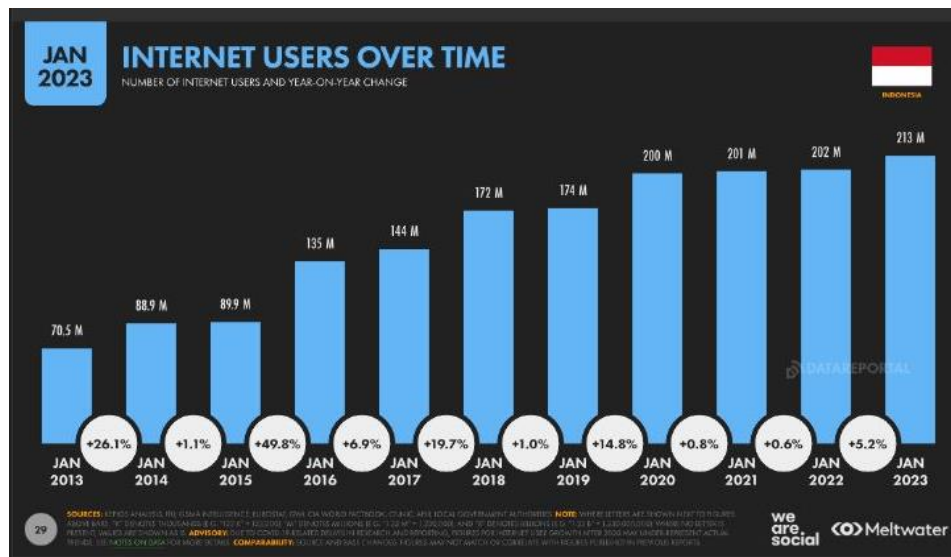


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembang teknologi saat ini mulai di dimanfaatkan masyarakat untuk menunjang aktivitasnya. Salah satu kemajuan teknologi yang kita gunakan sehari-hari yaitu dukungan teknologi Internet. Menurut data yang dikeluarkan oleh We Are Social (*We Are Social*, diakses pada 07 Mei 2023) pengguna Internet pada Januari 2023 lebih tinggi 3,85% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan pengguna internet tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



(Sumber: *We Are Social*, 2023.)

Gambar 1. 1
Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 – Januari 2023)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 mencapai 212,9 Juta yang berarti hampir sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan Internet. Jika

pengguna internet berkembang, maka nilai transaksi pembayaran digital dapat ikut berkembang dan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Digital di Asia Tenggara (2021 & 2022)

NO	NAMA NEGARA	POPULASI KONSUMEN DIGITAL	
		2021	2022
1	Indonesia	154 juta	168 juta
2	Filipina	63 juta	69 juta
3	Vietnam	56 juta	60 juta
4	Thailand	40 juta	42 juta
5	Malaysia	24 juta	25 juta
6	Singapura	5 juta	5 juta

(Sumber: META and Bain & Company, 2022)

Berdasarkan data yang dilaporkan oleh *META and Bain & Company* menyatakan bahwa Indonesia menjadi Negara dengan Konsumen Digital terbanyak di Asia Tenggara pada tahun 2022 sebesar 168 Juta orang. Hal ini terjadi karena pada masa pandemic *covid-19*, masyarakat tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas seperti biasanya dikarenakan pemerintah menetapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang membuat sector ekonomi kesulitan untuk bertahan ditengah pandemic, selain itu masyarakat juga kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Pandemi *covid-19* mendorong pelaku usaha untuk mencari solusi akan hal tersebut dengan melakukan transaksi kegiatan jual beli secara *online* dan menggunakan pembayaran yang tersedia, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui solusi tersebut penyedia pembayaran melakukan perkembangan dengan kode *quick response (QR Code)* dan pembayaran *link based*. Perubahan tersebut membentuk kebiasaan yang baru yaitu *cashless Society* yang merupakan suatu perubahan transaksi yang semula menggunakan pembayaran tunai dan kini

dilakukan secara non-tunai atau transaksi *digital* (Asliri.id, diakses pada 17 April 2023).



