

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang terjadi pada era saat ini dapat mengubah gaya hidup manusia dari berbagai aspek kehidupan. Kegiatan yang dilakukan oleh manusia sehari-harinya berhubungan dengan teknologi digital. Teknologi digital digunakan manusia pada saat melakukan transaksi jual beli seperti berbelanja barang maupun jasa. Belanja merupakan suatu kegiatan transaksi membeli barang yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, seperti kebutuhan pokok, kebutuhan sehari-hari, dan kebutuhan lainnya. Dalam penggunaan teknologi digital diperlukan internet untuk dapat mengaksesnya, contoh dari teknologi digital adalah aplikasi *mobile*. (<https://ejurnal.teknokrat.ac.id>, diunduh pada 01 Februari 2023).

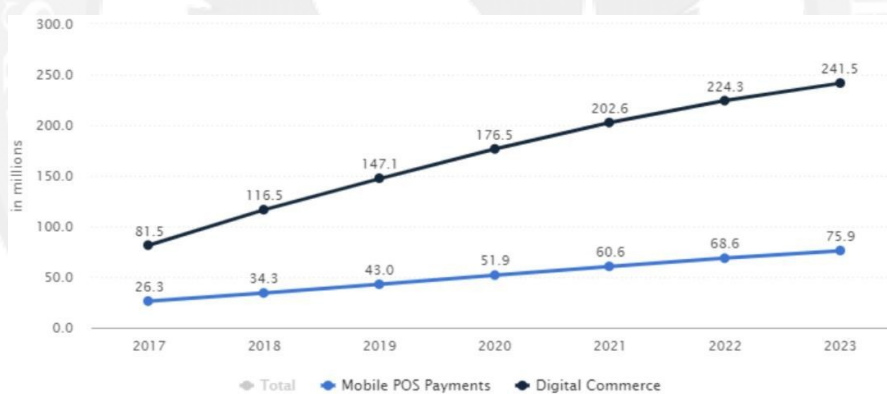
Aplikasi *mobile* atau sering juga disebut dengan istilah *Mobile Apps* adalah aplikasi yang berasal dari perangkat lunak yang dioperasikan melalui perangkat *mobile*, contoh dari perangkat *mobile* diantaranya smartphone, Tablet, dll. Aplikasi *mobile* memiliki sistem yang dalam pengoperasiannya mendukung perangkat lunak secara standalone. Standalone adalah suatu program perangkat lunak (*software*) yang tidak memerlukan perangkat lunak lainnya saat menggunakannya. Diketahui pada tahun ini yaitu 2023 aplikasi *mobile* juga merambah ke dunia keuangan. Adanya pola konsumsi masyarakat yang menginginkan segala sesuatunya dapat dicapai secara efisien maka hadirilah perusahaan penyedia layanan yang ingin menyediakan sistem pembayaran yang bersifat efisien, efektif, dan aman di masyarakat. (<https://pengertian.apa-itu.net>, diunduh pada 01 Februari 2023).

Pada tahun 2023 sistem pembayaran dengan menggunakan aplikasi *mobile* mulai mengalami perkembangan pengguna. Hal ini diakibatkan oleh besarnya nilai transaksi yang terjadi setiap hari pada masyarakat. Dalam dunia keuangan terdapat salah satu sebutan yang bernama *Electronic Money*. *Electronic Money* merupakan salah satu bentuk dari *Fintech* (*Finance Technology*). Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 *Fintech* adalah sistem keuangan yang menyediakan produk, layanan, teknologi, bahkan bisnis baru dalam dunia keuangan yang berdampak pada kelancaran, keamanan, keandalan sistem pembayaran, efisiensi dan stabilitas sistem keuangan. (<http://repository.iainpare.ac.id>, diunduh pada 01 Februari 2023)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia telah memanfaatkan hadirnya *fintech* ini sebagai kemudahan alat pembayaran pada usaha mereka. Di Indonesia berbagai layanan *fintech* menyediakan beragam promo menarik yang membuat respon *positive* atau diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya di kota-kota besar. *Fintech* menawarkan potongan harga, pengembalian uang atau yang biasa disebut *cashback* agar menarik minat masyarakat Indonesia menggunakan alat pembayaran *fintech*. Karena faktor layanan *fintech*, masyarakat yang tinggal di kota-kota besar mulai mengubah gaya hidupnya menjadi *cashless*. *Cashless* adalah sistem pembayaran tanpa menggunakan uang tunai yang selalu menggunakan pembayaran berupa digital. Karena gaya hidup *Cashless* inilah penyedia layanan aplikasi sesegera mungkin bahkan berlomba membuat alat pembayaran non tunai yang saat ini disebut dengan istilah *Mobile Wallet*. *Mobile Wallet* yang biasa disingkat dengan kata *M-wallet* adalah layanan bertransaksi

dengan *electronic money (e-money)* dengan menggunakan *smartphone* atau perangkat lain yang bersifat *mobile*. (<http://repository.stei.ac.id>, diunduh pada 01 Februari 2023)

