)	Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> .	Daya tarik berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>E-Wallet</i> artinya, semakin banyak promosi yang ditawarkan maka minat pembelian atau penggunaan terhadap <i>E-Wallet</i> itu semakin meningkat juga. <sup>45</sup>

Persamaan antara penelitian Nanda Ristiana dan Emy Widyastuti yaitu sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet*. Sedangkan perbedaannya penelitian Nanda Ristiana dan Emy Widyastuti menjadikan mahasiswa sebagai objek dalam penelitian tersebut.

<sup>43</sup> Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShoopePay Di Surabaya". Jurnal Sains Manajemen, Vol. 7, No. 2, Tahun 2021, hlm. 107.

<sup>44</sup> Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Pada Generasi Milenial Kota Semarang". *Journal Of Economic Education and Enterpreneurship*. Vol. 1, No. 2, tahun 2020, hlm. 66-80.

<sup>45</sup> Mia Andika Sari, Dkk. "Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilaya JABODETABEK)", Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 18, No. 2, hlm. 126-134.

Persamaan antara penelitian Titik Yiping Devina Damayanti yaitu sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan digital. Sedangkan perbedaannya pada penelitian Titik Yiping Devina Damayanti yaitu terletak pada rumus dalam pengambilan sampelnya pada penelitian terdahulu menggunakan *Slovin* sedangkan pada penelitian penulis menggunakan rumus *Lemeshow*.

Persamaan antara penelitian Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian Siti Rodiah dan Inaya Sari menggunakan teknik *incidental sampling* dalam pengambilan sampelnya.

Persamaan antara Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardani yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan *Smart PLS*.

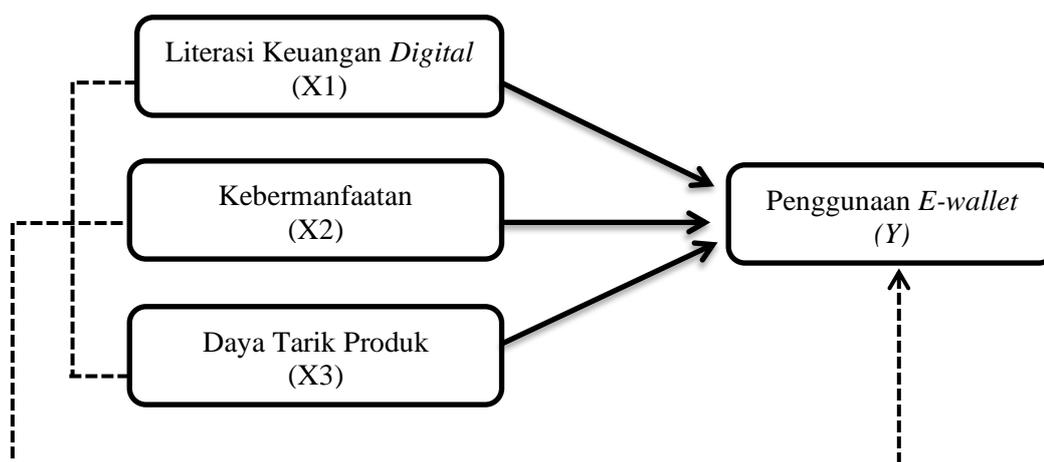
Persamaan antara penelitian Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy Yaitu sama-sama meneliti tentang daya tarik produk. Sedangkan perbedaan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan.

Persamaan antara penelitian Mia Andika Sari, Dkk Yaitu sama-sama meneliti tentang daya tarik produk. Sedangkan perbedaan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan empat variabel X sedangkan pada penelitian penulis menggunakan tiga variabel X.

### C. Kerangka Pikir

Adapun faktor penelitian ini yang mempengaruhi penggunaan *E-Wallet* adalah Literasi Keuangan *Digital* (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Daya Tarik Produk (X3). Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun sebuah kerangka berpikir yang dapat digunakan peneliti dalam menyelesaikan sebuah permasalahan didalam penelitian. Kerangka berpikir tersebut adalah, sebagai berikut.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

—————> = Parsial  
 - - - - -> = Simultan

Variabel Dependen

Y = Penggunaan *E-Wallet*

Variabel Independen

X1 = Literasi Keuangan digital

X2 = Kebermanfaatan

X3 = Daya Tarik Produk

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan Harapan-harapan yang diungkapkan oleh peneliti tentang hubungan variabel-variabel dalam masalah pada penelitian. Hipotesis adalah jawaban sementara pada rumusan masalah dari penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan.<sup>46</sup> Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang dihasilkan baru didasarkan pada teori yang relevan berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum sebagai jawaban yang empiris.

Untuk melihat secara signifikan apakah faktor literasi keuangan, kebermanfaatan, dan daya tarik mempengaruhi penggunaan *E-Wallet* oleh masyarakat Kota Pinang, dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a1</sub> : Ada pengaruh literasi keuangan *digital* terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>01</sub> : Tidak ada pengaruh literasi keuangan *digital* terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>a2</sub> : Ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>01</sub> : Tidak ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

---

<sup>46</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 64.

H<sub>a3</sub> : Ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>03</sub> : Tidak ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>a4</sub> : Ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

H<sub>a4</sub> : Tidak ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dan waktu penelitian dilakukan di Kecamatan Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Proses penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2023 sampai dengan November 2024.

#### **B. Jenis dan Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatian pada beberapa gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia, yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan diantara variabel-variabel selanjutnya akan dianalisis dengan alat uji statistik serta menggunakan teori yang objektif.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi disebut juga daerah generalisasi yang mencakup subjek atau objek yang akan diteliti

---

<sup>1</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori Penerapan, dan Riset Nyata)* (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020), hlm. 12

dengan ketentuan yang telah ditetapkan untuk dapat ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang berdomisili di Kelurahan Kotapinang, Kecamatan Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan yang pernah menggunakan *E-Wallet* untuk proses transaksi digital.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel disebut juga bagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa yang mewakili seluruh objek (populasi) yang akan diteliti.<sup>3</sup> Sampel pada penelitian ini adalah sebagian masyarakat yang berdomisili di Kelurahan Kotapinang, Kec. Kotapinang, Kab. Labuhanbatu Selatan yang pernah menggunakan produk *E-Wallet*.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.<sup>4</sup>

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam

---

<sup>2</sup> M. Azkari Zakariah dan Vivi Afriani, Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif (Sulawesi Tenggara : Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warahmah, 2021), hlm. 58.

<sup>3</sup> Ali Hardana, dkk, "*Financial Performance Analysis AT PT Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (EVA)*", *Journal of Islamic Financial Technologi*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 91.

<sup>4</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 13-14.

Penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka  $Z = 1,96$

$P =$  Maksimal estimasi = 50% = 0,5

$d =$  kesalahan sampel yang ditolerir.

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Sampel penelitian ini terdiri dari masyarakat Kelurahan Kotapinang, Kec. Kotapinang, Kab. Labuhan batu Selatan yang menggunakan *E-Wallet*. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang sudah dewasa dimulai dengan usia 17 tahun keatas dan pernah menggunakan *E-Wallet* dikarenakan usia 17 tahun merupakan merupakan usia produktif dalam melakukan transaksi dan di usia 17 masyarakat Indonesia sudah cakap secara hukum.

#### **D. Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder dan data primer adalah sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya.<sup>5</sup> Data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung melalui observasi dan angket kuesioner kepada masyarakat Kotapinang.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpul data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi :

##### **1. Angket (Kuesioner)**

Angket merupakan pengumpulan data dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun oleh peneliti mengenai suatu variabel yang diteliti.<sup>6</sup> Angket pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan, dan Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat Kotapinang. Kuesioner ini menggunakan skala likert untuk mengukur

---

<sup>5</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik. *Dasar Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 67.

<sup>6</sup>Mudrajat Kuncono, *Metode Penelitian untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2019), hlm. 157.

tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tertentu. Sasaran angket ini adalah Masyarakat Kotapinang.

**Tabel III.1**  
**Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Kuesioner**

Alternative Jawaban	Skor Pernyataan
	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu tentang pengaruh literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* yang akan disebutkan kepada para responden.