(Sumber: Bank Indonesia melalui Asliri.id, 2022)

Gambar 1.3
Total Nilai Transaksi Pembayaran Digital

Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa nilai transaksi pembayaran *digital* meningkat dari tahun ke tahunnya dan sangat meningkat dari tahun 2017-2021 sebesar 122.89%. Menurut (Bank Indonesia, 2022) hal ini terjadi karena trend belanja *online* selama pandemic seiring dengan mudahnya system pembayaran digital. Oleh karena itu, dengan terusnya berkembang tren pembayaran digital di Indonesia menjadi peluang besar bagi perusahaan-perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Berdasarkan laporan East Venture (EV) bertajuk "Digital Competitiveness Index 2023" *E-Wallet* menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan di Indonesia dengan presentase sebesar 81% pada tahun 2022 (Goodstats.id, diakses pada 08 Mei 2023).

Salah satu aplikasi *E-Wallet* adalah DANA yang mulai beroperasi di Indonesia pada 5 Desember 2018. DANA didesain sebagai aplikasi dompet

digital yang mampu menjadikan setiap transaksi non tunai dan non kartu secara digital. DANA sebagai dompet digital memiliki beberapa layanan yaitu Transfer (DANA Kaget, *Cashout*, *Split Bill*, *E-Commerce*, *Withdraw Cash*), Tagihan (Elektrik, Air, *Mobile Postpaid*, Telkom, PGN Gas, Internet & TV Kabel, *Installment*, Kartu Kredit, E-Samsat, SIGNAL, Pendidikan, *Maintenance Fees*, Penerimaan Negara, PBB, PLN Non Taglis, BPJS Ketenagakerjaan, Pajak Daerah, Retribusi, PBB DIY), *Entertainment* (*App Store*, Voucher Digital, Explore Wisata, Permainan, Item Digital, *Mini Games*, TIX ID, VIDIO), Keuangan (eMAS, DANA Bisnis, Bank Services, DANA GOALS, Rapor DANA, dan Akun Keluarga), Isi Saldo (Saldo Digital dan Uang Elektronik), Asuransi (DANA Siaga, Pembayaran Asuransi, BPJS Kesehatan), *Charity* (DANA Donasi dan Zakat Fitrah), Transportasi (Parkir, *Parkee*, dan Tiket Kereta), dan Belanja (Lazada) (Dana.id, diakses pada 18 April 2023).

DANA adalah aplikasi *E-Wallet* dengan peringkat yang cukup tinggi pada survey yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022. Berikut merupakan *E-Wallet* yang paling sering dipakai di Indonesia pada tahun 2022:

Tabel 1.2
***E-Wallet* yang Sering Dipakai di Indonesia 2022**

NO	NAMA <i>E-WALLET</i>	JUMLAH
1	GOPAY	88%
2	DANA	83%
3	OVO	79%
4	SHOPPEPAY	76%
5	LinkAja	30%
6	i.Saku	7%
7	OCTO MOBILE	5%
8	DOKU	4%
9	Sakuku	3%
10	Jakone Mobile	2%

(Sumber: Populix, 2022)

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Populix, GOPAY berada pada peringkat pertama dengan memperoleh nilai sebesar 88%, peringkat kedua yaitu DANA dengan memperoleh nilai sebesar 83%, peringkat ketiga yaitu OVO dengan memperoleh nilai sebesar 79%, dan disusul oleh beberapa dompet digital lainnya seperti ShopeePay, LinkAja, i.saku, OCTO Mobile, DOKU, SAKUKU, dan Jakone Mobile. Penulis Menyimpulkan bahwa pengguna aplikasi DANA ini cukup banyak, hal itu didukung juga oleh daftar aplikasi teratas pada kategori *finance* pada *Appstore* 2023 berikut ini:

Tabel 1.3

Aplikasi Teratas Kategori *Finance* pada *Appstore* Mei 2023

No	Aplikasi	Peringkat <i>Appstore</i>	Rating <i>Appstore</i>	Jumlah Ulasan
1	DANA	1	4.8	441.838
2	BCA Mobile	2	3.4	23.676
3	BRImo BRI	3	4.7	126.152
4	Livin by Mandiri	4	3.7	862
5	Kredivo	5	4.8	262.859