Penyedia layanan pertama *M-wallet* di Indonesia adalah Telkomsel yang berkerja sama dengan Bank Negara Indonesia dengan nama T-Cash yang diluncurkan pada tahun 2007 (<https://mix.co.id/>, diunduh pada 25 Januari 2023). Diketahui pada tahun 2018 di Indonesia telah mempunyai 38 penyedia layanan *M-wallet* yang telah mendapatkan izin operasional dari Bank Indonesia sejak tahun 2009. Bank Indonesia juga memperoleh data transaksi *M-wallet* di Indonesia telah mencapai USD 1,5 miliar atau dirupiahkan sebesar Rp21,3 triliun (<https://www.medcom.id>, diunduh pada 26 Januari 2023).



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Digital Payments

Sumber: <https://jurnal.polban.ac.id>, diunduh pada tanggal 08 Februari 2023

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan alat pembayaran *mobile* diprediksi akan terus meningkat, bahkan pada tahun 2023 pengguna alat pembayaran *mobile* diprediksi mencapai 241.5 juta pengguna. *Consumer Payment Attitudes 2018*, mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki tingkat kesiapan untuk *go cashless* tertinggi jika dibandingkan

dengan negara ASEAN lainnya. Pada tahun 2018 terdapat 85% masyarakat Indonesia telah menggunakan alat pembayaran *mobile* untuk melakukan transaksi digital. Data-data tersebut dapat mengungkapkan jika penggunaan alat pembayaran *mobile* mengalami peningkatan setiap tahunnya. (<https://jurnal.polban.ac.id>, diunduh pada tanggal 08 Februari 2023)

Salah satu alat pembayaran *mobile* di Indonesia adalah DANA. DANA adalah dompet digital yang terdapat di negara Indonesia, DANA dirancang untuk menjadikan setiap transaksi nontunai secara digital, online dan offline agar dapat berjalan dengan cepat, efisien, dan terjamin keamanannya. DANA tidak hanya digunakan untuk alat pembayaran saat melakukan transaksi pada penjual, namun di DANA juga terdapat fitur lain. Seperti contohnya pengguna DANA bisa melakukan pembelian emas, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran listrik dan air, top up game, pembayaran internet dan TV Kabel, pembayaran E-Samsat, pembayaran pendidikan, pembayaran pajak, pembayaran BPJS, pembelian tiket bioskop dan masih banyak lainnya. Banyak diskon dan promo menarik yang di tawarkan oleh *M-wallet* DANA . Tak hanya pembayaran saja,namun ada hal lain yang juga diminati oleh pengguna *M-wallet* DANA. DANA menawarkan kemudahan untuk mengisi *M-Wallet* DANA yang dapat dilakukan di gerai Alfamart maupun Alfamidi. (<https://www.dana.id>, diunduh pada tanggal 08 Februari 2023)



Gambar 1. 2 Logo DANA

Sumber: www.google/search, diunduh pada tanggal 22 Februari 2023

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti pada tahun 2020 PT Espay Debit Indonesia Koe sebagai penyedia layanan dari *M-wallet* DANA memperoleh kenaikan transaksi sebesar 50% pada bulan Januari hingga bulan Mei tahun 2020. *Chief Executive Officer* DANA mengungkapkan pengguna DANA bertambah menjadi 40 juta pengguna dibandingkan pada bulan Desember tahun 2019 diperoleh total pengguna DANA yaitu 30 juta pengguna. *Chief Executive Officer* DANA memprediksi pertumbuhan pengguna DANA diakibatkan oleh pesatnya digitalisasi yang terjadi di Indonesia. Oleh karena itu menghasilkan pengguna DANA yang kian hari makin bertambah melakukan transaksi di *M-wallet* DANA. (<https://keuangan.kontan.co.id/news/>, diunduh pada 08 Februari 2023)

