



**IDENTIFIKASI FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DALAM
MEMAHAMI E-WALLET DI MASA PANDEMI**
(Survei pada Pegawai Swasta Millennial di Jakarta)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication



Di Susun Oleh:

AMANDA DWI OKTAVIAN

44316120003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JAKARTA**

2023



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

Nama : Amanda Dwi Oktavian
NIM : 44316120003
Program Studi : Komunikasi Pemasaran & Periklanan
Judul Laporan Skripsi : Identifikasi Faktor Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan *E-Wallet* di Masa Pandemi (Survei pada Pegawai Swasta Millennial di Jakarta)
Pembimbing : DR. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos, M.Si
Bibliografi : 5 Bab 74 hal + Lampiran + 20 Buku + 5 Jurnal + 5 Internet

E-Wallet sebagai media pembayaran elektronik yang saat ini sedang trend dengan kemudahan cara penggunaannya baik dari segi media pembayaran, top-up saldo, dan transfer dana, menjadi media pembayaran digital yang sering digunakan beberapa tahun terakhir. Fenomena *E-Wallet* telah merubah Perilaku Konsumen dari Tradisional beralih menuju Digital.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumen Digital yang telah dilakukan penelitian sebelumnya oleh Fatimah (2019), Nur Afifah Rosnadia Putra dan Sri Setyo Iriani(2019). Penulis mengambil empat dimensi dari penelitian sebelumnya untuk diidentifikasi yaitu harga, iklan, lifestyle dan kepercayaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan penelitian survey terhadap 100 pegawai swasta yang termasuk usia Milenial (21-38 tahun) di Jakarta. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil peneitian ini menyimpulkan bahwa Dimensi Iklan berpengaruh cukup besar dalam penggunaan *E-Wallet* sebagai media pembayaran digital.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Konsumen Digital, Pembayaran Online, *E-Wallet*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences

ABSTRACT

Name : *Amanda Dwi Oktavian*
NIM : *44316120003*
Study Program : *Marketing Communication & advertising*
Title of Thesis Report : *Identification of Consumer Behavior Factors in Using E-Wallets during the Pandemic (Survey on Millennial Private Employees in Jakarta)*
Counsellor : *DR. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos, M.Si*
Bibliography : *5 Chapter 74 p + Appendix + 20 Books + 5 Journals + 5 Internet*

E-Wallet as an electronic payment media that is currently trending with ease of use both in terms of payment media, balance top-ups, and fund transfers, has become a digital payment medium that is often used in recent years. The E-Wallet phenomenon has changed Consumer Behavior from Traditional to Digital.

The theory used in this study is Digital Consumer Behavior which has been carried out by previous research by Fatimah (2019), Nur Afifah Rosnadia Putria and Sri Setyo Iriani (2019). The authors took four dimensions from previous research to identify namely price, advertising, lifestyle and trust.

The research method used is a quantitative method, with a survey of 100 private employees including Millennials (21-38 years old) in Jakarta. The data were collected using purposive sampling techniques.

Based on the results of this research, it is concluded that the Advertising Dimension has a considerable influence in the use of E-Wallets as a digital payment medium.

Keywords: Consumer Behavior, Digital Consumer, Online Payments, E-Wallets.