(Sumber: *Appstore* diolah penulis, Mei 2023)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa DANA berada pada peringkat pertama sebagai aplikasi kategori *finance* paling populer di *Appstore* per April 2023 dan disusul oleh BCA Mobile, BRImo BRI, Livin by Mandiri dan Kredivo. Penulis Menyimpulkan bahwa DANA menjadi *E-Wallet* yang paling banyak diunduh oleh masyarakat, selain itu didukung juga oleh daftar aplikasi teratas pada kategori *finance* pada *Playstore* 2023 berikut ini:

Tabel 1.4
Aplikasi Teratas Kategori *Finance* pada *Playstore* Mei 2023

No	Aplikasi	Peringkat Playstore	Rating Playstore	Jumlah Unduhan	Jumlah Ulasan
1	DANA	1	4.3	50+ Juta	3 Juta
2	Easy Cash	2	4.3	10+ Juta	1 Juta
3	BRImo BRI	3	4.5	10+ Juta	1 Juta
4	Kredivo	4	4,6	50+ Juta	2 Juta
5	Livin by Mandiri	5	3,9	10+ Juta	441 Ribu

(Sumber: *Playstore* diolah penulis, Mei 2023)

Berdasarkan data pada Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa DANA menempati posisi pertama sebagai aplikasi kategori *Finance* paling populer di *Playstore* per April 2023 dan disusul oleh Easy Cash, BRImo BRI, Kredivo dan Livin by Mandiri. Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh penulis, maka penulis Menyimpulkan bahwa pengguna aplikasi DANA sudah sangat banyak, tetapi masih belum dapat mempertahankan penggunaanya untuk tetap terus menggunakan aplikasi DANA. Sehingga *Continuance Intention* masih menjadi konsep yang menarik untuk diteliti pada manajemen pemasaran. Ketika konsumen memiliki pengalaman yang baik dan nyaman ketika menggunakan suatu layanan maka konsumen akan terus menggunakan layanan tersebut, karena ketika suatu layanan memiliki masalah akan berdampak terhadap *Continuance Intention* bagi pengguna lama (Lestari, 2022).

Continuance Intention menjadi faktor yang sangat penting pada perusahaan. Apabila penggunaan *E-Wallet* semakin meningkat, maka peran *Continuance Intention* sangat penting agar perusahaan bisa tetap untuk beroperasi (Purnama & Sari, 2022). Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh (Lee & Teo, 2015) yang dikutip oleh (Purnama & Sari, 2022) menyatakan jika perusahaan yang beroperasi di sektor teknologi keuangan tidak dapat mempertahankan pelanggan dan menyediakan

fasilitas penggunaan jangka panjang, mereka tidak dapat menutup uang yang dikeluarkan dan mencapai kesuksesan jangka Panjang.

Permasalahan mengenai *Continuance Intention* pada penelitian sebelumnya dilakukan diberbagai industry, dimulai dari industry *Mobile Payment* (Winata & Tjokrosaputro, 2022), *Mobile Banking* (Cakra, 2021), *E-Commerce* (Gama Putra Brahmanta & Nuruni Ika Kusuma Wardhani, 2021) dan *E-Wallet* (Lestari, 2022). Perkembangan *E-Wallet* saat ini masih menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti. Untuk mengetahui seberapa besar *Continuance Intention* pengguna pada aplikasi *E-Wallet* DANA, berikut hasil riset yang berjudul “*Consistency That Leads: 2022 E-Wallet Industry Outlook*” pada September 2022

Tabel 1.5
SURVEY PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DI BEBERAPA
KOTA BESAR INDONESIA 2022

NO	NAMA DOMPET DIGITAL	PERNAH MENGGUNAKAN APLIKASI	MENGGUNAKAN APLIKASI SELAMA 3 BULAN TERAKHIR
1	GOPAY	71%	58%
2	OVO	70%	53%
3	DANA	61%	-

(Sumber: Riset "Consistency That Leads: 2022 E-Wallet Industry Outlook" melalui finance.detik.com, 2022)

Berdasarkan data riset diatas, GOPAY menjadi aplikasi pada peringkat pertama yang paling banyak digunakan selama 3 bulan terakhir dengan nilai 58%, disusul oleh OVO pada peringkat kedua dengan nilai 53%, dan terakhir yaitu DANA berada pada peringkat ketiga tetapi tidak termasuk kedalam tiga besar dalam kategori penggunaan dalam 3 bulan

terakhir. Sehingga penulis Menyimpulkan meskipun pengguna aplikasi DANA mencapai 61% tetapi DANA bukan menjadi aplikasi yang digunakan pengguna dalam jangka panjang atau tidak menggunakan DANA untuk melakukan transaksi secara terus menerus.