Secara umum dalam sebuah bisnis diketahui pasti terdapat kompetitor. Menurut (Santoso, 2017) kompetitor adalah usaha yang memiliki kesamaan dengan bisnis yang dijalani. *M-wallet* Go-Pay menjadi kompetitor aplikasi *M-wallet* DANA. Diperoleh data bahwa Go-Pay memiliki pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Pada tahun 2019 tepatnya bulan Februari, didapatkan data jika Go-Pay berhasil memperoleh transaksi sebesar USD 6.3 miliar atau jika di rupiahkan mencapai Rp 89,5 triliun. *M-wallet* Go-Pay digunakan sebagai alat pembayaran bertransaksi pada aplikasi Gojek. (<https://iprice.co.id/>, diunduh pada 08 Februari 2023)

Tabel 1. 1 Daftar Aplikasi *M-Wallet* di Indonesia 2023

No	Perusahaan	Jumlah Ulasan APP Store	Jumlah Ulasan <i>Playstore</i>	Rating dan Ranking di APP Store	Rating dan Ranking di <i>Playstore</i>	Jumlah <i>download</i> di <i>Playstore</i>
1	Go-Jek	408.000	5.000.000	4,6/5	4,6/5	100.000.000+
2	DANA	439.000	3.000.000	4,8/5	4,4/5	50.000.000+
3	OVO	35.000	1.000.000	4,0/5	4,3/5	50.000.000+
4	Link Aja!	25.000	769.000	3,6/5	3,8/5	10.000.000+
5	i.saku	1.500	58.000	2,6/5	2,6/5	5.000.000+
6	Sakuku	644	19.000	3,0/5	4,1/5	1.000.000+

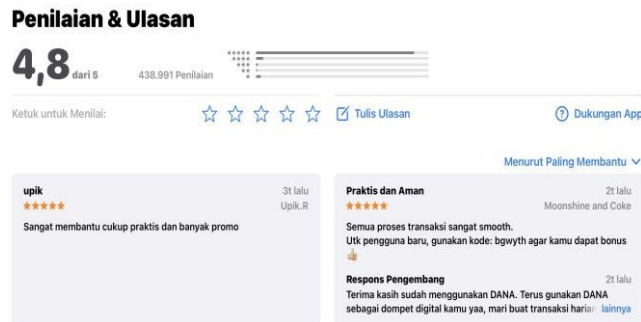
Sumber : <https://play.google.com/>, dan <https://apps.apple.com>

Agar dapat tetap mempertahankan kemajuan dalam penyedia aplikasi *fintech* dan memastikan bahwa DANA mampu bersaing dengan para kompetitornya, maka *Continued Intentions to Use* perlu diperhatikan. Menurut Amoroso & Lim (2017) *Continued Intentions to Use* adalah kekuatan seorang individu untuk melakukan perilaku pembelian yang berulang. *Continued Intentions to Use* mengarah seberapa sering *M-wallet* DANA digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dalam kurun waktu per minggu setiap harinya rata-rata terdapat 7 juta transaksi terjadi pada *M-wallet* DANA. Transaksi pada *M-wallet* DANA ini seperti pembayaran kebutuhan dan hiburan. (<https://www.cnbcindonesia.com>, diunduh pada tanggal 01 Maret 2023)



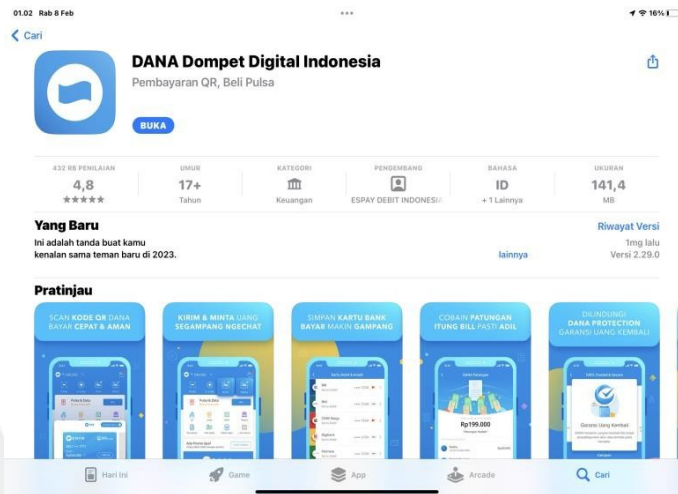
Gambar 1.3 Peningkatan Jumlah Pengguna DANA
Sumber: www.google/search, diunduh pada tanggal 26 April 2023