**Tabel III.2**  
**Kisi-kisi Angket**

No.	Variabel X <sub>1</sub>	Indikator	No Soal
1.	Literasi Keuangan Digital (X1)	<i>Knowledge</i>	1 dan 2
		<i>Experience</i>	3 dan 4
		<i>Skill</i>	5 dan 6
		<i>Awareness</i>	7 dan 8
2.	Kebermanfaatan (X2)	Mempermudah transaksi	1 dan 2
		Mempercepat transaksi	3 dan 4
		Memberi keuntungan bertransaksi	5 dan 6
3.	Daya tarik produk (X3)	Kualitas produk	1 dan 2
		Fitur	3 dan 4
		Kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan	5 dan 6
		Kompatibilitas produk	7 dan 8
4.	Penggunaan <i>E-</i>	Resiko	1 dan 2

	Wallet (Y)	Reputasi	3 dan 4
		Promosi	5 dan 6
		Pengalaman	2 dan 8

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran yang disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Untuk hasil uji validitas tidak berlaku secara universal, artinya bahwa instrumen dapat memiliki nilai valid yang tinggi pada saat tertentu dan tempat tertentu, akan tetapi menjadi tidak valid untuk waktu yang berbeda atau tempat yang berbeda.<sup>7</sup>

Untuk itu, perlu adanya uji validitas terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui kualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut. Uji validitas ini berpedoman pada nilai  $r$  tabel dan  $r$  hitung, untuk pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data dan temuan. Artinya bila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian itu seharusnya sama dan bila

---

<sup>7</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatnawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta : Grup Penerbit CV BUDI UTAMA, 2020), hlm. 63-64.

tidak sama maka dikatakan perangkat ukur itu tidak reliabel. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid. Adapun cara yang digunakan untuk menguji realibilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Suatu konsep variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .<sup>8</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah asumsi statistika parametrik terpenuhi jika data yang diuji terdistribusi maka dikatakan normal jika tidak terpenuhi disarankan menggunakan uji non parametrik. Dalam artian variabel dependen dan variabel independen yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi secara normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrow-Smirow* untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari segi nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan  $> 0,1$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka berdistribusi tidak normal.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian* (Bogor: IPB Press Printing, 2018), hlm. 50.

<sup>9</sup> Ali Sahib, *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS* (Surabaya: Airlangga University Press, 2018) hlm. 160.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### b. Uji *Multikolinearitas*

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel (independen). Model regresi yang baik da harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak orthogonal. Orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisa matrik korelasi variabel- variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai tolerance dan VIP. Batas dari tolerance value  $> 0,1$  atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>10</sup>

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), hlm. 25.

<sup>11</sup>Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), hlm. 102.

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

#### 5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda pada umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linear. Pengaruh variabel independent (karena umumnya ada korelasi antar variabel independent).<sup>12</sup> Analisis regresi linier berganda adalah hubunga antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai independen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>13</sup>

Analisis ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel independen (x) dengan variabel dependen (Y). metode ini bisa digunakan sebagai ramalan sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel (x) terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel (Y) bergitu juga sebaliknya.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots (3.2)$$

---

<sup>12</sup> Syofian Siregar, *Statistik Paraemetrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 89.

<sup>13</sup> Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data Pengolahan Ekonometrika Dengan E-Views & SPSS*, (Medan, CV. Merdeka Kreasi Grup : 2021) hlm. 16.

Keterangan :

Y = variabel dependen pengamatan

a = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2 - \beta_3$  = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Literasi Keuangan Digital

X<sub>2</sub> = Kebermanfaatan

X<sub>3</sub> = Daya Tarik Produk

e = error (tingkat kesalahan)

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$PE = \alpha + \beta_1 Lkd + \beta_2 Kb + \beta_3 Dtp + e \dots\dots(3.3)$$

Keterangan:

PE : Penggunaan *E-Wallet*

a : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien Literasi Keuangan Digital

Lkd : Literasi Keuangan Digital

$\beta_2$  : Koefisien Kebermanfaatan

K: Kebermanfaatan

$\beta_3$  : Koefisien Daya Tarik Produk

Dtp : Daya Tarik Produk

e : Tingkat Kesalahan (error)

## 6. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen. dengan

mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.<sup>14</sup> Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah  $t_{hitung}$  diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:<sup>15</sup>

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak..
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

### b. Uji simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Adapun kriteria pengujian uji F adalah:

- 1) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, maka variabel  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y.

---

<sup>14</sup> Albert Kurniawan Purnomo. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. (Surabaya : CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019). hlm. 30.

<sup>15</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014), hlm. 161.

- 2) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, maka variabel  $X_1$  dan  $X_2$  tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel  $Y$ .

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Masyarakat Kota pinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

##### 1. Sejarah Umum Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Kotapinang adalah sebuah kecamatan sekaligus pusat pemerintahan atau ibu kota dari Kabupaten Labuhanbatu Selatan, di provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Luas wilayah 340,55 km<sup>2</sup> dan memiliki jumlah penduduk 64.455 jiwa ditahun 2021 dan kepadatan penduduk 189 jiwa/km<sup>2</sup>.<sup>1</sup> Jarak Kotapinang dengan Kota Medan, ibu kota provinsi Sumatera Utara, sekitar 345 km.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhan Batu Selatan, dua suku bangsa yang dominan dikecamatan ini ialah Batak dan Jawa. Adapun besaran persentase penduduk kecamatan Kota Pinang menurut suku yaitu suku Batak sebanyak 55,65% yang umumnya adalah Batak Angkola, Batak Toba dan Mandailing. Kemudian Jawa 39,43%. Sebagian lagi adalah Melayu 0,65%, Minangkabau 0,59%, Aceh 0,15% dan suku lain termasuk Nias, Tionghoa dan lainnya sebanyak 3,53%. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kabupaten Labuhanbatu Selatan 2020 mencatat mayoritas penduduk kecamatan Kota Pinang memeluk agama Islam yakni 86,13%, kemudian Kristen 13,18% dimana Protestan 12,22% dan Khatolik 0,96%. Selebihnya memeluk agama Budha 0,43% dan

---

<sup>1</sup><https://labuhanbatuselatankab.bps.go.id/publication/2021/09/24/bdf761a7d3c64dc7f8037132/kecamatan-kota-pinang-dalam-angka-2021.html> www.labuhanbatuselatankab.bps.id. hlm. 3, 13, 18, 38. Diakses tanggal 19 Oktober 2021

Hindu 0,26%. Sementara untuk rumah ibadah terdapat 66 Masjid, 52 Musholla, 26 Gereja dan 2 Vihara.<sup>2</sup>

## **2. Visi dan Misi Kabupaten Labuhanbatu Selatan**

### **a. Visi**

Labuhanbatu selatan sejahtera dan bermartabat.

### **b. Misi**

- 1) Mewujudkan masyarakat labuhanbatu selatan yang bermartabat dalam kehidupan yang beriman dan bertaqwa, tersediannya sandang dan pangan, rumah yang layak, pendidikan yang baik, kesehatan yang prima, mata pencaharian yang menyenangkan, serta harga-harga yang terjangkau dan pendidikan yang gratis.
- 2) Mewujudkan pelayanan kesehatan yang bermutu, terjamin/*assurance*, terjangkau, merata dan keadilan.
- 3) Mewujudkan labuhanbatu selatan dalam pemerintahan yang bersih dan bebas KKN.
- 4) Meningkatkan perekonomian masyarakat yang berbasis potensi daerah seperti pertanian, peternakan, perikanan dan kelautan.
- 5) Menciptakan perekonomian yang kuat untuk menjain pemerataan kesejahteraan masyarakat melalui perluasan lapangan kerja, meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, penguatan lembaga keuangan dan koprasi seta pengembangan potensi kawasan wisata.