Continuance Intention berbicara mengenai konsumen yang melakukan penggunaan suatu aplikasi secara berkelanjutan. Ketika perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka niat penggunaan berkelanjutan akan mendapatkan nilai yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen agar perusahaan dapat mempertahankan konsumennya dan konsumen tidak berpaling kepada aplikasi yang lain.

Dalam penggunaan aplikasi digital, perusahaan tentunya perlu mengetahui bagaimana konsumen dapat menerima teknologi. Konsep untuk mengetahui penerimaan teknologi yang diterima oleh konsumen diketahui sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikembangkan oleh Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) dimana model ini merupakan suatu model yang sering digunakan oleh peneliti dalam melakukan riset mengenai penerimaan teknologi yang berasal dari konteks konsumen. UTAUT 2 yang memiliki 4 konstruksi utama, dan salah satunya adalah Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*). Dalam aspek *Performance Expectancy* ada beberapa aspek yang digunakan seperti produktivitas, kenyamanan, dan kecepatan. Menurut (Dwidienawati et al., 2020) menyatakan bahwa ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan 77% persen pembeli online di AS dilaporkan menggunakan ulasan dan peringkat yang dihasilkan konsumen untuk membantu mereka membuat keputusan. Berdasarkan hal itu dapat dilihat ulasan mengenai keluhan pengguna aplikasi DANA pada *Appstore* dan *Playstore* per April 2023 dibawah ini:

Tabel 1.6
Daftar Ulasan Keluhan Aplikasi DANA pada Appstore dan Playstore
April 2023

NO	ULASAN	JUMLAH
1	Saat melakukan transaksi (kirim saldo dan isi saldo) saldo tidak masuk dan saldo terpotong/hilang	13
2	Aplikasi <i>error</i> tidak bisa digunakan dan tidak bisa <i>login</i> .	23
3	Aplikasi lambat dan banyak gangguan	14
TOTAL		50

(Sumber: *Playstore* diolah penulis, April 2023)

Berdasarkan tabel 1.5 diatas penulis mengambil sampel ulasan sebanyak 50 dari 3,5 juta ulasan di *Playstore* dan *Appstore*, dapat dilihat bahwa aplikasi DANA belum bisa memenuhi semua aspek dalam *Performance Expectancy* seperti kenyamanan penggunaan yang terlihat pada nomor 2 aplikasi kurang nyaman pada saat digunakan karena seringkali terjadi *error* saat akan digunakan dan pengguna tidak bisa *login* pada aplikasi. Hal tersebut banyak sekali dikeluhkan oleh pengguna, sehingga penulis Menyimpulkan bahwa pengguna lama aplikasi DANA mulai kehilangan kepercayaan pada aplikasi DANA karena aplikasi masih belum dapat memberikan manfaat atau membantu konsumen dalam penggunaannya sehari-hari dan ini akan membuat persepsi buruk bagi pengguna baru aplikasi DANA. Pengguna akan berniat untuk menggunakannya jika pengguna merasa puas dengan manfaat teknologi (Venkatesh et al., 2012). Harapan konsumen dapat menentukan tingkat kepuasan dan niat membeli kembali di masa mendatang. Karena, ekspektasi memainkan peran penting dalam perilaku konsumsi (Richard Andrew, Februarda P. Akwila, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.2 yang telah dipaparkan penulis, Terlihat pada ulasan nomor satu mengenai saldo yang tidak masuk dan hilang dan ulasan ini sampai saat ini masih terjadi pada pengguna. Hal ini sangat meresahkan pengguna aplikasi DANA karena merasa bahwa aplikasi ini tidak nyaman

dan tidak aman untuk digunakan. Keamanan dalam bertransaksi online adalah salah satu faktor penting untuk perusahaan dapat membangun kepercayaan dan kenyamanan pada transaksi uang elektronik. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) dapat terjadi ketika pengguna menggunakan suatu layanan dan layanan tersebut saat digunakan berhasil, tetapi hasil dari penggunaan layanan tersebut mengalami gangguan yang merugikan pengguna. *Perceived Risk* juga menentukan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Semakin tinggi persepsi risiko dapat menyebabkan seseorang memiliki rasa takut dalam bertransaksi secara online, begitupun sebaliknya (Wijaya1 et al., 2022).