Menurut Kotler & Amstrong (2012) *Positive Word of Mouth* adalah rekomendasi yang berasal dari seorang teman yang terpercaya maupun pengguna yang berpotensi dipercaya. *Positive Word of Mouth* terjadi saat pengguna membicarakan suatu merek yang telah mereka gunakan kepada orang lain. Harrison Walker (2001) menyatakan bahwa *Positive Word of Mouth* adalah komunikasi informal yang terjadi antara seseorang komunikator (non-komersial) dengan orang lain sebagai penerima suatu merk, produk, atau jasa. Dengan adanya *Positive Word of Mouth* dapat membantu *M-wallet* DANA untuk dikenal lebih lagi oleh masyarakat Indonesia. *Positive Word of Mouth* dapat mempengaruhi keputusan masyarakat Indonesia untuk menggunakan *M-wallet* DANA.



Gambar 1. 4 Ulasan *Positive M-Wallet* pada APP Store
 Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Adapun variabel yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Information Quality*. Menurut Xu *et al.*, (2013) menyatakan bahwa *Perceived Information Quality* adalah penilaian keseluruhan pengguna mulai dari ekspresi sistematis suatu struktur dan komunikasi pengetahuan. Menurut Nia dan Shokouhyar (2020), *Perceived Information Quality* dapat memberikan kepercayaan sehingga meningkatkan pandangan pengguna terhadap nilai produk. Menurut Zhao *et al.*, (2017), *Perceived Information Quality* adalah evaluasi pengguna terhadap sistem kerja dengan cara memberikan ulasan berdasarkan pengalaman pengguna saat memakai sistem tersebut.



Gambar 1. 5 Rating *M-Wallet* DANA pada APP Store

Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.5 menunjukkan *M-wallet* DANA mendapatkan rating 4,8/5 dari 432.446. Hasil tersebut diperoleh dari penilaian yang telah diberikan oleh pengguna *M-wallet* DANA pada APP Store di perangkat Apple. Rating tersebut merupakan evaluasi dari pengguna DANA berdasarkan pengalaman mereka menggunakan *M-wallet* DANA.

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Ability*. *Perceived Ability* menurut Chaplin (2013) adalah daya kekuatan untuk melakukan suatu perbuatan. Menurut Ellis & Knaus (2007) *Perceived Ability* adalah keyakinan terhadap kemampuan diri. Menurut Talwar *et al.*, (2020) *Perceived Ability* merujuk pada pandangan bahwa penyedia layanan *M-wallet* DANA dapat memberikan layanan yang sangat baik bagi penggunanya. *Perceived Ability* menandakan peran yang sangat penting dalam pembentukan kepercayaan awal pada pengguna *M-wallet*, oleh karena itu bisa menjadi prospek penggunaan berkelanjutan pada *M-wallet* DANA.



Gambar 1. 6 Dana Protection
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.6 menunjukkan pada *M-wallet* DANA terdapat fitur “DANA Protection”. DANA Protection adalah salah satu fitur yang telah disediakan oleh perusahaan untuk keamanan transaksi digital pengguna DANA. DANA berharap masyarakat Indonesia tidak perlu khawatir jika bertransaksi di DANA. DANA juga mengklaim dapat menjamin kerahasiaan data-data pribadi penggunanya dengan bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil). Kerjasamanya yaitu berupa verifikasi validasi layanan dengan data pengguna melalui proses KYC (*Know Your Customer*). DANA juga memproyeksikan hal-hal yang kemungkinan bisa saja terjadi seperti contohnya upaya pemalsuan dan penyalahgunaan data pengguna. DANA menganjurkan agar pengguna DANA harus menggunakan *M-wallet* ini secara aman. Dengan cara tidak berbagi *smartphone* milik pribadi dengan pihak lain yang kurang dipercaya dan sembarangan menginformasikan PIN atau Kode OTP DANA. (<https://xdana.com/>, diunduh pada 08 Februari 2023)

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Benefit*. Menurut Kuo & Feng (2013) *Perceived* suatu perasaan akan pertanggungjawaban moral seperti membalas budi karena telah mendapatkan manfaat yang dirasakan dan hal ini menjadi faktor yang penting terjadinya interaksi berkelanjutan. *Perceived Benefit* menurut Abramova dan Böhme (2016) adalah keyakinan pengguna yang bersifat positif dari penggunaan suatu produk atau layanan. Pada *M-wallet DANA* *Perceived Benefit*nya terdapat pada kecepatan dan keunggulan fitur yang ditawarkan oleh *M-wallet* ini.