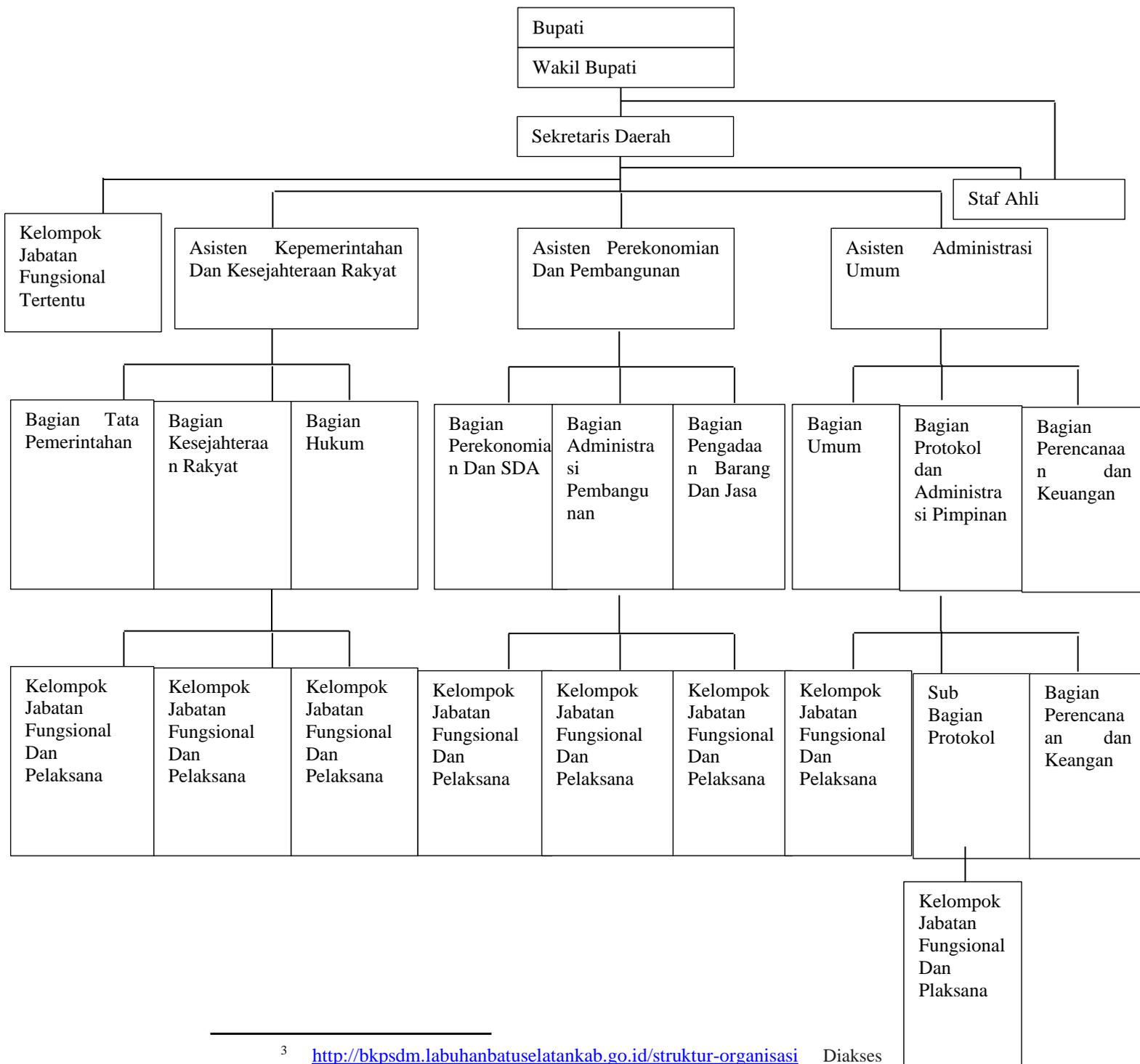
---

<sup>2</sup><https://labuhanbatuselatankab.bps.go.id/publication/2021/09/24/bdf761a7d3c64dc7f8037132/kecamatan-kota-pinang-dalam-angka-2021.html> www.labuhanbatuselatankab.bps.id. hlm. 3, 13, 18, 38. Diakses tanggal 19 Oktober 2021.

### 3. Struktur Organisasi Kabupaten Labuhan Batu

Gambar IV.1

Struktur Organisasi Kabupaten Labuhan Batu Selatan<sup>3</sup>



<sup>3</sup> <http://bkpsdm.labuhanbatuselatankab.go.id/struktur-organisasi> Diakses Oktober 2021

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Berikut karakteristik responden masyarakat Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut :

**Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Usia**

No.	Kriteria berdasarkan Usia (Tahun)	Total
1.	17 tahun	12
2.	19 tahun	7
3.	20 tahun	9
4.	22 tahun	23
5.	23 tahun	10
6.	24 tahun	13
7.	28 tahun	20
8.	35 tahun	3
	<b>Total</b>	97

Berdasarkan tabel IV.1 menunjukkan bahwa responden dengan usia yang paling banyak pada usia 22 tahun sebanyak 23 responden dan yang paling sedikit yaitu pada usia 35 tahun hanya 3 responden.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**Tabel IV.2 Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Kriteria berdasarkan pekerjaan	Total
1.	Pelajar/mahasiswa	28

2.	Belum bekerja	17
3.	Karyawan honorer	29
4.	Pegawai	23
	<b>Total</b>	97

Berdasarkan tabel IV.2 dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan yang paling banyak bekerja sebagai karyawan honorer sebanyak 29 orang serta yang paling sedikit yaitu yang belum bekerja sebanyak 17 orang.

Berdasarkan ke empat kriteria pekerjaan di atas juga sudah termasuk di dalamnya pekerjaan-pekerjaan yang terdiri dari, pelajar (SMA, SMA), mahasiswa yang sedang berkuliah, pedagang, staff polres, staff rumah sakit, karyawan BUMN, guru, usaha, wiraswasta, karyawan bank dan PT yang ada di wilayah kota pinang.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Berdasarkan alamat, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**Tabel IV.3 Hasil Analisis Responden Berdasarkan Alamat**

No.	Kriteria berdasarkan alamat	Total
1.	Simaninggir	19
2.	Kampung Makmur	18
3.	Kampung bedagai	12
4.	Kampung banjar	20
5.	Labuhan	8
6.	Kampung pulo	6
7.	Tujuh jadi	9
8.	Kampung jawa	5
	<b>Total</b>	97

Berdasarkan tabel IV.3 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berada di Kampung Banjar 20 orang, dan paling sedikit

di Kampung Jawa sebanyak 5 orang responden.

## 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.4 Literasi Keuangan Digital (X1)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,835	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1689$	Valid
X1.2	0,803		Valid
X1.3	0,734		Valid
X1.4	0,856		Valid
X1.5	0,850		Valid
X1.6	0,730		Valid
X1.7	0,739		Valid
X1.8	0,785		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel X1 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X1 dinyatakan valid.

**Tabel IV.5 Kebermanfaatan (X2)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,890	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1689$	Valid
X2.2	0,688		Valid
X2.3	0,898		Valid
X2.4	0,672		Valid
X2.5	0,667		Valid
X2.6	0,778		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel X2 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X2 dinyatakan valid.

**Tabel IV.6 Daya Tarik Produk (X3)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.1	0,774	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1689$	Valid
X3.2	0,644		Valid
X3.3	0,627		Valid
X3.4	0,836		Valid
X3.5	0,826		Valid
X3.6	0,793		Valid
X3.7	0,739		Valid
X3.8	0,817		Valid

Sumber: *Data diolah dengan SPSS Versi 23*

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel X3 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X3 dinyatakan valid.

**Tabel IV.7 Penggunaan E-Wallet (Y)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y.1	0,925	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1689$	Valid
Y.2	0,931		Valid
Y.3	0,783		Valid
Y.4	0,881		Valid
Y.5	0,834		Valid
Y.6	0,779		Valid
Y.7	0,732		Valid
Y.8	0,865		Valid

Sumber: *Data diolah dengan SPSS Versi 23*

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel Y menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan

angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Y dinyatakan valid.

## b. Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus cronbach's alpha dengan bantuan SPSS versi 23. Berikut hasil uji Reliabilitas:

**Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

No.	Variabel	Cronbach's alpha	N of item
1.	Literasi keuangan digital	0,907	8
2.	Kebermanfaatan	0,852	6
3.	Daya tarik produk	0,883	8
4.	Penggunaan <i>E-Wallet</i>	0,940	8

Sumber: Data primer diolah (2023).