Berdasarkan hasil temuan penulis dari *social media Instagram @dana.id* sejak pertengahan bulan April 2023 pengguna DANA mengeluh pada saat melakukan Isi Saldo ke akun DANA, saldo tersebut tidak masuk seperti laporan pada 19 April 2023 yang ditulis oleh *username @rereenii* “Semalam 19 April 2023, jam 00.12, saya melakukan *top up* DANA via *virtual account* bank BCA, tapi sampai sekarang jam 15.50 saldo belum masuk ke akun DANA saya, sudah melakukan pengaduan via *Customer Sevice* dan *email* juga, apakah prosesnya harus selama itu? Mohon *fast responnya @kemenkominfo @ojkindonesia*” dan pelapor sudah mengklaim bahwa DANA sudah menangani hal tersebut tetapi prosesnya cukup lama. Selain laporan yang ditulis oleh @rereenii penulis juga menemukan banyak sekali laporan yang masuk pada komentar *postingan Instagram @dana.id*. Berikut daftar laporan pada kolom komentar *Instagram @dana.id* per April 2023

Tabel 1.7

Daftar Laporan pada kolom Komentar *Instagram @dana.id* per April 2023

NO	Laporan pada komentar <i>Instagram</i>	Jumlah
1	Saya melakukan Isi Ulang Saldo pada keterangan sudah berhasil, tetapi saldo tidak masuk/hilang	24

2	Proses pengembalian saldo DANA yang tidak masuk sangat lama (Proses bisa sampai 1-30 Hari)	4
3	Melakukan pembelian Pulsa melalui DANA tetapi pulsa tidak masuk	5
4	Laporan melalui <i>Customer Service</i> dan <i>email</i> tidak ada tanggapan	12
5	Saya tidak mau menggunakan DANA lagi dan lebih tertarik menggunakan <i>E-Wallet</i> yang lain, karena keluhan saya tidak ditangani oleh DANA	4
TOTAL		50

(Sumber: diolah penulis, 2023)

Berdasarkan data pada tabel 1.3 penulis mengambil sample 50 ulasan dari 1.150 ulasan, dapat dilihat bahwa banyak sekali laporan yang masuk terutama pada nomor satu pengguna mengeluhkan bahwa saldo tidak masuk. Jika hal ini tidak terus diatasi maka akan memberikan persepsi yang kurang baik untuk pengguna baru ataupun pengguna lama yang tidak mengalami hal itu, karena laporan tersebut dapat memberikan rasa takut untuk terus menggunakan aplikasi DANA seperti komentar akun Instagram @haqq.qii “padahal di saya aman-aman aja Cuma takut kenapa-kenapa jadi tak tarik semua dulu kalo udah gaada masalah baru masukin lagi”. Penulis Menyimpulkan bahwa pengguna aplikasi DANA sangat banyak tetapi *Continuance Intention* menggunakan aplikasi ini kurang karena persepsi keamanan aplikasi ini kurang sehingga konsumen menghindari resiko yang ada.

Penelitian terdahulu (Richard Andrew, Februarga P. Akwila, 2021) menyatakan bahwa *Peformance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*. Kinerja aplikasi seperti kepraktisan, pehematan waktu, keamanan, dan produktivitas aplikasi adalah faktor yang sangat penting agar konsumen ingin terus menggunakan aplikasi tersebut dan berdasarkan penelitian (Abdul Razak et al., 2021) *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Continuance Intention*, semakin banyak