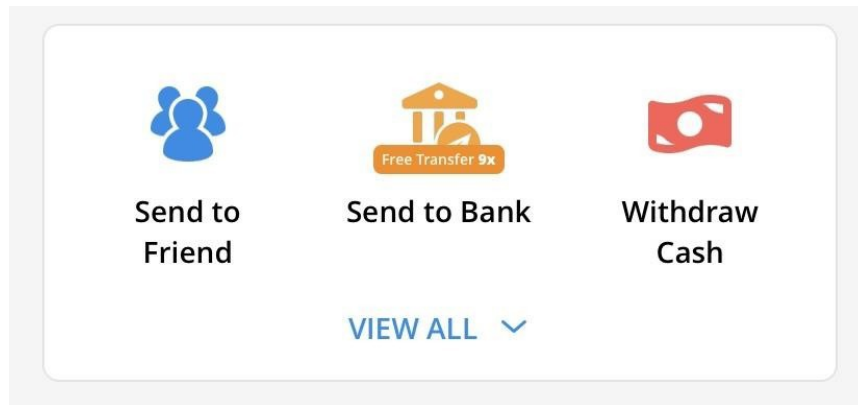


Gambar 1. 7 Kecepatan dan Keunggulan yang diklaim oleh DANA
 Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.7 menunjukkan bahwa *M-wallet DANA* memiliki fitur scan kode QR, Pengguna DANA cukup meng-scan kode QR pada perangkat DANA yang dimiliki oleh *merchant DANA*, maka saldo pengguna akan dengan otomatis berkurang. Namun sebelum itu tetap harus memasukan PIN pada DANA. Lalu jika pengguna ingin memakai fitur kirim uang atau transfer, pengguna cukup klik saja dan canggihnya di DANA juga dapat menyimpan banyak nomer rekening berbagai macam bank. DANA juga memiliki fitur seperti fitur *Split Bill*

dan *My Bills*. Fitur *Split Bill* adalah fitur yang dihadirkan oleh DANA dalam mempermudah proses pembayaran saat pengguna ingin memakai sistem patungan kepada pengguna yang lain. Lalu untuk fitur *My Bills* adalah fitur yang membantu pengguna DANA untuk memberi autodebet atau pembayaran yang saldo pengguna akan otomatis terpotong untuk pembiayaan tagihan bulanan. (<https://www.dana.id/>, diunduh pada 08 Februari 2023)

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Cost*. Menurut Chopdar *et al.*, (2018) *Perceived cost* adalah suatu bentuk keputusan antara dua hal atau lebih terkait manfaat yang akan didapatkan dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh pengguna. *Perceived Cost* adalah kumpulan persepsi biaya yang akan dikeluarkan oleh pengguna untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan. *Perceived cost* menjadi hal yang penting untuk diteliti dikarenakan pada tahun 2023 banyak aplikasi *fintech* yang beredar di Indonesia menawarkan berbagai layanan yang menarik seperti gratis biaya layanan dan berakibat penggunaanya tetap menggunakan aplikasi ini. Menurut Tang, Zhang, & Akram (2019) *Perceived Cost* merupakan faktor penentu seseorang untuk tetap berlangganan atau tidak berlangganan aplikasi tersebut.



Gambar 1. 8 Free Biaya Layanan DANA
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.8 menunjukkan jika *M-wallet* DANA memiliki layanan gratis transfer uang ke bank yang diinginkan dengan batasan 10x transfer. Dalam penggunaannya cukup mudah, pengguna DANA dapat klik ke fitur Kirim Uang, lalu terdapat tiga pilihan mengirim uang yaitu mengirim *Send to Friend* menggunakan nomor HP, *Send to Bank* menggunakan rekening bank dan *Withdraw Cash* atau penarikan tunai yang bisa diambil di ATM BCA, Alfamart, dan Pegadaian. Khusus bagian *Send to Bank* memiliki gratis biaya admin yang hanya bisa dilakukan sebanyak 10 kali setiap bulannya. Selanjutnya akan dikenakan biaya admin sebesar Rp 2.500/transaksi. Semua fitur pengiriman uang bisa dilakukan untuk mengirim uang ke sesama pengguna DANA, bank atau pengguna yang belum mempunyai rekening bank.