Berdasarkan Tabel IV.8 di atas hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada output dimana pada kolom *Cronbach's alpha* keempat instrumen dengan variabel literasi keuangan digital sebesar 0,907. Variabel kebermanfaatan sebesar 0,852. Variabel daya tarik produk sebesar 0,883 dan variabel penggunaan *E-Wallet* sebesar 0,940 yang artinya memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa keempat instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk mendapatkan maksimum, minimum, mean dan *standar devition* dari data yang sudah terkumpul. Berikut hasil analisis deskriptif:

**Tabel IV.9 Hasil Uji Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
literasi keuangan digital	96	18	40	32.44	3.973
Kebermanfaatan	96	12	30	25.16	3.232
daya tarik produk	96	18	40	32.67	3.788
penggunaan <i>E-Wallet</i>	96	19	40	33.20	3.922
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.9 diperoleh nilai minimum yang terletak pada variabel literasi keuangan digital ( $X_1$ ) yaitu 18, dan nilai maximum 40, sedangkan nilai mean yaitu 32,44 dan nilai Std. Deviation 3,973. Pada variabel kebermanfaatan ( $X_2$ ) nilai minimum yaitu 12, nilai maximum 30, nilai mean yaitu 25,16 dan nilai Std. Deviation 3,232. Pada variabel daya tarik produk ( $X_3$ ) nilai minimum yaitu 18, nilai maximum 40, nilai mean yaitu 32,67 dan nilai Std. Deviation 3,788. Dan pada variabel penggunaan *E-Wallet* ( $Y$ ) nilai minimum yaitu 19, nilai maximum 40, nilai mean yaitu 33.20 dan nilai Std. Deviation 3,922.

## 2. Hasil Uji Normalitas

Data dikatakan baik dan layak apabila berdistribusi secara normal. Syarat pengambilan keputusan apabila nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

**Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal	Mean	.0000000

Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.28659689
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.175
	Negative	-.089
Test Statistic		.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.10 di atas menunjukkan nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah “jika nilai *variance inflation factor* (*vif*)  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,01$ .

**Tabel IV.11 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	literasi keuangan digital	.372	2.685
	Kebermanfaatan	.497	2.014
	daya tarik produk	.327	3.055

a. Dependent Variable: penggunaan *E-Wallet*

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

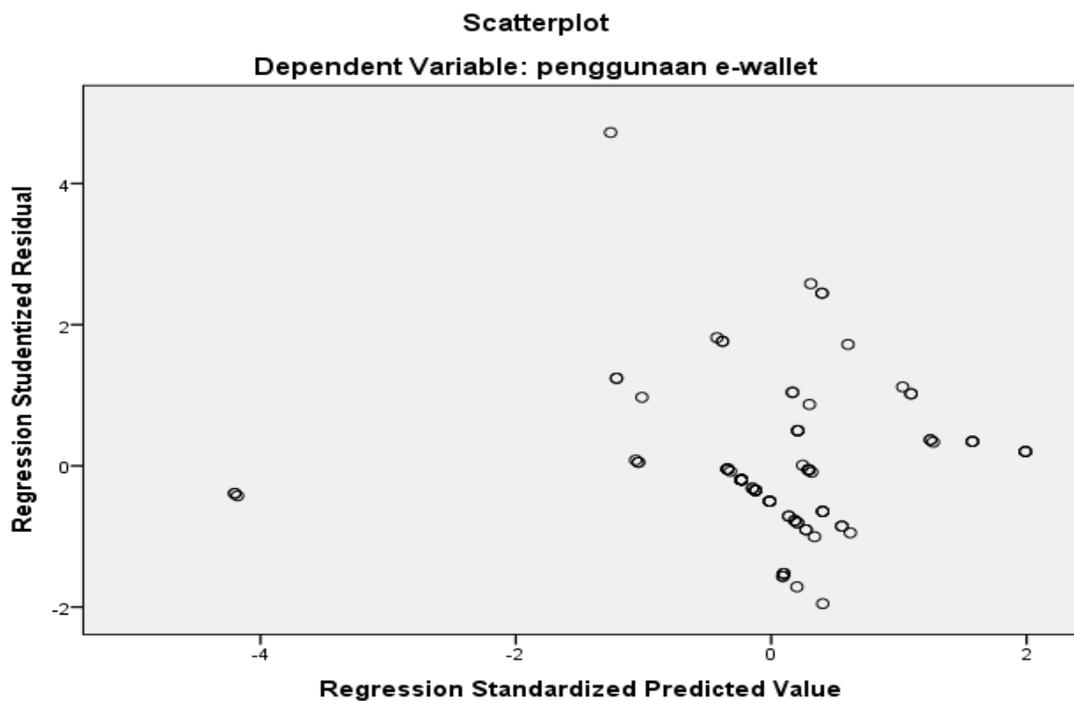
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 diatas

menunjukkan bahwa nilai VIF untuk X1 sebesar  $2,685 < 10$ , untuk X2 sebesar  $2,014 < 10$  dan untuk X3 sebesar  $3,055 < 10$  dan nilai *tolerance* pada variabel X1 yaitu  $0,372 > 0,01$ , pada variabel X2 yaitu  $0,497 > 0,01$ , dan pada variabel X3 yaitu  $0,327 > 0,01$ . Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

#### b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

**Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar IV.2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

#### 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk “meramalkan keadaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua”.<sup>4</sup>

**Tabel IV.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.119	2.196		1.875	.064
	literasi keuangan digital	.347	.098	.351	3.525	.001
	kebermanfaatan	.351	.105	.289	3.351	.001
	daya tarik produk	.276	.110	.267	2.510	.014

a. Dependent Variable: penggunaan *E-Wallet*

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari data uji hasil regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$PE = 4,119 + 0,347LKD + 0,351K + 0,276DTP + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 4,119 artinya jika variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ), variabel Kebermanfaatan ( $X_2$ ) dan variabel Daya Tarik Produk ( $X_3$ ) bernilai 0, maka variabel Penggunaan *E-Wallet* nilainya 4,119.
- b. Koefisien variabel Literasi Keuangan Digital (LKD) adalah 0,347 artinya bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (LKD)

<sup>4</sup>Suyono, “*Analisis Regresi Untuk Penelitian*” (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012), hlm. 99–100.

- mempunyai nilai yang positif terhadap variabel Penggunaan *E-Wallet* (PE) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Literasi Keuangan Digital maka akan meningkatkan Penggunaan *E-Wallet* dengan kenaikan sebesar 0,347 satuan.
- c. Koefisien variabel Kebermanfaatan (K) adalah 0,351 artinya bahwa variabel Kebermanfaatan mempunyai nilai yang positif terhadap variabel Penggunaan *E-Wallet* yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kebermanfaatan maka akan meningkatkan Penggunaan *E-Wallet* dengan kenaikan sebesar 0,351 satuan.
- d. Koefisien variabel Daya Tarik Produk (DTP) adalah 0,276 artinya bahwa variabel Daya Tarik Produk mempunyai nilai yang positif terhadap variabel Penggunaan *E-Wallet* yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Daya Tarik Produk maka akan meningkatkan Penggunaan *E-Wallet* dengan kenaikan sebesar 0,276 satuan.

## 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan ( $R^2$ ) menggambarkan bagian dari variabilitas total yang dapat diterangkan oleh model.<sup>5</sup> Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

---

**Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.660	.649	2.324
a. Predictors: (Constant), daya tarik produk, kebermanfaatan, literasi keuangan digital				
b. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.13 diperoleh nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,649 artinya literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk menjelaskan Penggunaan *E-Wallet* sebesar 64,9% sedangkan sisanya 33,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 5%. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikan yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 5\%$  (0,05) dengan ketentuan pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig <  $H_a$  diterima maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika nilai Sig >  $H_a$  diterima maka  $H_0$  diterima.<sup>6</sup>

**Tabel IV.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

<sup>6</sup>Wiratna Sujarweni, "Metologi Penelitian Bisnis & Ekonomi" (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 108.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.119	2.196		1.875	.064
	literasi keuangan digital	.347	.098	.351	3.525	.001
	kebermanfaatan	.351	.105	.289	3.351	.001
	daya tarik produk	.276	.110	.267	2.510	.014
a. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>						

sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dari rumus  $df = n - k - 1$  atau  $96 - 3 - 1 = 92$  pada taraf signifikan 10% diperoleh 1,66. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  literasi keuangan digital sebesar  $3,525 > t_{\text{tabel}}$  (1,66), maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak artinya ada pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  kebermanfaatan sebesar  $3,351 > t_{\text{tabel}}$  (1,66), maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak artinya Ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  daya tarik produk sebesar  $2,510 > t_{\text{tabel}}$  (1,66), maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak artinya Ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

#### b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel IV.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	964.530	3	321.510	59.550	.000 <sup>b</sup>
	Residual	496.710	92	5.399		
	Total	1461.240	95			
a. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>						
b. Predictors: (Constant), daya tarik produk, kebermanfaatan, literasi keuangan digital						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.15 diatas diketahui bahwa  $F_{\text{hitung}}$  sebesar

