

ABSTRAK

Dompot digital adalah perangkat yang dapat melakukan transaksi *online* yang dilakukan menggunakan *smarthphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, promosi, kualitas pelayanan elektronik terhadap minat menggunakan kembali dompet digital Dana. Penelitian ini dilakukan terhadap 140 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dompet digital Dana yang berada di wilayah Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Timur. Sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan judgemental sampling dan memiliki kriteria khusus yaitu orang yang pernah menggunakan aplikasi dompet digital Dana minimal satu kali penggunaan. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali, kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali.

Kata kunci: Persepsi Risiko, Promosi, Kualitas Pelayanan Elektronik, Minat Menggunakan Kembali, Pengguna dompet digital, Dana.



ABSTRACT

A digital wallet is a device that can make online transactions made using a smartphone. This study aims to determine the effect of risk perception, promotion, quality of electronic services on interest in reusing Dana digital wallets. This study was conducted on 140 respondents using a quantitative approach. The population in this study is Dana digital wallet users located in West Jakarta, Central Jakarta, North Jakarta, East Jakarta. The sample in this study uses a judgemental sampling approach and has special criteria, namely people who have used the Dana digital wallet application at least once. The data collection method uses the questionnaire method. The data analysis used is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that risk perception has a positive and significant effect on behavioral intention to use, promotion has a positive and significant effect on behavioral intention to use, electronic service quality has a positive and significant effect on behavioral intention to use.

Keywords: *Perceived Risk, Promotion, Electronic Service Quality, Behavioral Intention to Use, User Digital Wallet, Dana*