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Risk*. Menurut Rahardjo (2015) *Perceived Risk* adalah penilaian khusus oleh pengguna berkaitan dengan kemungkinan yang bisa terjadi karena salah mengambil keputusan. Menurut Talwar *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa *Perceived Risk* dalam lingkungan digital meliputi risiko keamanan, risiko privasi, dan risiko keuangan. *Perceived Risk* dalam penggunaan *M-wallet* berkaitan dengan ancaman penipuan dan risiko peretasan data pribadi pengguna.

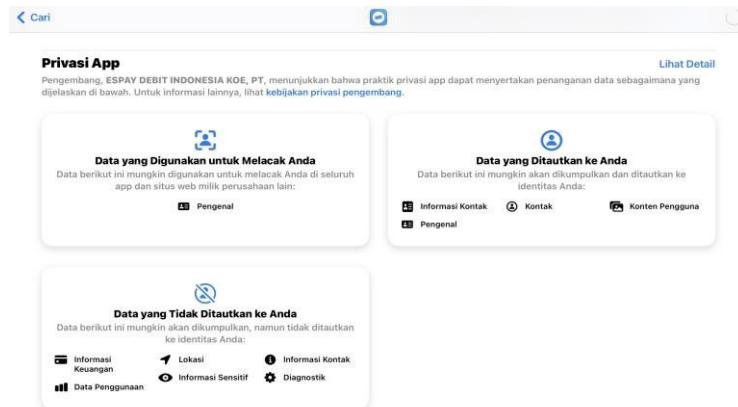


Gambar 1. 9 Keamanan DANA
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.9 *M-wallet* DANA juga memperhatikan *Perceived Risk*. Pada saat pengguna bertansaksi di DANA terdapat Kode PIN yang perlu diisi sebelum melakukan transaksi. DANA juga memberikan kepeperayaan kepada pengguna dengan cara menawarkan garansi 100% jika terjadi sesuatu permasalahan saat bertransaksi pada aplikasi DANA. DANA juga memperkuat sistem keamanannya dengan menerapkan *zero data sharing policy*, yaitu mengantongi sistem dengan berstandar internasional seperti sertifikasi ISO 27001

pada tahun 2013 dan PCI-DSS, dan juga terdapat teknologi *Risk Engine* pada DANA untuk mengelola risiko yang terjadi. DANA juga menerapkan tindakan pencegahan pencucian uang (TPPU) dan pendanaan terorisme (TPPT) dalam membuat sistem pembayaran. DANA juga membekali keamanannya dengan menghadirkan fitur VIZ (Visual Identity AuthoriZation) yang mampu mengautentifikasi wajah. Autentifikasi wajah ini dilakukan saat melakukan login aplikasi atau melakukan transaksi yang bersifat wajib, setelah melakukan autentifikasi maka bisa diproses oleh DANA. (<https://money.kompas.com/>, diunduh pada 08 Februari 2023)

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* adalah *Perceived Uncertainty*. Menurut Leo (2014) *Perceived Uncertainty* adalah kesulitan perolehan informasi tentang pengetahuan terkait kemungkinan yang terjadi. Menurut Herault dan Belvaux (2014) *Perceived Uncertainty* mengacu pada ketidakpastian moneter dan psikologis yang diciptakan oleh privasi dan risiko keuangan. Menurut Lin *et al.*, (2014) ketidakpastian yang dirasakan terkait dengan penggunaan *M-wallet* berkaitan dengan ketakutan tentang keamanan berbagi informasi dan aksesibilitas akun mereka kepada orang lain. Hal ini disebabkan karena sifatnya yang virtual dan kurangnya kontrol dari pengguna secara umum akibatnya pengguna dapat merasakan ketidakpastian saat menggunakan *M-wallet*. *Perceived Uncertainty* menurut Talwar (2020) juga dapat menyebabkan pengguna gagal mengadopsi inovasi teknologi baru.