59,550 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  diperoleh dari rumus  $df$  untuk pembilang  $df=k-1$  atau  $4-1=3$  dan rumus  $df$  untuk penyebut  $df= n-k$  atau  $96-4= 92$  yaitu sebesar 2,14 dimana  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $59,550 > 2,14$ ). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig.  $< 0,1$  ( $0,00 < 0,1$ ) maka  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak artinya ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Masyarakat Kotapinang”, dengan jumlah responden 96. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk mempengaruhi Penggunaan *E-Wallet* sebesar 66% sedangkan sisanya 34% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Masyarakat Kotapinang. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Penggunaan *E-Wallet***

Literasi keuangan *digital* merupakan gabungan dari dua konsep yaitu literasi keuangan, dan platform digital. Literasi keuangan sendiri merupakan pemahaman layanan keuangan *digital* yang berkaitan dengan

pengetahuan mengelola keuangan pribadi. Sedangkan platform *digital* adalah seluruh gabungan *software*, dan *hardware* yang menggunakan teknologi komputer, dan internet.<sup>7</sup> Sehingga literasi keuangan *digital* dapat diartikan sebagai pengetahuan, dan pemahaman individu tentang produk, dan jasa layanan keuangan pada teknologi *digital*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa dalam keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi tiga faktor yaitu faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial. Literasi keuangan digital dioperasionalkan sebagai faktor psikologis seseorang dimana Pengetahuan dan pengalaman akan menentukan perubahan sikap dan perilaku konsumen pada saat mengambil keputusan pembelian atau menggunakan produk. Chen dan Volpe kemudian mengajukan teori yang menjelaskan bahwa orang dengan tingkat pengetahuan yang rendah dapat membuat keputusan keuangan yang salah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan di bidang keuangan pribadi.

Literasi keuangan digital memberikan pemahaman tentang tata cara pengelolaan keuangan termasuk pada pemahaman produk dan layanan keuangan pada teknologi untuk mencapai kesejahteraan. Menurut temuan penelitian di lapangan, responden perbankan digital mengetahui produk keuangan digital yang mereka gunakan. Pengalaman responden dengan

---

<sup>7</sup> Rahayu, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia*. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6, No. 1, Hal. 74-87.

produk keuangan digital dan kemampuan nasabah dalam mengelola aktivitas keuangan memungkinkan mereka mengambil keputusan untuk menabung di bank digital.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pada variabel literasi keuangan digital diketahui secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa menggunakan fintech.<sup>8</sup>

Responden dalam studi kasus ini juga memahami risiko dan manfaat yang mereka hadapi saat menggunakan perbankan digital. Hasil ini tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital yang lebih tinggi akan membantunya membuat perencanaan keuangan dan keputusan keuangan yang baik, seperti keputusan menabung. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan digital seseorang yang tinggi berdampak baik pada perilaku menabung mereka.

## **2. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *E-Wallet***

Persepsi kebermanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya

---

<sup>8</sup> Titik Yiping Devina, “*Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Berupa E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Magelang, Semarang dan DIY)*” Skripsi Universitas Tidar, hlm. 85.

bahwa sistem informasi kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.<sup>9</sup>

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan jika seseorang mengetahui manfaat atau kegunaan (usefulness) positif atas penggunaannya maka individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari variabel tersebut.<sup>10</sup>

Persepsi kebermanfaatan penting dalam konsumen menggunakan *E-Wallet*, sebab apabila konsumen merasakan manfaat dari aplikasi *E-Wallet* itu maka mereka akan lebih sering menggunakan dalam bertransaksi. Persepsi kebermanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ShopeePay.

---

<sup>9</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*. (Yogyakarta, Andi Offset : 2007), hlm. 36.

<sup>10</sup> Elsa Silaen dan Bulan Prabawani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-Wallet* dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo *E-Wallet* OVO". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 8. No. 4, tahun 2019. hlm 155-163.

Kebermanfaatan yang dirasakan oleh responden menjadi faktor penting sebagai bahan pertimbangan untuk menjadi pengguna dari sebuah layanan pembayaran digital. Seseorang menggunakan teknologi keuangan digital umumnya merupakan seseorang yang sudah merasakan manfaat atau dampak yang besar bagi dirinya, maka hal itu akan menunjukkan kesediaan individu dalam menggunakan teknologi digital dengan aplikasi tertentu.

### **3. Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-Wallet***

Daya tarik produk mengacu pada produk yang dianggap menarik ditinjau dari minat pengguna. Pengguna yang menggunakan produk tersebut dapat merasakan manfaat yang diperoleh. Dimensi ini merupakan aspek daya tarik produk yang memiliki karakteristik untuk melihat kualitas suatu produk.<sup>11</sup>

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan semakin banyak promosi yang ditawarkan, maka minat pembelian penggunaan juga akan meningkat.<sup>12</sup>

*E-Wallet* memiliki daya tarik serta keunggulan seperti kemudahan dalam bertransaksi dan kebermanfaatan yang dapat dirasakan langsung oleh penggunanya, selain itu *E-Wallet* juga memiliki beragam fitur yang

---

<sup>11</sup> Rahayuningsih, P., & Susanto, S. *Daya Tarik Dompot Digital*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol. 6, No. 1, 2021. Hal. 43-50.

<sup>12</sup> Mia Andika Sari, Dkk. “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilaya JABODETABEK)”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 18, No. 2, hlm. 126-134

dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, akan tetapi masih banyak dari masyarakat Kotapinang yang tidak dapat menggunakan *E-Wallet* disembarang tempat karena setiap lingkungan di Kotapinang memiliki kekuatan sinyal yang berbeda-beda. Sinyal sangat mempengaruhi dalam akses aplikasi *E-Wallet*, jika sinyal tidak stabil maka aplikasi tidak dapat digunakan dengan sempurna. Kendala inilah yang membuat beberapa masyarakat tidak berminat menggunakan *E-Wallet* karena mereka beranggapan bahwa menggunakan *E-Wallet* lebih menyulitkan dibandingkan dengan membayar tunai. Daya tarik produk *E-Wallet* dapat dilihat dari keuntungan penggunaan aplikasi yang dapat mempengaruhi efisiensi dan menghemat waktu sehingga dapat mempercepat proses pelayanan yang dilakukan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* artinya, semakin banyak promosi yang ditawarkan maka minat pembelian atau penggunaan terhadap *E-Wallet* itu semakin meningkat juga.<sup>13</sup>

Masyarakat sebelum menggunakan akan terlebih dahulu melihat ketertarikan produk layanan tersebut. Jika masyarakat tertarik akan produk tersebut, maka masyarakat akan menggunakan atau merasa ingin memiliki produk tersebut.

---

<sup>13</sup> Mia Andika Sari, Dkk. "Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 18, No. 2, hlm. 126-134.

#### **4. Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-Wallet***

Metode pembayaran online menggunakan *digital wallet* adalah salah satu inovasi teknologi di bidang keuangan yang sedang ramai diperbincangkan pada saat ini. *E-Wallet* merupakan salah satu teknologi dalam industri keuangan yang memberikan pelayanan berupa kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun tanpa harus membawa uang tunai ataupun menghabiskan waktu untuk mengantri. Hanya dengan menggunakan *smartphone* yang dibawa oleh masyarakat saat ini maka *E-Wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi.<sup>14</sup>

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*.<sup>15</sup>

Beberapa faktor yang mempengaruhi Masyarakat dalam menggunakan aplikasi *E-Wallet*, seperti persepsi kemudahan, persepsi

---

<sup>14</sup> Dewi Sartika Nasution dan Muhammad Muhajir Aminy. *Fintech Syariah : Teori Dan Praktik Di Indonesia*. (Mataram : UIN Mataram Press. 2020) hlm. 68-69.