pengguna dapat memanfaatkan system, maka semakin tinggi juga niat untuk terus menggunakannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Cakra, 2021) *Perceived Risk* memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap *Continuance Intention*, semakin rendah *Perceived Risk* akibat penggunaan suatu aplikasi, maka akan meningkatkan *Continuance Intention* aplikasi tersebut. Tetapi ada hal yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2022) bahwa *Perceived Risk* berpengaruh *negative* signifikan terhadap *Continuance Intention*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis mengidentifikasi bahwa ada beberapa masalah yang terjadi pada aplikasi DANA. Terlihat dari data yang telah dipaparkan oleh penulis, DANA menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada *Playstore* dalam kategori *Finance* dan DANA menjadi aplikasi yang banyak digunakan pada posisi ke 2 dalam survey yang dilakukan oleh *Populix* pada 2022 akan tetapi, *Continuance Intention* menggunakan aplikasi DANA masih kurang. Hal itu dapat terlihat pada riset dengan judul “*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*” pada September 2022 bahwa DANA tidak termasuk pada Top 3 aplikasi dompet digital yang digunakan dalam 3 bulan terakhir. Ada beberapa faktor yang membuat pengguna tidak menggunakan DANA sebagai aplikasi yang terus digunakan salah satunya karena *Performance Expectancy* masih kurang. Hal itu dapat dilihat pada data yang telah dipaparkan oleh penulis mengenai ulasan pengguna aplikasi DANA pada *playstore* per April 2023 bahwa aplikasi DANA kurang nyaman untuk digunakan karena masih terjadi *error* setiap pengguna akan menggunakan aplikasi untuk transaksi sehingga DANA masih belum dapat memberikan manfaat atau membantu konsumen dalam penggunaannya sehari-hari. Selain itu dengan adanya ulasan yang kurang baik mengenai aplikasi DANA pada tabel 1.5 nomor 1 mengeluhkan bahwa saldo tidak masuk, hal ini tentunya memberikan persepsi yang kurang baik bagi pengguna dan pengguna akan merasa cemas dan merasa bahwa jika menggunakan aplikasi

DANA tidak aman dan sangat beresiko. *Perceived Risk* juga menentukan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Semakin tinggi persepsi risiko dapat menyebabkan seseorang memiliki rasa takut dalam bertransaksi secara online, begitupun sebaliknya (Wijaya1 et al., 2022). seperti komentar akun Instagram @haqq.qii “padahal di saya aman-aman aja Cuma takut kenapa-kenapa jadi tak tarik semua dulu kalo udah gaada masalah baru masukin lagi” sehingga, penulis Menyimpulkan bahwa pengguna aplikasi DANA tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi ini secara terus menerus karena *Perceived Risk* yang cukup tinggi.

Oleh karena itu, berdasarkan data dan teori tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam “**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA APLIKASI E-WALLET DANA**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulis memaparkan beberapa rumusan masalah:

1. Bagaimana gambaran *Performance Expectancy*, *Perceived Risk*, dan *Continuance Intention* pada E-Wallet DANA?
2. Seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention* pada E-Wallet DANA?
3. Seberapa besar pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada E-Wallet DANA?
4. Seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* dan *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada E-Wallet DANA?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis susun berikut ada beberapa point tujuan pada penelitian ini:

1. Untuk mengetahui gambaran *Performance Expectancy*, *Perceived Risk* dan *Continuance Intention* pada *E-Wallet DANA*
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention* pada *E-Wallet DANA*
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada *E-Wallet DANA*
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* dan *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada *E-Wallet DANA*

1.4. Manfaat Penelitian

1. Aspek teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi suatu referensi baru mengenai pengaruh *Performance Expectancy* dan *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada *E-Wallet DANA*
2. Aspek Praktis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan menjadi bahan evaluasi serta inovasi untuk perusahaan dimasa yang akan mendatang untuk meningkatkan rasa nyaman dan aman bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan rasa minat menggunakan berkelanjutan pada suatu produk/layanan.

1.5. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Tabel 1.8

Waktu Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Tahun 2023																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		Pekan				Pekan				Pekan				Pekan				Pekan			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengajukan dan menunggu SK Pembimbing																				
2	Menentukan Judul																				
3	Menggarap BAB 1 disertai revisi																				
4	Menggarap BAB 2 disertai revisi																				
5	Menggarap BAB 3																				
6	Seminar Pengajuan Proposal																				
7	Revisi																				
8	Pengumpulan Data																				
9	Analisis data																				
10	Sidang Akhif																				

(Sumber: diolah penulis, 2023)