Gambar 1. 10 Privasi App DANA
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023

Dapat dilihat pada Gambar 1.10 menunjukkan bahwa pada bagian Privasi App bisa menjawab *Perceived Uncertainty* (ketakutan tentang keamanan berbagi informasi) bagi pengguna yang ingin menggunakan *M-wallet* DANA. DANA terus berkomitmen untuk melindungi Data pengguna dengan berusaha menerapkan langkah teknis dengan sebaik mungkin, sesuai dengan standarnya yaitu peraturan perundang-undangan, untuk melindungi keamanan Data Pribadi pengguna. Namun, sebagai Pengguna, juga harus menyadari jika tidak ada sistem yang 100 persen aman. Oleh karena itu, sebagai Pengguna, juga wajib menerapkan langkah-langkah untuk melindungi akun DANA dengan menjaga nomor *handphone* atau *gadget* yang digunakan untuk mengakses aplikasi DANA tersebut. Juga merahasiakan kata sandi kode PIN yang kuat agar mencegah akses oknum yang tidak diinginkan.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penelitian ini membahas beberapa faktor yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* dan *Continued Intentions to Use* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya. Dalam meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi *Positive Word of Mouth* dan *Continued Intentions to use*,

penelitian ini akan meneliti apakah *perceived information quality*, *perceived ability*, *perceived benefit*, *perceived cost*, *perceived risk*, *perceived cost*, dan *perceived uncertainty* mempunyai pengaruh terhadap *Positive Word of Mouth* dan *Continued Intentions to Use* pengguna DANA di Surabaya.

1.2. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak terlalu luas, maka penelitian perlu menentukan batasan yang jelas terkait masalah yang dibahas. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, sebagai berikut :

1. Variabel-variabel yang dibahas dalam penelitian ini ialah *Perceived Information Quality*, *Perceived Ability*, *Perceived Benefit*, *Perceived Cost*, *Perceived Risk*, *Perceived Uncertainty*, pada *Positive Word of Mouth* melalui *Continued Intentions to Use*. Dikarenakan variabel tersebut merupakan variabel yang relevan dengan objek penelitian.
2. Karakteristik responden dari penelitian ini yaitu pria dan wanita dengan batasan usia 18 hingga 65 tahun. Usia tersebut ditentukan karena batasan usia pengguna *M-wallet* dan telah memiliki akun DANA yang berdomisili di Surabaya, pernah mengunduh dan menggunakan aplikasi DANA minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara *general*. Rumusan masalah tersebut adalah apakah *Perceived Information Quality*, *Perceived Ability*, *Perceived Benefit*,

Perceived Cost, Perceived Risk, Perceived Uncertainty berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* dan *Continued Intentions to Use* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya:

1. Apakah *Perceived Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
2. Apakah *Perceived Ability* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
3. Apakah *Perceived Benefit* berpengaruh *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
4. Apakah *Perceived Cost* berpengaruh *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
5. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
6. Apakah *Perceived Uncertainty* berpengaruh *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?
7. Apakah *Positive Word of Mouth* berpengaruh pada *Continued Intentions to Use* pada pengguna *M-wallet DANA* di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas maka, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Perceived Information Quality, Perceived Ability, Perceived Benefit, Perceived Cost, Perceived Risk, Perceived Uncertainty* terhadap *Positive Word of Mouth* yang pada akhirnya mempengaruhi *Continued*

Intentions to Use pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya. Tujuan spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Ability* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Benefit* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Cost* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 5) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 6) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Perceived Uncertainty* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word of Mouth* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.
- 7) Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Positive Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap *Continued Intentions to Use* pada pengguna *M-wallet* DANA di Surabaya.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka manfaat penelitian sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi di Perpustakaan Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Penulis berharap dapat berguna bagi penulis selanjutnya.

2. Bagi Penulis

- a. Dipergunakan untuk membandingkan teori dengan kejadian yang terdapat di lapangan
- b. Sebagai syarat kelulusan Sarjana Satu (S1) di Universitas Pelita Harapan kampus Surabaya

1.5.2. Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian yang dilakukan kepada pihak manajemen perusahaan agar menyadari adanya *Positive Word of Mouth* yang bisa berdampak pada *Continued Intentions to Use* pada pengguna *M-wallet* DANA.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini dibagi menjadi beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini disajikan latar belakang, tujuan penelitian, ruang lingkup, dan batasan penelitian dan sistematika yang digunakan pada penulisan laporan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi landasan teori yang memaparkan teori-teori yang berkaitan dan berguna dengan permasalahan yang diteliti.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bagian ini menyajikan langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan metode yang digunakan baik dalam pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data.