<sup>15</sup> Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Pada Generasi Milenial Kota Semarang". *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship*. Vol. 1, No. 2, tahun 2020, hlm. 66-80.

kegunaan, kepercayaan dan sikap pengguna.<sup>16</sup> Namun dalam hal ini peneliti mengkaji dari segi pengetahuan akan literasi keuangan digital, kebermanfaatan yang dirasakan, serta daya tarik produk *E-Wallet* yang dilihat oleh masyarakat. Dimana Seseorang umumnya sudah memiliki pengetahuan terkait literasi keuangan digital dan dapat membuat keputusan sendiri mengenai masalah keuangannya. Tingginya tingkat literasi keuangan digital seseorang itu dapat mendorong mereka untuk menggunakan teknologi digital seperti penggunaan *E-Wallet* dan juga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang maka semakin baik pula dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan digital.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak lagi keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel literasi keuangan digital, kebermanfaatan, dan daya tarik produk saja, sementara faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap minat nasabah ada yang lainnya yakni kemudahan pengguna, kemanfaatan resiko,

---

<sup>16</sup> Heru Kreshna Reza dan Melly Susanti. *Keuangan Digital*. (Cirebon : Yayasan Wisata Bestari Samasta, 2019). hlm. 191.

kepercayaan, minat menggunakan dan masih banyak yang lainnya yang tidak ikut diteliti pada penelitian ini.

2. Penyebaran angket hanya dilakukan pada Masyarakat yang berumur 17 tahun ke atas pada Masyarakat Kotapinang.
3. Keterbatasan hasil yang diperoleh peneliti masih pada kesesuaian yang dilakukan dengan langkah-langkah atau metode berdasarkan kuantitatif.
4. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen dimana penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi masih terdapat variabel independen lain yang dapat memengaruhi variabel dependen sebesar 34 persen. Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan penelitian tidak mengurangi esensi dari penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai judul judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan dan Daya Tarik Produk Terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Masyarakat Kotapinang” dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Ada pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,525 > t_{tabel} 1,66$ .
2. Ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,351 > t_{tabel} 1,66$ .
3. Ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,510 > t_{tabel} 1,66$ .
4. Ada pengaruh secara simultan literasi keuangan digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} (59,550 > 2,14)$ .

#### B. Implikasi

Sehubung dengan kesimpulan hasil penelitian ini, maka implikasi dalam hasil penelitian ini bahwa Ada pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang. Ada pengaruh secara simultan literasi keuangan

digital, kebermanfaatan dan daya tarik produk terhadap penggunaan *E-Wallet* pada masyarakat Kotapinang.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan pesan-pesan yang kiranya bermanfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang harus disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kebermanfaatan Dan Daya Tarik Produk terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Masyarakat Kotapinang untuk menambah variabel lainnya yang relevan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti faktor yang sama dengan memperbanyak data penelitian dan gunakan data tahun terbaru.
3. Bagi pelaku Masyarakat di Kotapinang diharapkan mempertimbangkan ketertarikan terhadap Penggunaan *E-Wallet* agar dapat mempermudah transaksi pembelian tanpa perlu ribet membawa uang cash kemanapun dan kapanpun. Hal ini juga sebagai salah satu pendukung perkembangan keuangan terhadap penggunaan *E-Wallet*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afelo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. "Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna *E-Wallet* Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan". KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, Vol. 13, No. 2, (2022).
- Ana Toni Roby Candra Yudha, Dkk. *Fintech Syariah : Teori dan Terapan*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Albert Kurniawan Purnomo. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya : CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.
- Ali Hardana, dkk, "Financial Performance Analysis AT PT Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (EVA)", *Journal of Islamic Financial Technologi*, Vol. 1, No. 1, (2022).
- Ali Sahib, *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press, 2018
- Anak Agung Elik Lestari, Dkk. "*Technology Acceptance Model Theory Of Planned Behavior dan Fear Of Covid-19:Niat Konsumen Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital*. Bali : Intelektual Manifes Media,2023.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok: Prenadamedia Group, 2005.
- Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps, 2014.
- Desita, W., & Dewi, A. K. R. S. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (*EWallet*)". Jurnal Akuntansi Profesi, Vol. 13. No. 1 tahun (2022).
- Desvronita, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* Menggunakan Technology Acceptance Model". Jurnal Akmenika, Vol. 18, No. 2, (Oktober 2021).
- Devri Suherdi Dkk, *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi*. Media Kita : 2020.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Uang Elektronik Syariah*. 2017.

- Dewi Sartika Nasution dan Muhammad Muhajir Aminy. *Fintech Syariah : Teori Dan Praktik Di Indonesia*. Mataram : UIN Mataram Press. 2020.
- Dewi Sartika Nasution, *Ekonomi Digital*. Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Dihin Septyanto dan Nanda Andari Praudy, “Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya Pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*”. *Jurnal Keislaman*, Vol. 5, No. 2, (September 2022).
- Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: PT. Andi Offset, 2014.
- Eko Sutriyanto, Survei Snapcart : ShopeePay Kuasai 38 Persen Pasar Transaksi *E-Wallet* di Indonesia, <https://www.tribunnews.com/techno/2021/03/30/survei-snapcart-shopeepay-kuasai-38-persen-pasar-transaksi-E-Wallet-di-indonesia> . diakses pada tanggal 04 Oktober 2023 Pada Pukul 22.50 WIB.
- Ferri Alfadri, Nur Aini, Lismayanti Siregar, “ *Public Attitude To Online Loans*”, *Journal Of Islamic Financial Technology*, Vol. 1 No. 2, (Desember 2022).
- Ferri Alfadri, “*Implementation Of Internship Practices and Student Literacy Regarding Sharia Banking On Work Readiness In Sharia Bank*”, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 5, No. 1, tahun (2023).
- Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardani, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShoopePay Di Surabaya”. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 7, No. 2, Tahun (2021).
- Hanhan Wijaya, “E-Payment System Pada *E-Wallet* Menggunakan Kode Qr Berbasis Android,” Skripsi. Bandung, Universitas Komputer Indonesia : 2018.
- Hartina Fattah, Dkk. *Fintech Dalam Keuangan Islam : Teori dan Praktik*, Jakarta : Publika Indonesia Utama, 2022.
- Heru Kreshna Reza Dan Melly Susanti. *Keuangan Digital*. Cirebon : Yayasan Wiyata Besyari Samata, 2019.
- Indahyani, K., & Dewi, I.G.A.K.R.S. 2021. Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) Dalam Transaksi Keuangan. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol 12. No. 3, tahun (2021).

Indyah Hartami Santi Dan Bayu Erdani. *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Peneliti Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2021

Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta, Andi Offset : 2007.

Kim, D,J Ferrin, D.L dan Rao. A Trust-based Consumer Decision Making Model In Electronic Commerce: The Role Of Trust, Perceived Risk and Their Antecedents, Proceedings Of Ninth Americas Conference On Information Systems, 2007.

Kotler, P., & Armstrong, G. *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Margaretha Sherly Kurniawan Dkk. *Teknologi Keuangan Anak Muda*. ( Semarang : UNIKA Soegijapranata, 2022).

M. Azkari Zakariah dan Vivi Afriani, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*. Sulawesi Tenggara : Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warahmah, 2021.

Mia Andika Sari, Dkk. “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilaya JABODETABEK)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 18, No. 2.(2019).

Mudrajat Kuncono, *Metode Penelitian untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2019.

Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press Printing, 2018.

Nanda Ristiana dan Emy Widyastuti, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan *E-Wallet*”. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 1. Tahun (2022).

Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Jawa Timur : Widya Gama Press, 2021.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Pasal 1 ayat 7, 2016.

- Perlita Hatma Ardiningrum, Dkk. "Mekanisme Transaksi *E-Wallet* Menurut Syariat Islam : Bagaimana Pandangan Ulama dan Fatwa DSN MUI?". Vol. 1, No. 7, Tahun (2022).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1&2* (Jakarta: Prenhalindo, 2000).
- Rahayu, I., & Prasetyatama, G. "*Determinants Of The Intention To Continue Using E-Wallet During The Covid-19 Pandemic*". *Journal of Contemporary Accounting*, Vol. 3, No. 2, tahun (2021).
- Rahayu, R. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia". *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6, No. 1, (2022).
- Rahayuningsih, P., & Susanto, S. "Daya Tarik Dompot Digital". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, (2021)
- Rusdi Hidayat N dan Lia Nirawati. *Keuangan Internasional Di Era Digitalisasi*. (Surabaya : Airlangga University Press. 2023.
- Sarnita Sadya : Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-2022-2023>. diakses pada hari minggu 25 Oktober 2023.
- Sastya Hendri Wibowo dkk, *Teknologi Digital Di Era Modern*. Padang, PT. Global Eksekutif Teknologi : 2023.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatnawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* . Yogyakarta : Grup Penerbit CV Budi Utama, 2020.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : CV Alfabeta. 2018.
- Suharni. "Uang Elektronik (E-money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial", *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 15, No. 1. (2018).
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* , Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

- Titik Yiping Devina, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Berupa *E-Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Magelang, Semarang dan DIY)” Skripsi Universitas Tidar. 2023.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Candra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi. 2nd ed. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Tjiptono, *Pemasaran Jasa Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. 2019.
- Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tri Weda Rahardjo, *Strategi Pemasaran Dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM*, Surabaya, CV. Jakad Publishing : 2018.
- Violinda, Q., & Khoirunnisya, N. V. “Minat Generasi Milenial Menggunakan *E-Wallet* Linkaja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku”. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 8. No. 1. (2022).
- Wawancara dengan Bapak Aditya Pandu Winata, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 14.35 WIB.
- Wawancara dengan Bapak Andika Surya Putra, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 15.05 WIB.
- Wawancara Dengan Ibu Wahyuni Nasution, Kamis 12 Oktober 2023 Pukul 14.10 WIB
- Yenny Rochaniah dan Retna Candra Sari, “Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan, Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce”. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, Vol. 9, No. 6. (2021)
- Yongqing Yang Liu dan Yong Liu. “*Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. Industrial Management & Data Systems*”, Vol. 115, No. 2 Tahun (2015)
- Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data Pengolahan Ekonometrika Dengan E-Views & SPSS*, Medan, CV. Merdeka Kreasi Grup : 2021.

## Dokumentasi



Gambar 1. Pengisian angket oleh pedagang



Gambar 2. Pengisian angket oleh karyawan Bank

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Reza Apriadi
2. NIM : 19 401 00149
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tempat/Tanggal Lahir : Sidodadi, 30 September 2001
5. Anak Ke : 1 dari 2 Bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Dusun Banyumas, Desa Huta Godang Kec,  
Sungai Kanan Kab. Labuhanbatu Selatan
10. Telp. HP : 0822-7583-2901
11. Email : [afriyadireza6@gmail.com](mailto:afriyadireza6@gmail.com)

### II. IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah
  - a. Nama : Kadimin
  - b. Pekerjaan : Petani
  - Alamat : Dusun Banyumas, Desa Huta Godang  
Kec,  
Sungai Kanan Kab. Labuhanbatu Selatan
2. Ibu
  - a. Nama : Astuti
  - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - Alamat : Dusun Banyumas, Desa Huta Godang Kec,  
Sungai Kanan Kab. Labuhanbatu Selatan

### III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 118439 Banyumas Tamat Tahun 2007-2013
2. MTs Darul Ikhsan Tamat Tahun 2013-2016.
3. SMK Al-Washliyah Silangkitang Tamat Tahun 2016-2019.
4. S.1 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Tamat Tahun 2019-2024.

**Tabel Hasil Pengisian Angket**

**1. Variabel literasi keuangan digital**

No. Responden	Literasi Keuangan Digital								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	4	4	5	4	3	3	4	32
2	4	4	4	5	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	4	39
6	4	4	4	4	4	5	4	4	33
7	2	2	2	2	3	2	3	2	18
8	4	4	5	4	4	4	5	5	35
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	5	5	5	5	5	37
11	5	4	5	4	5	5	5	5	38
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	3	4	4	4	4	4	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	3	4	4	4	4	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	3	5	4	4	4	5	33
21	4	4	4	4	5	4	4	4	33
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	5	4	5	5	4	5	34
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	3	4	3	4	4	3	4	29
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	5	5	5	5	4	5	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	5	4	4	5	4	3	3	4	32

32	4	4	4	5	4	4	4	4	33
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	3	4	4	4	4	4	31
35	5	5	5	5	5	5	5	4	39
36	4	4	4	4	4	5	4	4	33
37	2	2	2	2	3	2	3	2	18
38	4	4	5	4	4	4	5	5	35
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	5	5	5	5	5	37
41	5	4	5	4	5	5	5	5	38
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	3	4	4	4	4	4	31
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	3	4	4	4	4	4	31
49	4	4	4	4	4	4	5	4	33
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	3	2	3	4	5	3	4	28
54	4	4	5	4	4	4	4	4	33
55	4	4	2	4	4	4	4	4	30
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	5	5	5	5	4	39
58	3	2	2	2	2	4	4	4	23
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	5	5	3	4	4	4	5	5	35
62	4	4	5	4	4	4	4	4	33
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	4	1	4	4	4	4	4	29
65	4	5	5	4	4	5	5	4	36
66	5	5	5	4	4	4	4	5	36
67	2	4	3	2	1	2	3	2	19
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33

69	5	4	2	5	4	4	4	4	32
70	5	4	4	4	4	4	4	4	33
71	5	4	5	5	5	5	5	5	39
72	4	4	4	4	3	5	4	4	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	5	4	4	5	5	5	4	5	37
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	4	3	5	4	5	4	5	34
79	4	4	4	4	4	4	5	4	33
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	3	2	3	4	5	3	4	28
84	4	4	5	4	4	4	4	4	33
85	4	4	2	4	4	4	4	4	30
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	5	5	5	5	5	5	5	4	39
88	3	2	2	2	2	4	4	4	23
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	4	4	4	4	4	4	5	4	33
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	3	2	3	4	5	3	4	28
96	4	4	5	4	4	4	4	4	33

## 2. variabel kebermanfaatan

No. Responden	Kebermanfaatan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	5	5	3	3	5	25
2	5	5	5	5	4	4	28
3	4	4	5	5	5	5	28
4	5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	1	5	26

6	5	5	5	4	4	4	27
7	1	3	2	3	1	2	12
8	4	4	4	4	4	5	25
9	4	4	4	4	4	3	23
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	5	4	4	5	26
12	5	5	5	4	4	4	27
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	3	23
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	4	4	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	5	4	4	5	27
21	5	5	5	4	4	5	28
22	5	5	4	4	4	4	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	4	2	3	3	21
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	4	5	4	28
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	5	5	3	3	5	25
32	5	5	5	5	4	4	28
33	4	4	5	5	5	5	28
34	5	5	4	4	4	4	26
35	5	5	5	5	1	5	26
36	5	5	5	4	4	4	27
37	1	3	2	3	1	2	12
38	4	4	4	4	4	5	25
39	4	4	4	4	4	3	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	4	4	5	26
42	5	5	5	4	4	4	27

43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	3	23
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	5	5	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	5	5	4	4	5	27
51	5	5	5	4	4	5	28
52	5	5	4	4	4	4	26
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	5	4	2	3	3	21
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	5	5	4	5	4	28
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	5	5	3	3	5	25
62	5	5	5	5	4	4	28
63	4	4	5	5	5	5	28
64	5	5	4	4	4	4	26
65	5	5	5	5	1	5	26
66	5	5	5	4	4	4	27
67	1	3	2	3	1	2	12
68	4	4	4	4	4	5	25
69	4	4	4	4	4	3	23
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	5	4	4	5	26
72	5	5	5	4	4	4	27
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	3	23
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	4	4	28
79	4	4	4	4	4	4	24







90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	4	4	4	4	5	4	4	4	33
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	3	3	5	4	5	5	4	5	34
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	3	4	3	4	4	3	4	29
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32

#### 4. Variabel Penggunaan *E-Wallet*

No. Responden	Penggunaan E-wallet								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	4	5	4	4	3	4	4	32
2	4	4	5	4	4	4	4	4	33
3	5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	5	5	5	5	4	4	4	4	36
5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
6	4	4	5	4	4	4	4	4	33
7	2	2	2	2	2	3	3	3	19
8	5	4	4	5	4	4	4	4	34
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	4	4	5	5	5	38
12	4	4	4	4	4	4	3	3	30
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	3	3	4	30
17	4	4	4	4	4	5	3	4	32
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	4	4	4	4	4	4	34
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	4	4	5	5	3	5	36
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	3	3	4	4	30

26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	5	5	4	5	5	5	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	5	4	4	3	4	4	32
32	4	4	5	4	4	4	4	4	33
33	5	4	4	4	4	4	5	5	35
34	5	5	5	5	4	4	4	4	36
35	5	5	4	5	5	5	5	5	39
36	4	4	5	4	4	4	4	4	33
37	2	2	2	2	2	3	3	3	19
38	5	4	4	5	4	4	4	4	34
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	4	4	5	5	5	38
42	4	4	4	4	4	4	3	3	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	3	3	4	30
47	4	4	4	4	4	5	3	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	5	4	4	4	4	4	4	34
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	5	4	4	5	5	3	5	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	3	3	4	4	30
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	5	4	5	5	5	39
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	5	4	4	3	4	4	32



## HASIL OUTPUT SPSS

Hasil Uji Validitas  
Variabel X1

### Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	literasi keuangan digital
x1.1	Pearson Correlation	1	.715**	.463**	.759**	.711**	.575**	.468**	.657**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.2	Pearson Correlation	.715**	1	.598**	.760**	.567**	.400**	.586**	.444**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.3	Pearson Correlation	.463**	.598**	1	.517**	.530**	.349**	.534**	.421**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.4	Pearson Correlation	.759**	.760**	.517**	1	.761**	.499**	.515**	.622**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.5	Pearson Correlation	.711**	.567**	.530**	.761**	1	.656**	.528**	.646**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.6	Pearson Correlation	.575**	.400**	.349**	.499**	.656**	1	.538**	.719**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.7	Pearson Correlation	.468**	.586**	.534**	.515**	.528**	.538**	1	.580**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x1.8	Pearson Correlation	.657**	.444**	.421**	.622**	.646**	.719**	.580**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
literasi keuan gan digital	Pearson Correlation	.835**	.803**	.734**	.856**	.850**	.730**	.739**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel x2

		Correlations						
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	kebermanfaatan
x2.1	Pearson Correlation	1	.811**	.787**	.497**	.495**	.543**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
x2.2	Pearson Correlation	.811**	1	.732**	.165	.180	.423**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.107	.079	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
x2.3	Pearson Correlation	.787**	.732**	1	.498**	.433**	.747**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
x2.4	Pearson Correlation	.497**	.165	.498**	1	.398**	.521**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.107	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
x2.5	Pearson Correlation	.495**	.180	.433**	.398**	1	.362**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.079	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
x2.6	Pearson Correlation	.543**	.423**	.747**	.521**	.362**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
kebermanfaatan	Pearson Correlation	.890**	.688**	.898**	.672**	.667**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel x3

		Correlations								
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	daya tarik produk
x3.1	Pearson Correlation	1	.611**	.269**	.703**	.595**	.497**	.486**	.600**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.2	Pearson Correlation	.611**	1	.357**	.568**	.283**	.280**	.592**	.323**	.644**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.006	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.3	Pearson Correlation	.269**	.357**	1	.292**	.455**	.409**	.384**	.360**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.4	Pearson Correlation	.703**	.568**	.292**	1	.711**	.618**	.552**	.693**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.5	Pearson Correlation	.595**	.283**	.455**	.711**	1	.693**	.494**	.714**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.6	Pearson Correlation	.497**	.280**	.409**	.618**	.693**	1	.570**	.758**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.7	Pearson Correlation	.486**	.592**	.384**	.552**	.494**	.570**	1	.550**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
x3.8	Pearson Correlation	.600**	.323**	.360**	.693**	.714**	.758**	.550**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
daya tarik produk	Pearson Correlation	.774**	.644**	.627**	.836**	.826**	.793**	.739**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Variabel y

### Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	penggunaan e-wallet
y1	Pearson Correlation	1	.921**	.667**	.848**	.740**	.648**	.604**	.787**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y2	Pearson Correlation	.921**	1	.734**	.819**	.779**	.695**	.553**	.757**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y3	Pearson Correlation	.667**	.734**	1	.725**	.588**	.434**	.553**	.555**	.783**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y4	Pearson Correlation	.848**	.819**	.725**	1	.733**	.573**	.597**	.628**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y5	Pearson Correlation	.740**	.779**	.588**	.733**	1	.714**	.405**	.674**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y6	Pearson Correlation	.648**	.695**	.434**	.573**	.714**	1	.473**	.704**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y7	Pearson Correlation	.604**	.553**	.553**	.597**	.405**	.473**	1	.736**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
y8	Pearson Correlation	.787**	.757**	.555**	.628**	.674**	.704**	.736**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
pengguna e-wallet	Pearson Correlation	.925**	.931**	.783**	.881**	.834**	.779**	.732**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Realibilitas Variabel X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

### Varibael X2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	6

Variabel X3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	8

Variabel Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	8

1.

Uji Deskriptif

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
literasi keuangan digital	96	18	40	32.44	3.973
kebermanfaatan	96	12	30	25.16	3.232
daya tarik produk	96	18	40	32.67	3.788
penggunaan <i>E-Wallet</i>	96	19	40	33.20	3.922
Valid N (listwise)	96				

Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.28659689
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.175
	Negative	-.089
Test Statistic		.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

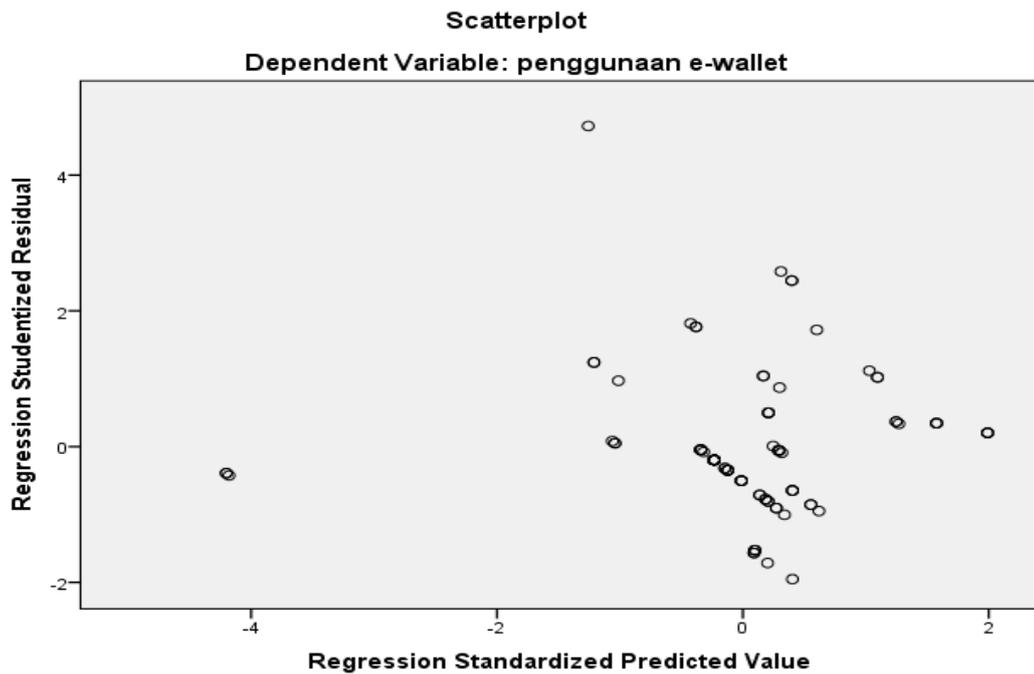
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Uji multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	literasi keuangan digital	.372	2.685
	kebermanfaatan	.497	2.014
	daya tarik produk	.327	3.055

a. Dependent Variable: penggunaan *E-Wallet*

Uji heterokedastisitas



Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.119	2.196		1.875	.064
	literasi keuangan digital	.347	.098	.351	3.525	.001
	kebermanfaatan	.351	.105	.289	3.351	.001
	daya tarik produk	.276	.110	.267	2.510	.014
a. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>						

#### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.660	.649	2.324
a. Predictors: (Constant), daya tarik produk, kebermanfaatan, literasi keuangan digital				
b. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>				

#### Uji Hipotesis

##### Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.119	2.196		1.875	.064
	literasi keuangan digital	.347	.098	.351	3.525	.001
	kebermanfaatan	.351	.105	.289	3.351	.001
	daya tarik produk	.276	.110	.267	2.510	.014
a. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>						

##### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	964.530	3	321.510	59.550	.000 <sup>b</sup>
	Residual	496.710	92	5.399		
	Total	1461.240	95			

a. Dependent Variable: penggunaan <i>E-Wallet</i>
b. Predictors: (Constant), daya tarik produk, kebermanfaatan, literasi keuangan digital



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximäi (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3989 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/07/2023 11 Juli 2023  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;  
1. Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd : Pembimbing I  
2. Ferri Alfadri, M.E : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : REZA APRIADI  
NIM : 1940100149  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL,  
KEBERMANFAATAN DAN DAYA TARIK PRODUK  
TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET PADA MASYARAKAT  
KOTAPINANG

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.